



UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y
TURISMO**

TESIS

**“NIVEL DE CULTURA EXPORTADORA DE LOS PRODUCTORES DE
CAMU CAMU DE LA REGIÓN LORETO, IQUITOS AÑO 2023”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO**

PRESENTADO POR:

SARA MARLENI GERALDINE ROJAS MELENDEZ

ASESOR:

Lic. Adm. GILBERT ROLAND ALVARADO ARBILDO, Dr.

IQUITOS, PERÚ

2023

ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
FACEN
"COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS"



ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS VIRTUAL N°176-CCGyT-FACEN-UNAP-2023

En la ciudad de Iquitos, a los 04 días del mes de **noviembre** del año 2023, a horas: **04:00 pm.** se dio inicio haciendo uso de la **Plataforma Google Meet** la sustentación pública de la Tesis titulada: "**NIVEL DE CULTURA EXPORTADORA DE LOS PRODUCTORES DE CAMU CAMU DE LA REGIÓN LORETO, IQUITOS AÑO 2023**", autorizado mediante **Resolución Decanal N°2113-2023-FACEN-UNAP** presentado por la Bachiller en Negocios Internacionales y Turismo **SARA MARLENI GERALDINE ROJAS MELENDEZ**, para optar el Título Profesional de **LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO**, que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:


Lic. Nit. **RILKE CHONG VELA, Dr.** (Presidente)
Lic. Nit. **CYNTHIA LUDY SÁNCHEZ ELALUFF, Mag.** (Miembro)
Lic. Nit. **JOSÉ ANTONIO ORBE DÁVILA, Mag.** (Miembro)

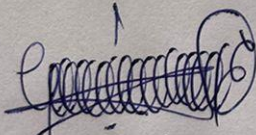
Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas: **SATISFACTORIAMENTE**

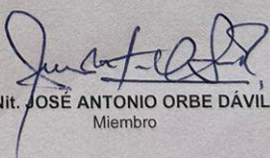
El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones:
La Sustentación Pública y la Tesis han sido: **APROBADAS** con la calificación **BUENA (15)**.

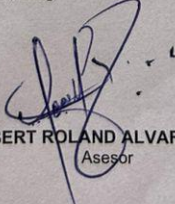
Estando la Bachiller apto para obtener el Título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales y Turismo.

Siendo las **05:30 pm.** del **04 de noviembre** del 2023, se dio por concluido el acto académico.


Lic. Nit. **RILKE CHONG VELA, Dr.**
Presidente


Lic. Nit. **CYNTHIA LUDY SÁNCHEZ ELALUFF, Mag.**
Miembro


Lic. Nit. **JOSÉ ANTONIO ORBE DÁVILA, Mag.**
Miembro


Lic. Adm. **GILBERT ROLAND ALVARADO ARBILDO, Dr.**
Asesor

Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación

Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: facen@unapiquitos.edu.pe
Teléfonos: #065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



JURADO Y ASESOR



Lic. Nit. RIKKE CHONG VELA, Dr.
Presidente
MATRICULA N°22275



Lic. Nit. CYNTHIA LUDY SÁNCHEZ ELALUFF, Mag.
Miembro
MATRICULA N°007159



Lic. Nit. JOSÉ ANTONIO ORBE DÁVILA, Mag.
Miembro
MATRICULA N°014893



Lic. Adm. GILBER ROLAND ALVARADO ARBILDO, Dr.
Asesor
CLAD-01929

RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD

NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
FACEN_TESIS_ROJAS MELENDEZ.pdf	SARA MARLENI GERALDINE ROJAS MEL ENDEZ

RECUENTO DE PALABRAS	RECUENTO DE CARACTERES
4734 Words	26368 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
28 Pages	336.5KB

FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
Sep 7, 2023 11:44 AM GMT-5	Sep 7, 2023 11:44 AM GMT-5

● 20% de similitud general

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

- 14% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 14% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

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

Resumen

DEDICATORIA

A Dios, sin él no hubiera sido posible llegar hasta aquí de haber concluido mis estudios superiores con gran satisfacción, desde aquí hasta la eternidad le dedico a mi amado padre ya que siempre fue un excelente profesional y padre Ricardo Rojas, al igual que mi brillante mamá Josefa Melendez, como también son mis amados abuelitos Abertano y Marleni, que sin ellos no hubiera tenido una adecuada formación académica y en valores, a mi hermano, mis tíos y mi familia en general.

AGRADECIMIENTO

Siempre en primer lugar nuestro padre todo poderoso, porque sin él nada somos, nada valemos, por él lo tengo todo. A mis padres, que he podido contar siempre con sus apoyo tanto económico y moral, agradecer a mi padre por su gran amor aunque no esté físicamente pero siempre en mi mente y corazón, a mi mamá que ha sabido luchar en su ausencia, a mis abuelitos que siempre han sabido formarme y ser un icono importante, a mis tíos, mi hermano, y a mi familia en general; también a mis grandes amigos que no me han abandonado en el trayecto de este gran reto.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR	iii
RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	3
1.1 Antecedentes	3
1.2 Bases teóricas	6
1.3 Definición de términos	10
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	13
2.1 Formulación de la hipótesis	13
2.2 Variables y su operacionalización	13
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	15
3.1 Diseño metodológico	15
3.2 Diseño muestral	15
3.3 Técnica e instrumento de recolección de datos	15
3.4 Procesamiento y análisis de la información	16
3.5 Aspectos éticos	16
CAPITULO IV: RESULTADOS	17
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	22
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	24

CAPITULO VII: RECOMENDACIONES	26
CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN	28

ANEXOS

1. Matriz de consistencia
2. Instrumento de Recolección de datos
3. Consentimiento informado

ÍNDICE DE TABLAS

	Pag.
Tabla N° 1 Validación de casos: Cultura exportadora	17
Tabla N° 2 Alfa de Cronbach: Cultura exportadora	17
Tabla N° 3 Categoría de la variable Cultura exportadora	18
Tabla N° 4 Categoría de la dimensión Mercado internacional	19
Tabla N° 5 Categoría de la dimensión Facilitación comercial	20
Tabla N° 6 Categoría de la dimensión: Educación	21

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura N° 1 Frecuencia de la Variable: Cultura exportadora	18
Figura N° 2 Frecuencia de la dimensión: Mercado internacional	19
Figura N° 3 Frecuencia de la dimensión: Facilitación comercial	20
Figura N° 4 Frecuencia de la dimensión: Educación	21

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es evaluar el nivel de cultura exportadora entre los productores de camu camu en la región de Loreto, Iquitos, durante el año 2023. El enfoque del estudio es cuantitativo y descriptivo-explicativo, analizando las dimensiones, niveles y categorías de la variable a través de la opinión de la población. La metodología es no experimental y de corte transversal, sin manipulación deliberada de la variable y con recolección de datos en un único momento. Destaca que el 55,0% de los participantes, equivalente a 22 personas, considera que la cultura exportadora es "Baja". En resumen, se concluye que la cultura exportadora entre los productores de camu camu en la región de Loreto, específicamente en Iquitos en el año 2023, se evalúa como "baja", respaldado por la afirmación del 55% de los encuestados y validando la hipótesis inicialmente propuesta.

Palabras clave: Cultura exportadora, mercado internacional.

ABSTRACT

The objective of this research is to assess the level of export culture among camu camu producers in the Loreto region, Iquitos, during the year 2023. The study employs a quantitative and descriptive-explanatory approach, analyzing the dimensions, levels, and categories of the variable based on the population's opinions. The methodology is non-experimental and cross-sectional, involving no deliberate manipulation of the variable and data collection taking place at a single point in time. Notably, 55.0% of the participants, equivalent to 22 individuals, consider the export culture to be "Low". In summary, it is concluded that the export culture among camu camu producers in the Loreto region, specifically in Iquitos in the year 2023, is assessed as "Low", supported by the assertion of 55% of the surveyed participants, thus validating the initially proposed hypothesis.

Keywords: Export culture, international market.

INTRODUCCIÓN

La determinación del nivel de cultura exportadora entre los productores de camu camu en la región de Loreto reviste un propósito de suma importancia y pertinencia en el ámbito económico y comercial. La presente investigación se enmarca en el objetivo de evaluar precisamente dicho nivel de cultura exportadora entre los productores de camu camu en la región de Loreto, específicamente en Iquitos, durante el año 2023. A pesar de la relevancia que ostenta esta actividad en la región, no se ha efectuado aún una cuantificación rigurosa de este nivel de cultura exportadora. En este contexto, resulta fundamental y esencial llevar a cabo el presente estudio para medir y analizar con profundidad dicho nivel, y a partir de los resultados obtenidos, proponer y orientar mejoras concretas en la actividad exportadora.

El valor trascendental de esta investigación se radica en su potencial para proveer un recurso consultivo sólido y pertinente. Al ofrecer datos actualizados y de acceso público, la investigación se convierte en una fuente valiosa para investigadores, instituciones y actores del sector.

Desde un enfoque metodológico, la investigación adopta una perspectiva cuantitativa de nivel descriptivo-explicativo. Esta elección permite analizar con minuciosidad la variable en cuestión, explorando las diversas dimensiones que la componen, identificando sus niveles y categorías, y comprensivamente interpretando las percepciones y opiniones de la población involucrada. En términos metodológicos, se opta por un enfoque no experimental y de corte

transversal, lo que significa que se realizará sin intervenir en la variable en estudio y los datos serán recopilados en una única instancia temporal.

Los resultados preliminares de la investigación resaltan un patrón significativo en la percepción de los productores. Del total de participantes, un 55,0% (equivalente a 22 personas) ha manifestado que el nivel de cultura exportadora es considerado como "Bajo". Esta revelación, apoyada en la opinión de la población, viene a confirmar y dar sustento a la hipótesis inicialmente planteada, reforzando la conclusión de que en la región de Loreto, específicamente en Iquitos en el año 2023, la cultura exportadora entre los productores de camu camu se clasifica como "Baja".

La relevancia de esta investigación se evidencia también en la inexistencia de limitaciones significativas que pudiesen afectar la validez y representatividad de los resultados. La disponibilidad de información necesaria para llevar a cabo un análisis exhaustivo de la variable en la población seleccionada fortalece la robustez de los hallazgos.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes

El propósito de la tesis titulada "Nivel de cultura exportadora en la empresa BULLFROG Perú S.A.C. durante el año 2019" fue identificar el grado de cultura exportadora entre los empleados de la compañía BULLFROG Perú S.A.C. en el año 2019. La metodología de investigación adoptada tuvo un enfoque cualitativo y se enfocó en describir la situación existente, con un diseño no experimental y de naturaleza transversal. La población bajo estudio comprendió a 11 trabajadores. Para evaluar la variable de interés, se aplicó una entrevista compuesta por 10 ítems diseñados para medir el nivel de la variable. La validez del instrumento fue confirmada a través de la opinión de expertos y mediante una prueba piloto que demostró su confiabilidad. Los resultados de la investigación concluyeron que existe una relación directa entre la cultura exportadora y el conocimiento de exportación entre los trabajadores de la empresa BULLFROG Perú S.A.C. Esto se debe a que el entendimiento de las operaciones de exportación les permite comprender la importancia de sus roles, ya que estos están estrechamente ligados al producto y la gestión para el mercado internacional. Esta mejora en la comprensión contribuye a la competitividad de la empresa en la producción de sus productos y en su relación con los clientes internacionales. (Arauco Tapia & Audante Andrade, 2021)

La investigación titulada "Cultura exportadora en el CITE joyería KORIWASI de la ciudad de Cajamarca para la exportación de Ajueres joyeros de plata 925 a Francia, 2017" tuvo como propósito analizar las particularidades de la

cultura exportadora presente en el CITE Joyería Koriwasi en Cajamarca, con el objetivo de facilitar la exportación de conjuntos de joyería en plata 925 hacia la ciudad de París, Francia, en el año 2017. La investigación se enmarca en un enfoque básico y cualitativo, con un alcance descriptivo y un diseño no experimental de tipo transversal. La población bajo estudio consistió en 60 graduados del CITE Joyería Koriwasi, de los cuales se recolectaron datos de 25 individuos. Para la medición de la variable en cuestión, se emplearon técnicas de entrevistas, encuestas y revisión documental. Estos instrumentos fueron validados tanto por expertos en la materia como a través de una prueba piloto, en la cual se demostró su confiabilidad. Los hallazgos de la investigación indican que las principales características de la cultura exportadora que está siendo desarrollada por el CITE Joyería Koriwasi se encuentran en una etapa de implementación. El proceso de desarrollo se está orientando hacia tres áreas fundamentales de la cultura exportadora: la gestión empresarial, la gestión de exportaciones y la gestión de productos. Sin embargo, se concluyó que aún se encuentran en las fases iniciales de consolidación de estas características. Adicionalmente, se observó que las características de la cultura exportadora en el CITE Joyería Koriwasi no han permitido una exportación sostenida, debido a que los esfuerzos se han centrado principalmente en el desarrollo del producto en lugar de una expansión permanente en el ámbito de las exportaciones. (Caruajulca Arias & Chávez Aliaga, 2018)

La investigación titulada "Atributos de la mentalidad orientada a la exportación en los cultivadores de palta Hass en el distrito de Huaylas, Ancash, durante el año 2020", tuvo como propósito detallar las características de la mentalidad

enfocada en la exportación en los productores de palta Hass en el distrito de Huaylas, ubicado en Ancash, Perú, durante el año 2020. La metodología adoptada para este estudio fue cuantitativa, de enfoque descriptivo y con un diseño no experimental y transversal. La población de interés estuvo compuesta por 21 cultivadores de palta, de los cuales 14 individuos participaron en la recopilación de datos. Para evaluar la variable de estudio, se utilizaron encuestas, análisis y revisión documental. Estos instrumentos fueron validados a través de la opinión de expertos y una fase de prueba piloto, que demostró su fiabilidad. La conclusión a la que se llegó mediante esta investigación es que la mentalidad orientada a la exportación posibilita el desarrollo de herramientas que contribuyen a la mejora de la oferta exportable y a la generación de una mejor calidad de vida. Sin embargo, se observó que son limitadas las comunidades, distritos y provincias en Perú que han implementado esta mentalidad, y existen pocos informes de investigaciones al respecto. Los resultados revelaron que el 74% de los cultivadores presentan un nivel bajo en su mentalidad orientada a la exportación, debido a la falta de información y conocimiento sobre las actividades de exportación y los beneficios del mercado internacional. Este factor limita su capacidad para aumentar sus ingresos, ser competitivos y elevar su calidad de vida. A pesar de esto, se resaltó la fortaleza de la palta Hass, que ha adquirido alta demanda en los mercados globales. (Lopez Aguirre, 2020)

La investigación denominada "Influencia de la cultura exportadora en la modalidad de exportación entre los productores de palta en el valle de Lacchas, provincia de Ocros, Ancash, en el año 2019", tuvo como finalidad comprender de qué manera la cultura exportadora incide en la elección del

tipo de exportación entre los cultivadores de palta en el valle de Lacchas, situado en la provincia de Ocros, Ancash, durante el año 2019. El enfoque metodológico de la investigación se caracterizó por ser aplicado y de naturaleza mixta, abarcando tanto enfoques cuantitativos como cualitativos. La población bajo estudio consistió en 28 productores de palta, a quienes se les aplicaron los instrumentos de recolección de datos. Para medir la variable de interés se emplearon encuestas como principal herramienta de recopilación de información. Los instrumentos de investigación fueron validados a través de la opinión de expertos en la materia. A través de su análisis, se identificó una correlación positiva moderada y altamente significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,439$). Los resultados de la investigación concluyeron que los mercados internacionales ejercen una influencia significativa en la elección del tipo de exportación entre los productores de palta en el valle de Lacchas, en la provincia de Ocros, Ancash, durante el año 2019. Esta conclusión sugiere que a medida que se llevan a cabo estudios más profundos sobre los mercados internacionales, se amplía el conocimiento de las empresas respecto a las actividades de exportación, incentivando la formación de alianzas estratégicas. (Dulanto Garay, 2019)

1.2 Bases teóricas

Cultura exportadora

Según lo mencionan (Apaestegui Bustamante & Quispe Chilón, 2017) La cultura exportadora puede ser definida como la capacidad de introducir y cultivar nuevos valores, tradiciones, estilos de vida, conocimientos y prácticas empresariales con el propósito de fomentar y facilitar una relación fluida con

los mercados globales. La meta detrás de la adopción de una cultura exportadora es servir como una herramienta que permita tanto a actores públicos como privados mejorar sus capacidades frente a la competencia a nivel internacional. Esta cultura aspira a sensibilizar a los empresarios en relación a la importancia de las exportaciones como elemento fundamental para el progreso de la empresa, sus empleados y el desarrollo equitativo del país.

(Ministerio de comercio exterior y turismo del Perú, 2015) en el marco de la El PENX 2025 indica que:

Las empresas desempeñan un papel fundamental en la generación de empleo, la producción y la exportación. En el contexto de una economía global, las compañías peruanas enfrentan diversos desafíos para asegurar su participación en el mercado internacional. Estos desafíos no solo están relacionados con las condiciones externas de los mercados, sino también con factores internos. Es precisamente en estos aspectos internos en los que el Plan Estratégico Nacional de Exportaciones al 2025 (PENX 2025) centra sus esfuerzos, con el propósito de facilitar gradualmente la internacionalización de las empresas peruanas.

El PENX 2025 reconoce que el Perú debe cimentar sus estrategias de productividad y competitividad. En este contexto, las empresas exportadoras del país juegan un papel central en la consecución de objetivos de mayor alcance, tales como el crecimiento económico, la disminución de la pobreza y la mejora de la equidad. Por este motivo, uno de los pilares fundamentales que el PENX 2025 se propone desarrollar consiste en la formación de capacidades para la internacionalización y la promoción de una cultura

orientada a la exportación. Esto tiene como finalidad preparar al país para enfrentar los desafíos de la globalización, donde el comercio internacional juega un papel sumamente significativo.

En este sentido, es esencial mejorar las herramientas y habilidades para la internacionalización empresarial, con el objetivo de aumentar la competitividad a nivel internacional. Esto implica crear un entorno emprendedor caracterizado por la aspiración de mejora y avance, la visión hacia el futuro, la capacidad innovadora, la identificación de nuevas oportunidades de mercado y la promoción activa de una cultura exportadora. Estos elementos constituyen los cimientos sólidos para el desarrollo efectivo del comercio exterior peruano en el contexto de la globalización.

Tipos de cultura exportadora

(Sierralta, 2007) señala la presencia de tres categorías:

- a.** Enfocado a la Exportación directa: principalmente fundamentado en el deseo de gestionar y controlar de manera directa el comercio internacional, donde la empresa busca abarcar áreas y lugares influyentes, ajustando su modo de operación y orientándolo hacia el mercado exterior.
- b.** Enfocado a la Inversión: centrado en cualquier modalidad de inversión en el extranjero, esta categoría de inversión se observa en empresas cuya producción experimenta cambios tecnológicos constantes o en aquellas en las que intervienen empresas que compiten entre sí.
- c.** Enfocado a la Comercialización Indirecta: Se refiere a aquella enfocada en empresas que operan en entornos regulados y con escasa o

prácticamente nula competencia. Estas empresas establecen conexiones a través de intermediarios como las compañías de comercio exterior, los consorcios, los intermediarios financieros o los distribuidores. El objetivo es explorar el mundo y expandirse en este ámbito.

Dimensiones de la variable cultura exportadora

(Lopez, 2017) señala en su estudio que las métricas utilizadas para evaluar la cultura exportadora son las siguientes:

a. Mercado Internacional

La exportación desempeña un papel de gran importancia en la disminución de la escasez y el fomento del crecimiento económico a nivel nacional. La demanda del mercado internacional impulsa a las empresas a diseñar e implementar una estrategia efectiva, garantizando la calidad de sus productos y capitalizando el reconocimiento de marcas ya establecidas en dicho mercado. La participación en ventas en el extranjero amplía las posibilidades de comercialización para las empresas, evitando depender exclusivamente del mercado interno y generando un equilibrio más favorable.

b. Facilitación Comercial

En la actualidad, los procesos burocráticos complicados y los retrasos excesivos en las naciones han surgido como una barrera significativa para los actores comerciales, especialmente para aquellos involucrados en el comercio transfronterizo de bienes y servicios. La facilitación del comercio consiste en simplificar las operaciones y los protocolos aduaneros, así

como también en mejorar el comercio aduanero y la circulación de mercancías.

c. Educación

El papel crucial de la educación en el desarrollo económico de cada nación ha sido abordado desde el siglo XIX, con destacados pensadores como Adam Smith. Este economista contribuyó con ideas que subrayan cómo la educación incrementa las habilidades de las personas, lo cual es fundamental en el contexto de los recursos humanos, ya que se convierte en el medio por el cual los individuos adquieren capacidades y conocimientos esenciales para acceder al mercado laboral. En el contexto de la cultura exportadora, la educación emerge como el factor primordial que impulsa su crecimiento.

1.3 Definición de términos

a. Cultura exportadora

Se trata de un conjunto de habilidades generales que permiten a las entidades comerciales integrarse en el ámbito global y direccionar la producción local hacia los mercados internacionales. Por esta razón, es de una importancia crucial para los empresarios adquirir una mentalidad orientada a la exportación (Tabra & Lavanda, 2005).

b. Oferta exportable

La oferta exportable se refiere al producto competitivo que satisface los estándares de calidad y la capacidad de suministro constante, de acuerdo con los volúmenes necesarios establecidos por el importador o comprador en un mercado específico y en el tiempo necesario. (My Perú Global, 2020)

c. Exporta fácil

Un sistema de mejora logística que impulsa las exportaciones, especialmente orientado a los empresarios de pequeña escala. Este sistema les permite acceder a los mercados globales mediante la colaboración con Serpost S.A. (Cervantes, 2018)

d. Mercado internacional

La dimensión global del mercado requiere que las empresas cuenten con un plan para participar en él, elaborando sus productos de manera adecuada y estableciendo marcas comerciales efectivas. (Lopez, 2017)

e. Transporte multimodal internacional

Es aquel que, de manera directa o a través de un intermediario en su representación, establece un contrato de transporte multimodal en el que emite un único documento de transporte multimodal y se compromete a garantizar su ejecución. El operador de transporte multimodal asume un rol principal, sin actuar como agente en nombre del remitente o de los transportistas involucrados en las operaciones de transporte multimodal. Además, debe contar con la autorización correspondiente de la entidad gubernamental competente. (Superintendencia Nacional de aduanas y de administración tributaria - SUNAT, 2018)

f. TLC

Un acuerdo de libre comercio (ALC) es un pacto comercial que establecen dos o más naciones con el objetivo de definir beneficios arancelarios específicos y la disminución de obstáculos no arancelarios en la transacción de bienes y servicios. Estos convenios tienden a no tener una fecha de finalización determinada, es decir, se mantienen en efecto durante un período indefinido,

mostrando una naturaleza de continuidad. (Ministerio de economía y finanzas de Perú, 2020)

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de la hipótesis

Hipótesis general

Hi: El nivel de cultura exportadora de los productores de camu camu de la región Loreto es bajo.

Hipótesis específicas

Hi1: El nivel sobre mercado Internacional de los productores de camu camu de la región Loreto es bajo.

Hi2: El nivel sobre facilitación comercial de los productores de camu camu de la región Loreto es bajo.

Hi3: El nivel sobre educación de los productores de camu camu de la región Loreto es bajo.

2.2 Variables y su operacionalización

Variable: Cultura exportadora

Dimensiones: 1. Mercado Internacional, 2. facilitación comercial, 3. facilitación comercial.

TABLA.1 CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN

Variables	Definición	Tipo por su naturaleza	Dimensiones	Indicadores	Categorías de las dimensiones	Categorías de la variable
Cultura exportadora	Consiste en un conjunto de habilidades generales que permiten a las empresas integrarse en el ámbito global y orientar su producción local hacia los mercados internacionales. Por esta razón, es esencial para los empresarios adquirir una Cultura Exportadora (Tabra & Lavanda, 2005).	Cuantitativa	Mercado internacional	Ítems 1 - 4	Alto: 15-20 Medio:8-14 Bajo: 1-7	Alto: 26-40 Medio: 15-25 Bajo: 1-14
			Facilitación comercial	Ítems 5 - 6	Alta: 7-10 Media: 4-6 Baja: 1-3	
			Educación	Ítems 7 - 9	Alta: 9-15 Media:5-8 Baja: 1-4	

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

El estudio actual adopta un enfoque cuantitativo con un propósito descriptivo y explicativo. Esto se debe a que se explorará la variable en cuestión a través de un análisis detallado de sus dimensiones, niveles y categorías, basado en las percepciones de la población. El diseño de investigación utilizado es no experimental y de tipo transversal, ya que no se manipulará intencionadamente la variable, y los datos serán recopilados en un único momento.

3.2 Diseño muestral

Población de estudio

La población está conformada por 40 productores de Camú Camú de la Región Loreto y que se dedican a la exportación de este recurso.

Muestra de estudio

No se procederá a calcular la muestra debido a que la población de estudio es pequeña y se aplicará la encuesta a toda la población.

3.3 Técnica e instrumento de recolección de datos

- Técnica

La técnica a usar es la encuesta, nos permitirá obtener información importante empleando preguntas sobre las variables de estudio y sus dimensiones con respuestas cerradas, ello facilitará la evaluación de los resultados mediante métodos estadísticos.

- Instrumento

La herramienta utilizada para recopilar los datos consistirá en dos cuestionarios compuestos por preguntas estructuradas en una escala de evaluación de cinco niveles (escala de Likert).

3.4 Procesamiento y análisis de la información

Los datos obtenidos mediante la aplicación de las encuestas serán ordenados en tablas utilizando el software Excel; luego se procesará la información aplicando estadística inferencial y descriptiva con el software estadístico SPSS, los resultados se mostrarán en el informe final.

3.5 Aspectos éticos

Todo el procedimiento de investigación se llevará a cabo de manera ética, en línea con principios que engloban valores como la autenticidad, haciendo mención adecuada a los autores de investigaciones previas; el resguardo de la confidencialidad, asegurando la privacidad de las situaciones abordadas; y el bienestar colectivo, con el objetivo de beneficiar a los productores que puedan contribuir a mejoras en sus actividades después de la realización de este estudio.

CAPITULO IV: RESULTADOS

Las siguientes tablas y figuras obtuvimos gracias a nuestro programa SPSS V26, donde podremos observar la fiabilidad de nuestras variables, así como las correlaciones de ellas con algunas de nuestras dimensiones.

Tabla N° 1 Validación de casos: Cultura exportadora

Resumen de procesamiento de casos		
	N	%
Casos Válido	40	100,0

El siguiente cuadro observado presenta los casos validos aceptados de la Variable: Cultura exportadora, sin contar casos excluidos.

Tabla N° 2 Alfa de Cronbach: Cultura exportadora

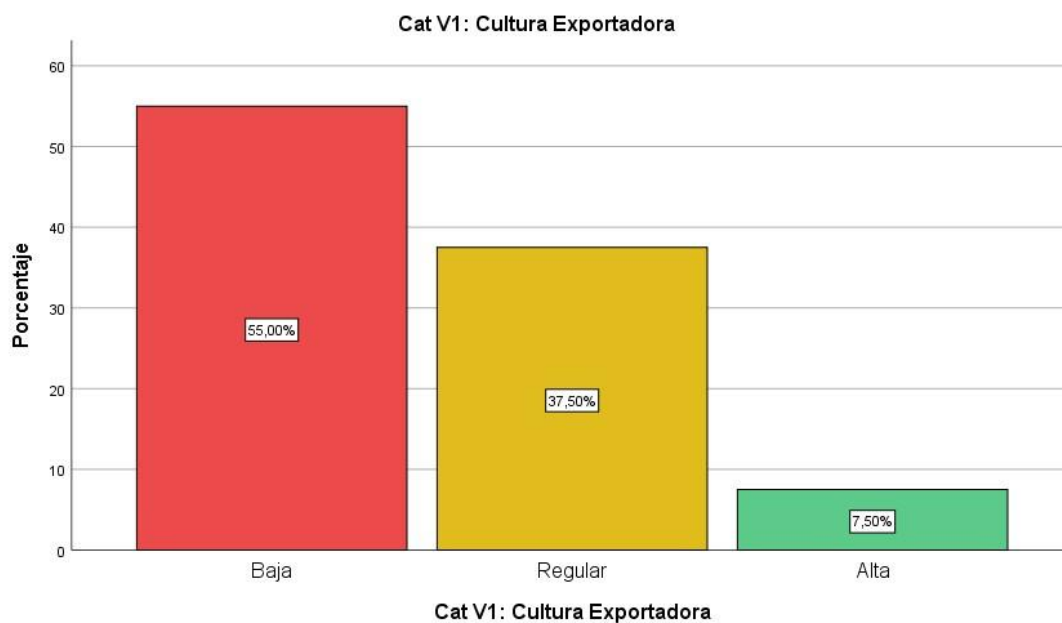
Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,754	9

De acuerdo al rango de interpretación de confiabilidad, nuestro resultado obtenido siendo 0,724 vendría a ser “Alta”.

Tabla N° 3 Categoría de la variable Cultura exportadora

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Baja	22	55,0
	Regular	15	37,5
	Alta	3	7,5
	Total	40	100,0

Figura N° 1 Frecuencia de la Variable: Cultura exportadora

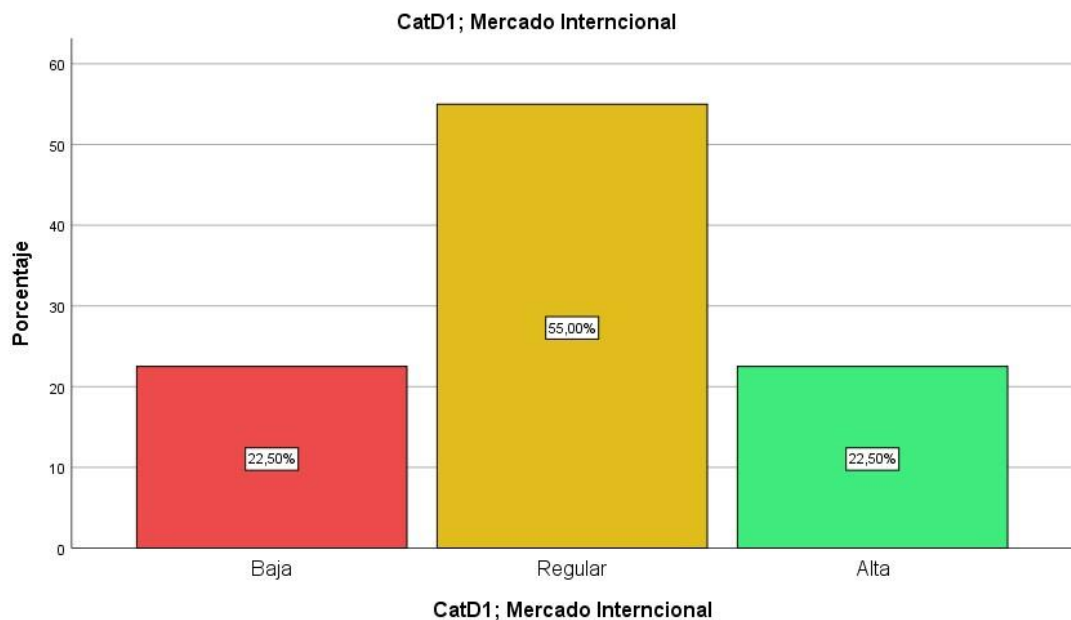


De acuerdo con la Figura N° 1 el porcentaje más resaltante de nuestra primera variable es 55,0 % siendo esto 22 personas quienes dijeron que la Cultura exportadora es “Baja”.

Tabla N° 4 Categoría de la dimensión Mercado internacional

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Baja	9	22,5
	Regular	22	55,0
	Alta	9	22,5
	Total	40	100,0

Figura N° 2 Frecuencia de la dimensión: Mercado internacional

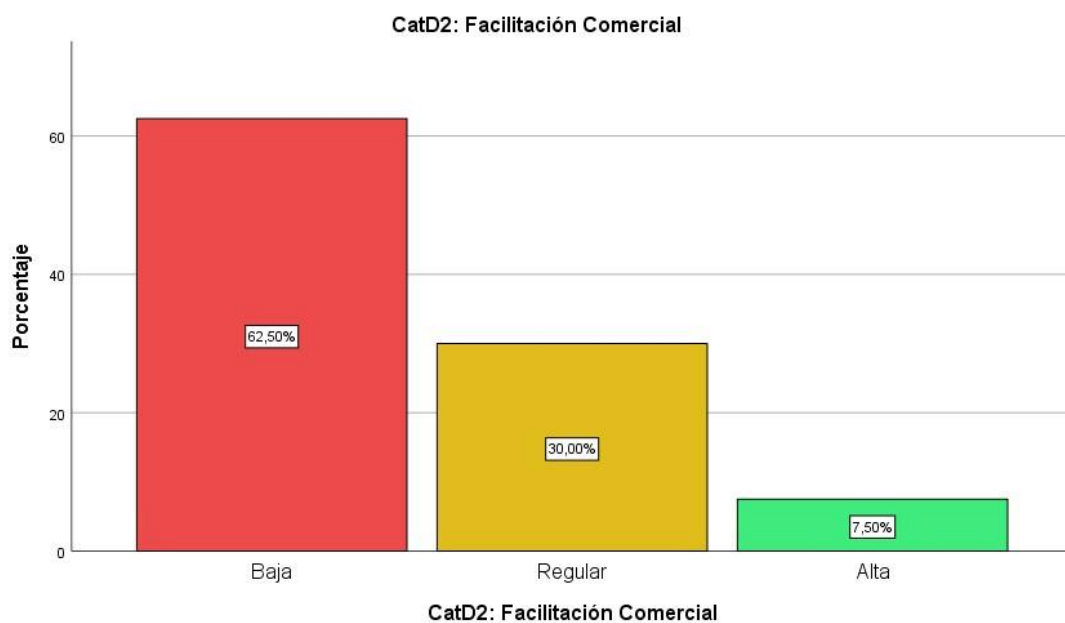


De acuerdo a la categoría de la dimensión 1 nos arroja un resultado de 55,0% a los cuales esto sería igual a 22 personas que opinan que el Mercado internacional es “Regular”.

Tabla N° 5 Categoría de la dimensión Facilitación comercial

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Baja	25	62,5
	Regular	12	30,0
	Alta	3	7,5
	Total	40	100,0

Figura N° 3 Frecuencia de la dimensión: Facilitación comercial

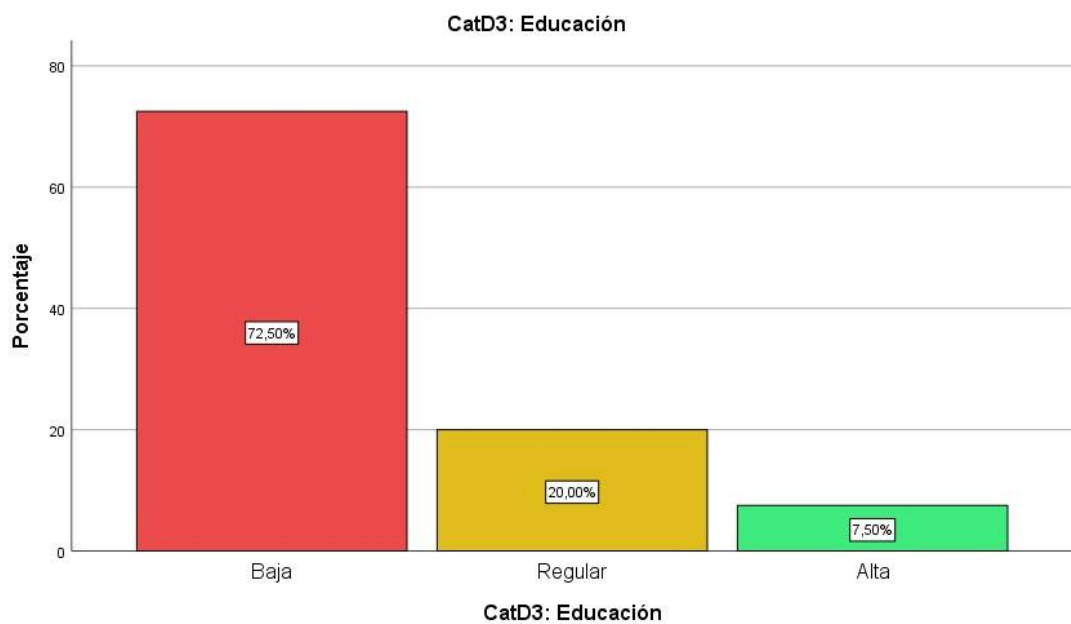


La brecha de uso según el 62,5% de personas encuestadas consideran que la Facilitación comercial es "Baja".

Tabla N° 6 Categoría de la dimensión: Educación

		Frecuencia	Porcentaje válido
Válido	Baja	29	72,5
	Regular	8	20,0
	Alta	3	7,5
	Total	40	100,0

Figura N° 4 Frecuencia de la dimensión: Educación



La Educación de acuerdo a nuestros resultados de la categoría es “Baja” con un 72,5% siendo esto igual a 29 personas encuestadas.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Los hallazgos presentados por (Caruajulca Arias & Chávez Aliaga, 2018) indican que la implementación de la cultura exportadora en Cite Joyería Koriwasi está en proceso, dado que la empresa se enfoca principalmente en el desarrollo del producto y no permite una exportación constante. Esto contrasta con los resultados de (Lopez Aguirre, 2020), quienes demuestran que los productores tienen un nivel de cultura exportadora "bajo", ya que carecen de información y conocimiento acerca de las actividades de exportación. Estos resultados están relacionados con los hallazgos que hemos obtenido.

- En relación al primer objetivo específico, (Arauco Tapia & Audante Andrade, 2021) evidencian que debido al Tratado de Libre Comercio (TLC), no hay obstáculos arancelarios para llevar a cabo sus operaciones y solo requieren la solicitud de sus clientes. Por otro lado, (Lopez Aguirre, 2020) muestran que el 83% de los productores deberían involucrarse en la promoción comercial de sus productos. Estos hallazgos refuerzan nuestros resultados, ya que un 55% de los encuestados opinan que el mercado internacional es calificado como "Regular".
- En relación al segundo objetivo, nuestros hallazgos indican que el 62,5% de los encuestados consideran que la facilitación comercial es de nivel "Bajo", lo cual guarda similitud con los resultados obtenidos por (Lopez Aguirre, 2020). En su estudio, se evidencia que el 82% de los

productores necesitan recibir capacitación en relación al acceso y las facilidades de financiamiento. Además, los resultados presentados por (Arauco Tapia & Audante Andrade, 2021) destacan que no se encuentran obstáculos arancelarios para la introducción de sus productos en el mercado chileno, ya que inicialmente se asesoraron y adquirieron conocimiento sobre los requisitos.

- Para concluir, en relación a los resultados del tercer objetivo específico, se evidencia que el 72,5% de los encuestados, equivalente a 29 personas, considera que el nivel de educación es catalogado como "Bajo". Esto guarda relación con el estudio de (Lopez Aguirre, 2020), donde se observa que el 72% de los participantes ha invertido escasamente en su capacitación. Este enfoque limitado en la formación ha impedido que adquieran nuevos conocimientos que podrían beneficiar su producción y proceso de comercialización. En contraste, los resultados presentados por (Arauco Tapia & Audante Andrade, 2021) indican que el conocimiento sobre exportación entre los empleados de la empresa Bullfrog Perú SAC es crucial. El entendimiento de las prácticas de exportación les permite comprender la relevancia de sus roles, ya que están vinculados con el producto y la gestión para clientes internacionales.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

La conclusión alcanzada es que el grado de cultura exportadora entre los productores de camu camu en la región de Loreto, específicamente en Iquitos durante el año 2023, se califica como "bajo". Esto se fundamenta en la afirmación de un 55% de los participantes encuestados, lo que confirma la validez de la hipótesis originalmente propuesta.

En relación con las hipótesis específicas tenemos lo siguiente:

- En relación a la primera hipótesis específica, basada en una muestra de 40 personas encuestadas, de las cuales 22 expresan que el mercado internacional es de calidad "Regular", se deduce que el nivel en el que los productores de camu camu en la región de Loreto evalúan el mercado internacional no puede ser categorizado como bajo. En consecuencia, la hipótesis inicialmente propuesta es rechazada.
- En relación a la segunda hipótesis específica, considerando una muestra de 40 individuos encuestados, de los cuales 25 sostienen que la facilitación comercial es de nivel "Bajo", se deduce que el grado de facilitación comercial entre los productores de camu camu en la región de Loreto es efectivamente bajo. En vista de esto, la hipótesis formulada inicialmente es confirmada.
- Finalmente, en relación a la tercera hipótesis específica, al considerar una muestra de 40 individuos encuestados, de los cuales 29 expresan que el nivel de educación es calificado como "bajo", se llega a la conclusión de que el nivel educativo entre los productores de camu

camu en la región de Loreto es en efecto bajo. Como resultado, la hipótesis previamente formulada es validada.

CAPITULO VII: RECOMENDACIONES

Se recomienda implementar un programa de capacitación integral que aborde aspectos como comercio internacional, documentación, marketing y alianzas estratégicas. Esto incluiría talleres, asesoramiento en trámites y acceso a financiamiento, así como la participación en eventos internacionales y el fomento de colaboraciones con intermediarios experimentados. Además, se sugiere establecer una evaluación continua y colaboraciones con entidades gubernamentales y privadas para maximizar el impacto de las mejoras en la cultura exportadora de los productores.

- Establecer una cooperativa o asociación de productores. Esto permitiría unir los recursos y esfuerzos de varios productores para abordar conjuntamente los desafíos del mercado internacional, como la promoción, la negociación de contratos y la logística de exportación. La cooperativa podría facilitar la consolidación de volúmenes de producción, mejorar la calidad del producto y permitir la inversión en certificaciones y estándares internacionales.
- Establecer un centro de información y asesoramiento comercial. Este centro podría brindar a los productores orientación detallada sobre los procedimientos y requisitos de exportación, así como ayudar en la preparación de la documentación necesaria. Además, podría servir como punto de contacto para resolver dudas y consultas relacionadas con la exportación, conectando a los productores con expertos en logística, regulaciones aduaneras y gestión de trámites.

- Establecer un programa de formación integral que abarque temas clave para la producción y comercialización exitosa, como técnicas de cultivo avanzadas, prácticas de manejo sostenible, procesamiento post-cosecha y estrategias de marketing. Además, se podría promover la colaboración con instituciones educativas locales, expertos en el campo y organizaciones relevantes para proporcionar talleres, seminarios y capacitaciones regulares.

CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

- Apaestegui Bustamante, N., & Quispe Chilón, R. N. (2017). Cultura exportadora en la asociación artesanas pañon tacabambino, provincia de chota – cajamarca para la exportación de tejidos textiles artesanales al mercado de nueva york – ee.uu, 2018. Cajamarca , Perú: Para optar el título profesional de administración y negocios internacionales.
- Arauco Tapia, R. A., & Audante Andrade, A. D. (2021). Nivel de cultura exportadora en la empresa BULLFROG Perú S.A.C. en el año 2019. Lima, Perú: Para optar el título de Licenciada en administración y negocios internacionales. Universidad Privada del Norte.
- Caruajulca Arias, H., & Chávez Aliaga, E. (2018). Cultura exportadora en el CITE joyería KORIWASI de la ciudad de Cajamarca para la exportación de Ajueres joyeros de plata 925 a Francia, 2017. Cajamarca, Perú: Para optar el título de licenciada en Administración y Negocios Internacionales.
- Cervantes, C. (21 de noviembre de 2018). Export Prom Perú. Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=E6DB3773-1544-4BCC-9907-1A0D772EB8BD.PDF>
- Dulanto Garay, L. e. (2019). Cultura exportadora y el tipo de exportación de los productores de palta del valle de Lacchas, provincia de Ocros, Ancash, 2019. Huacho, Perú: para optar el título profesional de licenciado en Negocios internacionales. Obtenido de <https://repositorio.unjpsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/3580/LISBETHE%20DULANTO%20GARAY.pdf?sequence=1>
- Lopez Aguirre, J. E. (2020). Característica de la cultura exportadora en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash 2020. Lima, Perú: Para optar el título profesional de licenciada en administración y negocios internacionales. Obtenido de https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/26003/Lopez%20Aguirre%20Jackelyn%20Edith_2da_prueba.pdf?sequence=16&isAllowed=y
- Lopez, A. (2017). Lineamientos de Cultura Exportadora presentes en la cooperativa Ceprovaque que generan Oferta Exportable de espárrago verde fresco, Jequetepeque – Noviembre, 2017. Trujillo, Perú: Para optar el título profesional de licenciado en negocios internacionales. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11611/lopez_da.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ministerio de comercio exterior y turismo del Perú. (2015). Mincetur.gob. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/wp->

content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/penx_2025/penx_fina

Ministerio de economía y finanzas de Perú. (2020). Portal web institucional. Obtenido de

https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=eses&itemid=101051&lang=es-es&view=article&id=474

My Perú Global. (29 de junio de 2020). myperuglobal.com. Obtenido de <https://myperuglobal.com/que-es-una-oferta-exportable/>

Sierralta, A. (2007). Internacionalización de las empresas latinoamericanas. Lima, Perú. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=QraSdPi68VMC&printsec=frontcover&dq=Sierralta+Rios,+A+\(2007\).+Internacionalizaci%C3%B3n+de+las+empresas+latinoamericanas+\(1st+ed.\)&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiZr9SDztXhAhUBYawKHXNTBbEQ6AEIMTAB#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=QraSdPi68VMC&printsec=frontcover&dq=Sierralta+Rios,+A+(2007).+Internacionalizaci%C3%B3n+de+las+empresas+latinoamericanas+(1st+ed.)&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiZr9SDztXhAhUBYawKHXNTBbEQ6AEIMTAB#v=onepage&q&f=false)

Superintendencia Nacional de aduanas y de administración tributaria - SUNAT. (16 de setiembre de 2018). Ley general de aduanas. Lima, Perú.

Tabra, R., & Lavanda, F. (2005). Negocios Internacionales. En Cultura exportadora. Lima, Perú.

ANEXOS

1. Matriz de consistencia

Título de la investigación	Problema de investigación	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Tipo y diseño de estudio	Población de estudio y procesamiento	Instrumento de recolección de datos
Nivel de cultura exportadora de los productores de camu camu de la Región Loreto, Iquitos año 2023.	<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es el nivel de cultura exportadora de los productores de camu camu de la región Loreto?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>1. ¿Cuál es el nivel sobre mercado Internacional de los productores de camu camu de la región Loreto?</p> <p>2. ¿Cuál es el nivel sobre facilitación comercial de los productores de camu camu de la región Loreto?</p> <p>3. ¿Cuál es el nivel de educación de los productores de camu camu de la región Loreto?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar el nivel de Cultura exportadora de los productores de camu camu de la región Loreto, Iquitos año 2023.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>1. Identificar el nivel sobre mercado Internacional de los productores de camu camu de la región Loreto, Iquitos año 2023.</p> <p>2. Definir el nivel sobre facilitación comercial de los productores de camu camu de la región Loreto, Iquitos año 2023.</p> <p>3. Identificar el nivel de educación de los</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Hi: El nivel de cultura exportadora de los productores de camu camu de la región Loreto es bajo.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>Hi1: El nivel sobre mercado Internacional de los productores de camu camu de la región Loreto es bajo.</p> <p>Hi2: El nivel sobre facilitación comercial de</p>	<p>Tipo de estudio:</p> <p>Descriptivo, explicativo</p> <p>Enfoque cuantitativo</p> <p>Diseño de estudio:</p> <p>No experimental de corte transversal.</p>	<p>Población:</p> <p>La población está conformada por 40 productores de Camu camu de la Región Loreto y que se dedican a la exportación de este recurso.</p> <p>Muestra:</p> <p>No se procederá a calcular la muestra debido a que la población de estudio es</p>	<p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario.</p>

productores de camu camu de la región Loreto, Iquitos año 2023.

los productores de camu camu de la región Loreto es bajo.

Hi3: El nivel sobre educación de los productores de camu camu de la región Loreto es bajo.

pequeña y se aplicará la encuesta a toda la población.

2. Instrumento de Recolección de datos

CUESTIONARIO DE CULTURA EXPORTADORA

Observe las preguntas realizadas en el presente cuestionario y responda con total honestidad, con la seguridad que el tratamiento de datos será con discreción y solo con los fines que la investigación demande. Las respuestas deben ser marcando una "X" sobre la opción elegida.

Sexo: M () F ()

La escala de respuesta es la siguiente:

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
5	4	3	2	1

Calidad de servicio

		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Dimensión Mercado internacional						
1	Realiza estudios de mercados Internacionales					
2	Conoce las normas de envase, embalaje, etiquetado, regulaciones extranjeras, estándares de calidad de algún mercado externo					
3	Conoce a sus posibles competidores en algún mercado internacional					
4	Para la comercialización internacional de sus productos utiliza intermediarios					
Dimensión facilitación comercial						
5	Está al tanto del marco regulatorio comercial del mercado internacional					

6	Está al tanto de las herramientas para acceso a los mercados internacionales					
Dimensión educación						
7	La empresa invierte en educación para potenciar el conocimiento de sus trabajadores					
8	Se desarrolla una adecuada instrucción de cómo realizar su trabajo al personal					
9	Intenta aprender nuevos idiomas con el fin de poder establecer un trato más directo a nuevos mercados internacionales					

3. Consentimiento informado

Por la presente declaro que he leído los cuestionarios de la investigación titulada: "Nivel de cultura exportadora de los productores de camu camu de la Región Loreto, Iquitos año 2023".

He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación como participante.

Nombre del participante:

.....

Su participación en este estudio no implica ningún riesgo de daño físico ni psicológico para usted. Es así que todos los datos que se recojan, serán estrictamente anónimos y de carácter privados. Asimismo, los datos entregados serán absolutamente confidenciales y sólo se usarán para los fines científicos de la investigación. El responsable de esto, en calidad de custodio de los datos, será el Investigador responsable del proyecto, quien tomará todas las medidas necesarias para cautelar el adecuado tratamiento de los datos, el resguardo de la información registrada y la correcta custodia de estos.

Desde ya le agradecemos su participación.

..... NOMBRE Investigador Responsable

