UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TESIS

INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Autor:

Aquino Llano, Rosa María

Hernández Vásquez, Claribel

Asesor:

Quiroz Tantalean Roosvelt Joossepy

Línea de Investigación:

Gestión y competitividad comercial

Pimentel – Perú

2018

Título de la tesis

INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016.

Aprobación de Tesis

Quiroz Tantaleán Roosevelt Joossepy
Asesor

Pintado Damián Mónica Del Pilar
Presidente del jurado de tesis

Rocero Salazar Cesar Ricardo
Secretario del jurado de tesis

Carrión Mesones Jean Michell
Vocal del jurado de tesis

DEDICATORIA

Queremos dedicarle este trabajo a nuestra familia, por permitirnos llegar a este momento especial en nuestras vidas, por el apoyo que nos han brindado, porque han compartido con nosotras las alegrías y tristezas de la vida universitaria. También quisiéramos dedicar este trabajo de investigación a nuestras madres que han esperado con gran anhelo nuestro desarrollo y logro profesional.

Claribel y María.

AGRADECIMIENTO

A la escuela de Negocios Internacionales, a la Universidad Señor de Sipán, por haber aceptado ser parte de su legado y por animar en las diferentes etapas a concluir la carrera, así como también a los diferentes docentes que han enseñado, que brindaron su apoyo y conocimientos para seguir adelante día a día a pesar de las dificultades.

Un agradecimiento especial a las diferentes empresas de agroexportación de la región Lambayeque que abrieron sus puertas y compartieron su experiencia y conocimiento con este trabajo de investigación. Asimismo, a las instituciones públicas vinculadas al comercio exterior por haber facilitado y aceptado que se realice esta tesis con su colaboración; Asociación Regional de Exportadores-AREX, y la Cámara de Comercio de Lambayeque-CCLAM.

Nuestro agradecimiento también va dirigido a los docentes metodólogos y especialistas que han acompañado a lo largo de la investigación que han corregido, orientado, y encaminado para lograr culminar con esta investigación.

RESUMEN

Esta investigación busca fomentar una cultura del valor de las relaciones de la empresa con su entorno, por ello esta investigación tiene por principal objetivo determinar la relación que existe entre el Modelo Intelect y el capital relacional que tienen las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque en el año 2016, donde se tiene como base teórica la propuesta del Centro del Conocimiento Internacional mediante el Modelo Intelect.

La necesidad de realizar esta investigación surge de la carencia de las empresas, vinculadas al comercio internacional, al momento de valorar económicamente las relaciones que mantiene con su entorno. Entre estas relaciones que a menudo no se valoran adecuadamente se tiene a la relación con sus clientes, sus proveedores, sus trabajadores y la sociedad misma. El estudio delimita su acción a las principales empresas agroexportadoras del sector agroindustrial de la región Lambayeque, sin embargo, los resultados de la investigación si pueden aplicarse a otras realidades similares de empresas del mismo rubro.

La presente investigación se realizó con un enfoque de análisis de información mixta, es decir se han obtenidos datos del tipo cualitativo y cuantitativo. El tipo y diseño de investigación fue no experimental - transeccional y descriptiva relacional. Las técnicas de recolección de datos utilizadas fueron la entrevista y las encuestas. Por otra parte el método de análisis ha sido el inductivo lo cual ha permitido realizar un análisis más objetivo de la información, teniendo como objeto de estudio el valor de las diferentes relaciones comerciales, sociales, y económicas de las empresas agroexportadoras con su medio.

Palabras Clave: Modelo Intelect, agroexportación, capital relacional.

ABSTRACT

This research seeks to promote a culture of the value of intangible assets, so this research has as main objective to determine the relationship between the Intelect Model and the relational capital that have the agro-export companies of the Lambayeque region in 2016, where Has as its theoretical basis the proposal of the International Knowledge Center through the Intelect Model.

The need to carry out this research arises from the lack of companies, linked to international trade, at the moment of economically valuing the relations that it maintains with its environment. Among these relationships that are often not valued adequately is the relationship with their clients, their suppliers, their workers and society itself. The study delimits its action to the main exporting companies of the agroindustrial sector of the region Lambayeque, however, the results of the investigation can be applied to other similar realities of companies of the same heading.

The present investigation was carried out with a mixed information analysis approach, that is, qualitative and quantitative data were obtained. The type and research design was non-experimental - transectional and descriptive relational. The techniques of data collection used were the interview and the surveys. On the other hand, the method of analysis has been the inductive which has allowed a more objective analysis of the information, having as object of study the value of the different commercial, social, and economic relations of the agroexport companies with their environment.

Keywords: Intelect model, agroexport, relational capital.

ÍNDICE

DEDICATORIA iii
AGRADECIMIENTO iv
RESUMEN v
ABSTRACT vi
I. INTRODUCCIÓN 9
1.1. Realidad Problemática 10
1.2. Trabajos previos. 12
1.3. Teorías relacionadas al tema 16
1.3.1. El Modelo Intelect (Euroforum) 16
1.3.2. Capital relacional 21
1.3.3. Empresas agroexportadoras 24
1.3.4. Definición de los términos básicos 25
1.4. Formulación del Problema 27
1.4.1. Delimitación de la Investigación 27
1.5. Justificación e Importancia del estudio. 27
1.5.1. Limitaciones de la Investigación 28
1.6. Hipótesis 29
1.7. Objetivos 29
1.7.1. Objetivo general 29
1.7.2. Objetivos específicos 29
II. MATERIAL Y MÉTODO 31
2.1. Tipo y diseño de la investigación 32
2.1.1. Tipo de investigación 32
2.1.2. Diseño de investigación 32
2.2. Población y muestra 32
2.3. Variables Y Operacionalización de variables 33
Procedimientos para la recolección de datos 37
2.4. Procedimientos de análisis de datos. 39
2.5. Aspectos éticos. 40
2.6. Criterios de Rigor Científico 41
III. RESULTADOS 42
3.1. Tablas y figuras 43

3.1.1. Diagnosticar la situación de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque en el periodo 2016. 43

3.1.2. Determinar las relaciones que mantienen las empresas agroexportadoras del sector agroindustrial de la región Lambayeque con sus clientes 55

3.1.3. Determinar las relaciones que mantienen las empresas agroexportadoras del sector agroindustrial de la región Lambayeque con sus proveedores 62

3.1.4. Determinar las relaciones que mantienen las empresas agroexportadoras del sector agroindustrial de la región Lambayeque con la sociedad Lambayecana 67

3.1.5. Analizar la existencia una relación entre el Modelo Intelect y los diferentes aspectos del capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque 72

3.2. Discusión de resultados 84

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 86

4.1. Conclusiones 87

4.2. Recomendaciones 88

REFERENCIAS 89

ANEXOS 91

I. INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se parte de una realidad económica empresarial donde a nivel internacional las empresas del sector minero y agrícola constantemente se ven afectadas por problemas sobre sus relaciones con la sociedad, con sus trabajadores, con sus proveedores, y también con sus clientes. Cuando las empresas no valoran estas relaciones que tiene con su entorno no valoran su capital relacional, el cual a su vez, es parte del capital intelectual. El objetivo de esta investigación es determinar cuál es la influencia del Modelo Intelect en el capital relacional que tienen las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque.

1.1. Realidad Problemática

A nivel internacional, tanto en Argentina, Colombia, y Bolivia las empresas del sector minero y agrícola constantemente se ven afectadas por problemas sobre sus relaciones con la sociedad, con sus trabajadores, con sus proveedores, y también con sus clientes. Cuando las empresas no valoran estas relaciones que tiene con su entorno no valoran su capital relacional, el cual, a su vez, es parte del capital intelectual. Según Miles & Quintillan "los recursos intangibles se han convertido en la principal fuente de generación de riqueza y bienestar. En este contexto la capacidad que posee una organización para conocer, medir y gestionar sus recursos intangibles, entre ellos el capital intelectual"(Calix, Vigier, & Briozzo, 2015)

A finales del año 2013, Ángela Sepúlveda manifestaba que tres variables no tangibles como el prestigio, la reputación, y la estima no habían sido tomadas en cuenta como elementos que iban a afectar directa o indirectamente sus resultados económicos de empresas españolas como Panrico, Pescanova, y Fagor quienes en el año 2013 tuvieron problemas de malas relaciones con sus trabajadores, afectando de esta forma el valor de su imagen y en lugar que sus relaciones públicas sean como un capital para ellas, por el contrario resultaron afectando sus Estados de Resultados evidenciando con ello un deficiente manejo en la gestión de este tipo de valores intangibles. (Sepulveda, 2013)

Luego en Chile la conocida empresa estadounidense Monsanto Company (Monsanto Co) ha tenido problemas de mal manejo de su capital relacional en el sentido que con la sociedad chilena se ha creado un malestar general que incluso ha llevado al a la elaboración una ley para protegerse de los productos que ellos comercializan, y según su propio gerente el señor Ignacio Salazar, en ese momento, año 2014, ni siquiera tenían una página Web para comunicarse a nivel oficial con sus clientes, proveedores o para aclarar o informar correctamente a la población, entonces, se puede decir que esta empresa no valoró adecuadamente sus relaciones con la sociedad, posiblemente no pensaron que era importante, o no pensaron que esto iba a tener un impacto en su administración. (Ahumada, 2014)

A nivel nacional las empresas peruanas han ido valorando poco a poco el valor de sus relaciones con los diferentes actores que intervienen en su actividad económica por ejemplo, el 2015 en el diario Gestión en su artículo: "Las 10 empresa más admiradas del Perú", entre los nombres de esas corporaciones figuraban empresas como Alicorp S.A.A, Unión de Cervecerías Peruanas Backus & Johnston S.A.A., Banco de Crédito del Perú (BCP), Banco Internacional del Perú S.A. (Interbank), entre otras (Diario Gestión, 2015). Sin embargo, salvo la empresa Backus que tiene un sector de su industria relacionada a la agroexportación, Agroindustrias AIB S.A., las demás empresas no tienen nada que ver con el sector agrícola. Es decir, las empresas que más valoran o toman en serio el capital relacional no son del sector agrícola, por el contrario, empresas grandes como Verde Flor SAC, especializada en la exportación de palta Has, la empresa Camposol o la empresa Drokassa, no tuvieron malas relaciones con sus proveedores o trabajadores, pero si con sus socios inversionistas.

A nivel local, el capital relacional de las empresas agroexportadoras muchas veces se influencia por las exigencias del mercado internacional como son el cumplimiento de estándares internacionales de calidad para acceder a los mercados, las certificaciones Globalgap, Eurogap, JAS, Faire

Trade, etc. sin embargo, los empresarios no los consideran como un activo intangible y me piensan que es parte del capital relacional de su empresa, sino que es un requisito importante. De la misma forma empresas como Pronatur EIRL, o Gandules Inc, dan prioridad a sus relaciones con los clientes, y descuidan el valor que tienen las relaciones con otros agentes externos como las universidades o la sociedad en general, entonces luego viene la imagen positiva o negativa que cada empresa proyecta. Por otra parte, algunas empresas del rubro agrícola exportadoras y con potencial exportador como las empresas azucareras Pomalca y Tumán, aún mantienen relaciones negativas con sus trabajadores y socios que constantemente deterioran la imagen corporativa. Entre el año 2010 y 2015 por la mitad de la empresas exportadoras del sector agrícola de la región Lambayeque han tenido algún problema en relación al poco valor que le dan a su capital relacional, a veces se piensa que sólo es un tema de relaciones públicas, pero no advierten que así como tener una planta procesadora en óptimas condiciones es indispensable para darle un mayor valor a su empresa y a sus productos, de igual manera, aprovechar de la mejor forma las relaciones que la empresa mantiene con su medio es igual de importante, dado que estas relaciones se convertirán en activos intangibles. Por ejemplo, que las empresas no cuenten con una página Web actualizada, ni políticas de pagos de proveedores que se respeten, o que a sus accionistas no se les informe adecuadamente, o bien que existan problemas de arbitrios o conflictos con la municipalidad; todo ello son expresiones de no valorar su capital relacional.

1.2. Trabajos previos.

Para buscar antecedentes sobre la presente investigación, se ha hecho una revisión documentaria física y virtual, la que ha permitido tener los siguientes antecedentes internacionales, nacionales y locales:

A nivel internacional

Calix C., Vigier H., y Briozzo H. (2015) en su investigación: *Capital intelectual y otros determinantes de la ventaja competitiva en empresas exportadoras de la zona norte de Honduras.* Universidad Nacional del Sur. Bue Aires-Argentina. Tienen como objetivo analizar el capital intelectual y otros determinantes de la ventaja competitiva en empresas exportadoras del norte de Honduras, desde 2 perspectivas: la Teoría de los recursos y capacidades y la Teoría de la empresa basada en el conocimiento. A fines de testear las hipótesis se usaron datos mediante regresión probit. La evidencia encontrada indica que tener mayor capital intelectual, la antigüedad de la empresa exportadora, el tamaño y el grado de exigencia del país de destino son variables relevantes que influyen de manera positiva en el nivel de ventaja competitiva. Se considera que los resultados obtenidos contribuyen a la literatura sobre el nivel de ventaja competitiva en empresas exportadoras de países en desarrollo, siendo el primer trabajo de este tipo realizado en Honduras. Como futura línea de investigación se debe efectuar una identificación, clasificación y medición del capital intelectual y la ventaja competitiva, ambas variables medidas de forma longitudinal.

Ordoñez P. (2004) en su investigación titulada: *La inversión en capital relacional como base para la competitividad internacional: un estudio de indicadores.* Universidad de Oviedo. Asturias-España. Indica que el capital relacional es un recurso basado en el conocimiento que representa el valor organizativo derivado de las relaciones de la empresa con los clientes, competidores, accionistas, stakeholders así como otros agentes. Su trabajo tiene por objeto el estudio del capital relacional como fuente de competitividad en las organizaciones. Para ello ha dividido su trabajo en dos secciones. En primer lugar, desarrolla un marco conceptual para el análisis del capital relacional donde propone una matriz con dos dimensiones: carácter idiosincrásico o específico y valor estratégico. Basándose en ella, se describen cuatro tipos de capital relacional:

idiosincrásico, esencial, genérico y residual. En segundo lugar, analiza los principales indicadores de capital relacional que están utilizando las empresas pioneras de Asia y Europa en medición de capital intelectual. A través de un estudio de casos y un análisis de informes de capital intelectual, elabora un cuadro con cuatro categorías principales de indicadores -perfil de clientes, imagen, difusión y networking, y, por último, colaboración y conectividad. Finalmente, presentan las principales conclusiones e implicaciones para la gestión derivadas de su investigación.

A nivel nacional

Carrión L., y Cuba M. (2014) en su investigación: *Proceso de conversión del conocimiento basado en el Modelo de la Espiral del Conocimiento* (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima –Perú. Menciona que la gestión del conocimiento ofrece metodologías y herramientas que brindan un importante marco para la continuidad y éxito del negocio. Para ello utiliza el modelo teórico propuesto por Ikujiro Nonaka, quien describe el proceso de conversión del conocimiento en un continuo de 4 etapas: socialización, externalización, combinación e internalización. Luego, a partir de un análisis descriptivo basado en dicho modelo, busca aproximarse a la práctica de la gestión del conocimiento de una empresa perteneciente al sector pesquero, industria que ha sufrido en los últimos años importantes procesos de crecimiento y consolidación. La investigación tiene carácter descriptivo y su metodología es de tipo cualitativa y cuantitativa. Realizaron encuestas a trabajadores de las diferentes áreas elegidos aleatoriamente y, al mismo tiempo, aplicaron entrevistas semi-estructuradas gerentes estratégicos de la empresa. Este estudio encontró un nivel bajo de desarrollo en los diferentes niveles del modelo de la espiral de conocimiento, siendo la fase de externalización la de mayor desarrollo al interior de la empresa.

García, T. (2005), en su investigación: *Diseño de un modelo para la medición del capital intelectual de empresas manufactureras en el Perú*.

Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima – Perú. Muestra que un Modelo para la medición del capital intelectual de una empresa de manufactura en el Perú tiene un valor importante por ser el elemento clave para conocer la estructura de los activos intangibles de la empresa y su capacidad para generar valor. Según el autor la creación del valor no sólo depende de los activos físicos, sino cada vez más de los activos intangibles, por ello es que los indicadores del capital intelectual se están identificando y estructurando para que el modelo garantice que los resultados que se obtengan sean aceptables y creíbles. La técnica y los instrumentos de recolección de datos los considera a la aplicación de un modelo contable comparado para valorizar activos intangibles.

Antecedentes locales

Smith Y., y Vera R. (2010) en su investigación: *El capital intelectual como medio generador de valor en la empresa industrial Procesadora SAC de la ciudad de Chiclayo* (Tesis de grado). Universidad Señor de Sipán. Pimentel –Perú. Presenta el tema del capital intelectual como medio generador de valor en la empresa industrial Procesadora SAC de la ciudad de Chiclayo. Según las autoras el capital intelectual es un concepto muy amplio, que puede resumirse en un conjunto de atributos que debe poseer una empresa para llevar a cabo una gestión económica, satisfactoria e inclusive sobrevivir en un entorno cada vez más competitivo; a través de esta investigación se determinó en qué medida el capital intelectual es un medio generador de valor. Además, demostraron como el capital intelectual (suma de capital humano, capital estructural, capital relacional), genera o no ventaja competitiva en la empresa industrial Procesadora SAC. Para el desarrollo de dicha tesis utilizaron las técnicas de observación, encuesta y entrevista. También aplicaron un modelo matemático de medición de intangibles en la empresa. Con la aplicación de este método pudieron probar si el capital intelectual identificado como un intangible posee o no ventaja competitiva y esta a su vez si era generador valor en la empresa en mención. Obteniendo como resultado que el capital intelectual de la

empresa industrial Procesadora SAC no genera ventaja competitiva en base a su capital intelectual por tanto no genera valor en la empresa.

1.3. Teorías relacionadas al tema

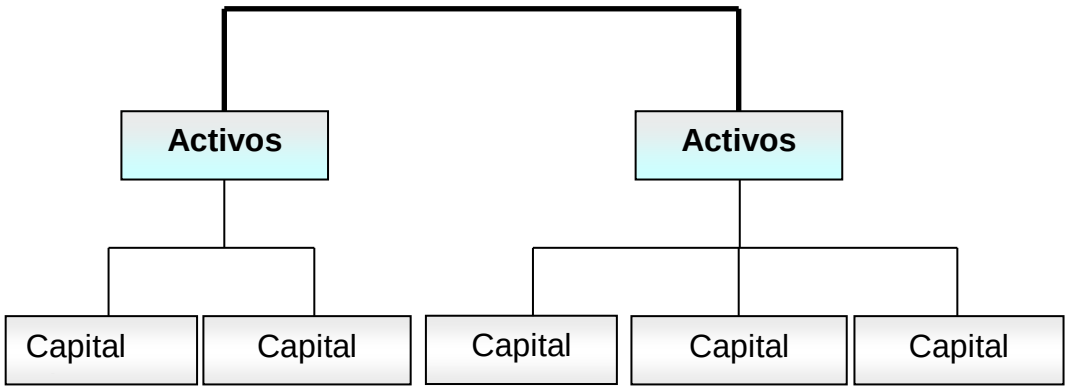
1.3.1. El Modelo Intelect (Euroforum)

El Modelo Intelect, tiene sus orígenes en el año 1998, en una convención llevada a cabo en España, con la finalidad de definir un modelo en consenso por diferentes especialistas y teniendo como referencia otros modelos relacionados con la mediación y gestión de los activos intangibles de una empresa. Para entender cómo se estructura y funciona el modelo, lo primero es aclarar que este modelo busca medir aquel capital de la empresa que muchas veces no se encuentra bien definido en los libros contables, a este tipo de capital se le conoce con el nombre de *capital intelectual*, por ello, es importante tomar algo conceptos para definir y saber que es lo mide, describe y estructura el modelo.
Edvinsson y Malone (2002), definen el capital intelectual como la posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con clientes y destrezas profesionales que le dan una empresa (Skandia) una ventaja competitiva en el mercado. (pag.64). Según dichos autores el valor del capital intelectual es el grado en que estos activos intangibles se puedan convertir en rendimientos financieros (futuros) para la empresa.

Luego en el 2002, Eduardo Bueno, conceptualiza que el capital intelectual es el conjunto de competencias básicas distintivas de carácter intangible que permiten crear y sostener una ventaja competitiva, luego menciona que este tipo de capital está recogido y evaluado por la diferencia entre el valor de mercado de la compañía y el valor contable de sus activos productivos. Finalmente define que el capital intelectual representa la valoración de los activos intangibles creados por los flujos de conocimientos de la empresa.

Así mismo, el propio Modelo Intelect también tiene una definición de lo que debe entenderse por capital intelectual, y es justamente este concepto el que se va tomar como referencia en la presente investigación. Así se tiene que ellos definen el capital intelectual como el conjunto de activos intangibles de una organización que, pese a no estar reflejados en los estados financieros, sí generan un valor actual a la empresa y tienen potencial de seguir generándolo en el futuro. Para una mejor apreciación de esta definición, propuesta por el modelo intelect, sobre el capital intelectual (activos intangibles) y los otros capitales productivos presentes en una empresa (activos tangibles), se muestra la siguiente figura:

Figura 1*: VALOR DE UNA EMPRESA*



Fuente: Ana Bar galló, 2003.

1.3.1.1. Componentes del Modelo Intelect

El modelo Intelect, según El Centro Internacional del Conocimiento (CIC, 2003), presenta tres partes; la naturaleza del modelo, la estructura, y las características básicas.

Naturaleza: el Modelo Intelect es un modelo abierto y flexible que relaciona el capital intelectual con la estrategia de la empresa. Su finalidad principal es proporcionar a los gestores la información relevante para la toma de decisiones y facilitar información a terceros sobre el valor de la empresa. (CIC 2003, pág. 26)

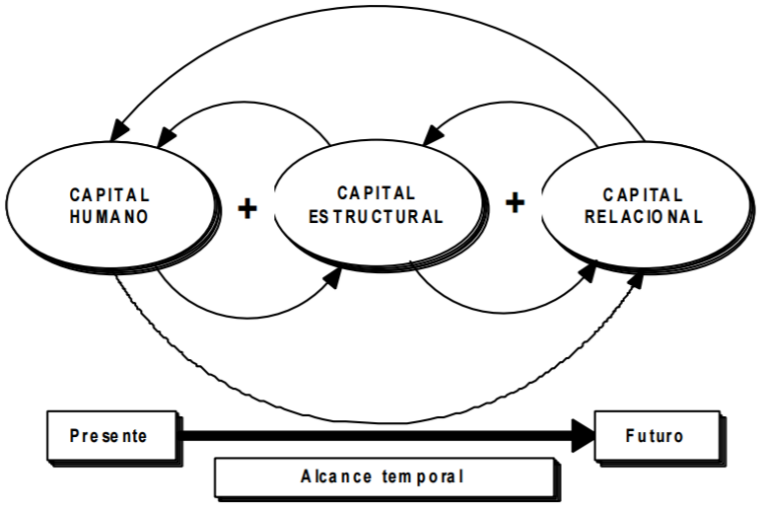
Estructura: su estructura está formada por bloques, elementos e indicadores. Los bloques del capital intelectual son el capital humano, el capital estructural y el capital relacional. Los elementos son los recursos o activos intangibles que integran cada componente del capital intelectual. Por último, los indicadores representan la forma de evaluar cada uno de los elementos anteriores (CIC 2003, pág. 26-27):

Capital Humano: el capital humano representa el valor de los conocimientos y del talento que se encarnan o poseen las personas que componen la organización.

Capital Estructural: representa el valor de los conocimientos existentes y propiedad de la organización, que generan su base de conocimientos. Estos conocimientos se concretan en el conjunto de valores culturales compartidos, base de datos, procedimientos, protocolos, rutinas o pautas organizativas, esfuerzos y desarrollos tecnológicos que constituyen el saber y saber hacer de carácter colectivo y que permanecen en la empresa con independencia de que las personas la abandonen.

Capital Relacional: Representa el valor de los conocimientos que se incorporan a las personas y a la organización con motivo de las relaciones de carácter más o me permanente que mantienen con los agentes del mercado y de la sociedad en general.

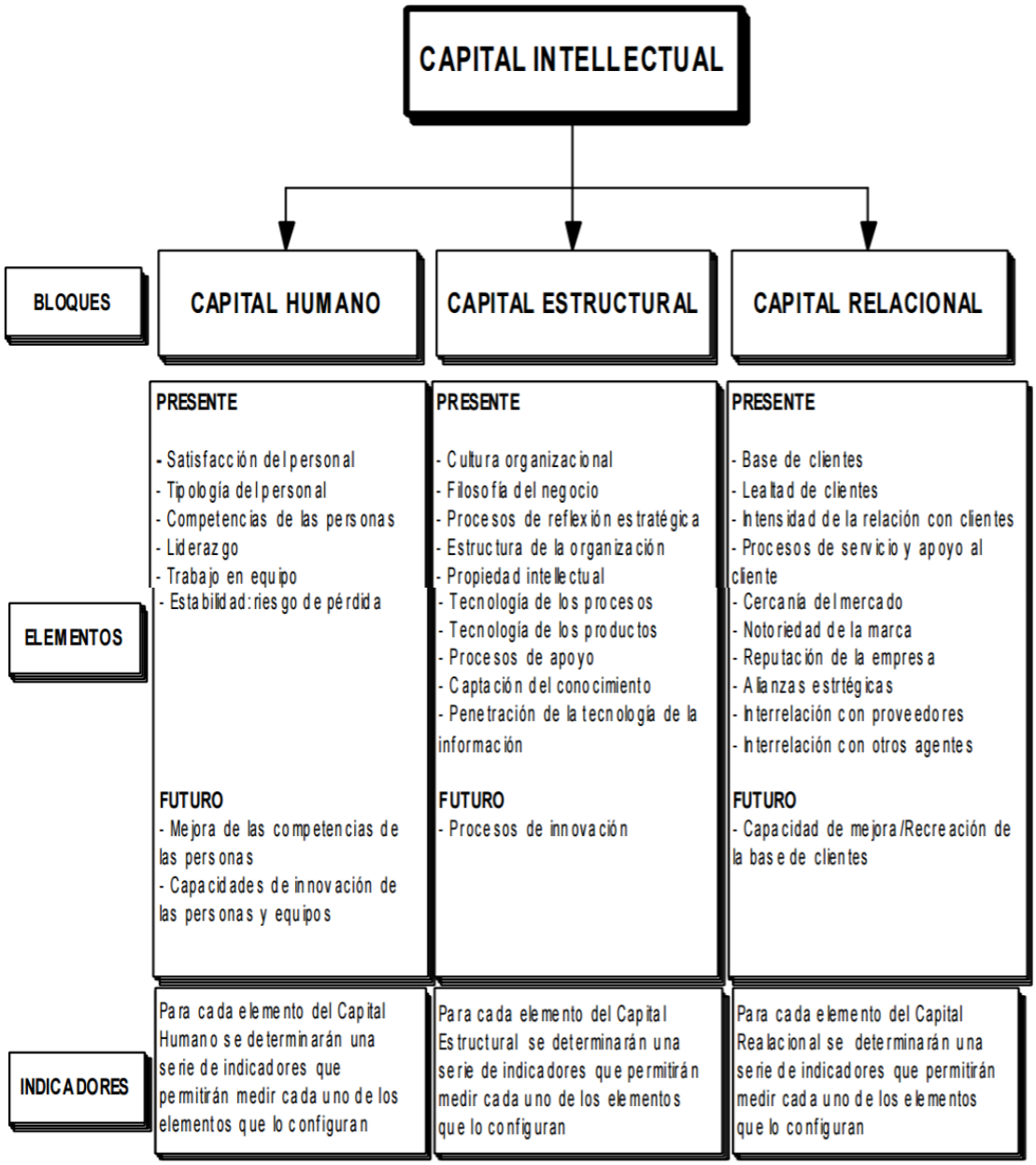
Figura 2: *Modelo Intelect*



Fuente: *Cobo, A. 2006*

Características: el Modelo Intelect incorpora las siguientes dimensiones: presente/futuro, interno/externo, flujo/fondo y explícito/tácito. Este modelo persigue la estructuración y medición de los activos intangibles en el momento actual y, sobre todo pretende revelar el futuro previsible de la empresa, de acuerdo con la potencialidad de los distintos elementos de su capital intelectual y los esfuerzos que se están realizando para su desarrollo.

Figura 3. *Elementos del Modelo Intelect*



Fuente: Cobo, A. 2006

Resulta oportuno destacar que el Modelo Intelect considera a la organización como un sistema abierto y, por ello, la identificación de recursos intangibles valiosos debe incluir tanto los recursos intangibles desarrollados internamente en la empresa como los resultantes de la interacción de la empresa con terceros. Otra de las características básicas es su carácter dinámico, ya que recoge tanto los valores

acumulados del capital intelectual en un momento del tiempo como las interrelaciones entre los componentes del mismo, que lo dinamizan y hacen evolucionar.

1.3.2. Capital relacional

El capital relacional, en su valor más básico para la empresa, se podría decir que se refiere al valor que tienen el conjunto de relaciones que mantiene con el exterior. Según el CIC (2003) es la calidad y sostenibilidad de sus clientes y su potencialidad para generar nuevos clientes en el futuro, así como la imagen que proyecta en su entorno. (p. 27)

Dentro de la valoración y gestión de activos intangibles a criterio de Martín de Castro et al. (2009), entre las tres formas de capital que componen el capital intelectual, el capital relacional destaca por su posición estratégica dentro de la empresa, según los autores, su importancia radica en las relaciones inter organizativas que tiene la empresa con su entorno, donde sus principales activos intangibles provienen de su relación con sus clientes, proveedores o aliados.

Por otra parte, se tiene a Ordoñez de Pablos (2006) quien resalta la importancia de estudiar los activos intangibles de una empresa por su carácter estratégico al ser fuente de creación de ventajas competitivas para la misma. Para la autora, aunque el capital intelectual constituye la base del capital intelectual, es el capital relacional el que tiene un efecto multiplicador porque actúa conectando el capital humano y estructural con sus agentes externos.

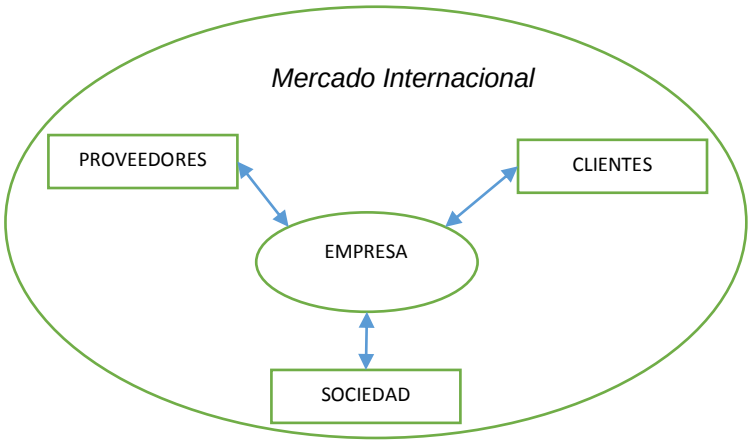
De lo anterior se deduce que el capital relacional al que se hace mención tiene dos características base, la primera es su valor estratégico para la empresa, es decir, la calidad de sus relaciones con el entorno, será un

insumo de vital importancia para posteriormente desarrollar la segunda característica, ser una ventaja competitiva para la organización.

Dimensiones del capital relacional:

Para la finalidad de la presente investigación y según la naturaleza del estudio se ha considerado como referencia, respecto a las dimensiones fundamentales, lo expuesto por CIC (2003), así se tiene que el capital relacional presenta 3 dimensiones básicas en las empresas inmersas en un mercado internacional:

Figura 4: *Dimensiones básicas del capital relacional*



Fuente: Elaboración propia a partir de los autores citados.

Relación con Clientes*:* Uno de los principales activos de las empresas se mide por su relación con los clientes, ello incluye desde la recepción de las órdenes de compra, pasando por los canales de distribución hasta el servicio de post venta que se realice. La relación con los clientes se convertirá en un activo para la empresa en la medida que dicha relación le represente un incremento en su valor económico como empresa.

Relación con proveedores: Según los autores citados por Martín del Castro (2010) las relaciones con los proveedores, basadas en la estabilidad, confianza y compromiso, tienen efectos muy beneficiosos en la cadena de suministros. Por lo que los mecanismos y procesos tanto

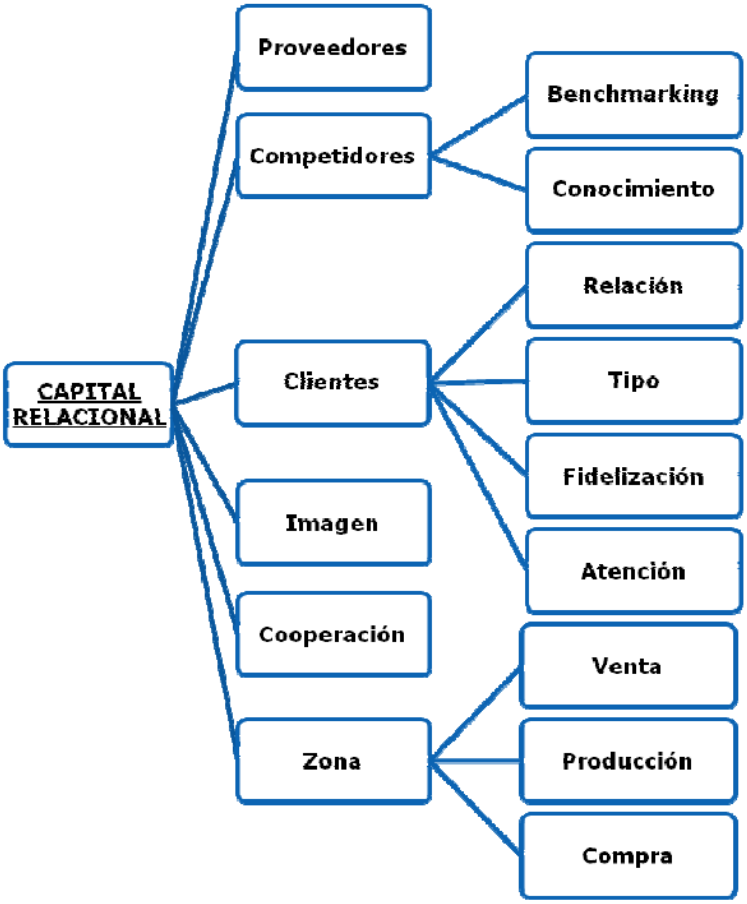
formales como no formales son un factor clave para la creación de este tipo de capital. (p.4)

Relación con la sociedad: La otra cara del capital relación son sus relaciones con la comunidad local, nacional, e internacional, es decir, como la empresa se vincula a la sociedad y como estas relaciones le aportan valor. Aporta valor tanto las relaciones que se mantiene con los municipios como las relaciones que mantiene la empresa con un sindicato de trabajadores o con organizaciones internacionales. En este aspecto también se refiere a la imagen que proyecta la empresa en la sociedad

Algunos autores como Martos, Fernández y Figueroa (2008), indican que el capital relacional incluye las relaciones con el entorno, principalmente con los agentes económicos que participan en las diferentes fases de la cadena de valor del producto. (p.74). También consideran 2 dimensiones adicionales: la dimensión *Competidores*; implicando el área del conocimiento y benchmarking, y la dimensión *zona*; implicando el área de venta, producción y compra.

En la siguiente figura se puede apreciar las diferentes variables que consideran Martos et al. (2008).

Figura 5: Variables del capital relacional



Fuente: Martos, Fernández y Figueroa, Figura 4. (2008).

1.3.3. Empresas agroexportadoras

Una vez que se decide ingresar al proceso de exportar, se debe cumplir con los siguientes requisitos.

Empresa agroexportadora: empresa debidamente constituida y habilitada para exportar para lo cual se debe inscribir en el Registro Unificado. De otro lado, debe contar con el Registro Único de Contribuyentes - RUC, que es normado a través del Decreto Ley No. 25732 de fecha 24.09.92, que se crea ante la necesidad de reemplazar las deficiencias del sistema de identificación de SUNAT. El RUC es un registro computarizado, único y centralizado de los contribuyentes y/o responsables de los tributos que administra la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - SUNAT. Los exportadores que obtengan el

respectivo número de RUC, podrán obtener la autorización para la emisión de facturas para la exportación de sus productos.

Producto exportable: La determinación de la oferta exportable, debe ser complementada con la descripción del producto en cuanto a sus bondades, usos y tipos de presentación, tipo de envase y embalaje, marcas, código de barras internacional, denominación de origen. Se requiere conocer la partida arancelaria del producto que se va exportar. Es conveniente contar con precios referenciales, de modo que permita al exportador fijar precios competitivos, considerando que en el mercado internacional existen muchas empresas que compiten con productos similares. La empresa debe contar con productos de calidad debidamente garantizados. Asimismo, tener la capacidad de producción de modo que garantice el cumplimento del volumen suficiente y la continuidad en los plazos y condiciones pactadas con el comprador.

Mercado destino: para exportar es necesario realizar una investigación de mercados, para lo cual se recurre a las instituciones promotoras de las exportaciones, gremios, cámaras de comercio, y otros medios de contacto indirecto que permitan conocer a los compradores en los mercados de destino.

1.3.4. Definición de los términos básicos

***Activos intangibles*:** Un activo intangible es un activo que no tiene forma física, no es algo material y por tanto, no se puede ver ni tocar. Provienen de los conocimientos, habilidades y actitudes de las personas y empresas. A pesar de no tener naturaleza física, los activos intangibles son recursos muy valiosos para las empresas. Son recursos que pertenecen a la empresa y que pueden generar una gran ventaja competitiva si son correctamente gestionados. (Economipedia, 2017)

Agente económico: Unidad básica donde se generan y toman decisiones respecto a la actividad económica. Un agente económico puede ser una persona, una Empresa, o cualquier organización que realice actividades económicas.

Imagen corporativa: También denominada imagen de empresa en la opinión global arraigada en la memoria del mercado que interviene positiva o negativamente en los criterios y actitudes del consumidor hacia los productos. (FMK, 2017)

Gestión del conocimiento: es el conjunto de actividades para el desarrollo, aplicación, utilización e incremento de los activos intangibles (capital intelectual) de una organización, basadas en el valor que representa para los clientes, el personal y la empresa la explotación del capital intelectual, con el fin de generar, mantener y aumentar las ventajas competitivas y el valor de la organización en el mercado. (Carrión, J. 2006, p. 88)

Capital intelectual: se refiere a la posesión de conocimiento, experiencia aplicada, tecnología organizativa, relaciones con clientes, proveedores, etc., así como habilidades profesionales que proporcionan una ventaja competitiva en el mercado. (Ordoñez, P. 2008, p.135)

Capital Organizativo: Es el conjunto de activos intangibles de naturaleza tanto explícita como implícita, tanto formales como informales, que constituyen el conocimiento colectivo de la organización y que estructuran y desarrollan de manera eficaz y eficiente la actividad de la organización. (CIC, 2003, p. 26)

Capital Tecnológico: Se refiere al conjunto de intangibles directamente vinculados con el desarrollo de las actividades y funciones del sistema técnico de operaciones de la organización, responsables tanto de la obtención de productos (bienes y servicios) con una serie de atributos específicos y del desarrollo de procesos de producción eficientes, como el avance de

conocimientos necesarios para desarrollar futuras innovaciones en productos y procesos. (CIC, 2003, p. 27)

1.4. Formulación del Problema

¿Cuál es la influencia del Modelo Intelect en el capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque en el periodo 2016?

1.4.1. Delimitación de la Investigación

La investigación se delimita por su alcance de aplicación, se dirige específicamente a las empresas agroexportadoras del rubro agroindustrial que pertenecen y operaron en cualquiera de las provincias y localidades de la región Lambayeque porque abarcar otros sectores podría resultar en un estudio poco profundo, y además es el principal sector de esta región. La investigación toma los datos durante el año 2016 porque realizar un estudio de más años podría significar una mayor demanda de insumos de información y es más factible que las empresas accedan a mostrar y recuerden mejor las actividades de su último año. Además, está investigación abarca un enfoque más administrativo que operativo de la actividad de dichas empresas, porque se refiere a la parte de la gestión de los recursos que tiene la empresa, sobre cómo llevan sus relaciones con el entorno, no tanto el cómo procesan sus productos.

1.5. Justificación e Importancia del estudio.

A nivel empresarial, esta investigación busca que los activos intangibles de las empresas agroexportadoras sean cada vez más valiosos para la imagen de las mismas, y obtener sus beneficios transformado en valores monetarios. Con el presente estudio se permitiría valorar otros aspectos que podrían ser objeto de aplicaciones empresariales, como valorar el nivel de conocimientos, experiencias, aptitudes de las personas que trabajan en la empresa, y las políticas, procesos, proyectos a futuro. Las aplicaciones prácticas tiene este trabajo son de gran valor para las empresas que

necesitan conocer una forma adecuada de valorar y gestionar los activos intangibles de su capital relacional.

A nivel académico, la presente investigación busca convertirse en una fuente académica de consulta tanto para las empresas exportadoras del sector agrícola como de otros sectores en relación a la puesta en marcha de una modelo de que les ayude a valorar adecuadamente sus relaciones, en este caso, se propone realizar esta valoración según el Modelo Intelect, presentado por el Centro Internacional del Conocimiento (CIC). En el ámbito académico la trascendencia de la investigación está relacionada con la importancia del capital relacional en las empresas exportadoras del sector agrícola, que más adelante puede servir de referencia para futuras investigaciones.

A nivel social, mediante la presente investigación las instituciones públicas y privadas podrán valorar mejor a sus relaciones con las municipalidades, con el gobierno central, también con los trabajadores. Al valorarse mejor las relaciones que deben mantener estas instituciones, van a esforzarse para que su contribución al medio ambiente y a la sociedad en general sea de mejor calidad; es decir, buscarán pagar sus impuestos y tributos oportunamente, mantener sueldos y salarios idóneos, también procurarán obtener certificaciones, premios, y reconocimientos naciones e internacionales que corroboren que dichas instituciones son amigables con el medio ambiente.

1.5.1. Limitaciones de la Investigación

Dentro de las limitaciones que se tuvo en el desarrollo de esta investigación fueron:

Primero ha sido la limitación del uso de recursos informáticos para acceder a los resultados de fuentes de información primaria fiables que abarquen el mismo tema de estudio que hable sobre el capital relacional en empresas exportadoras, sea dentro de la localidad como a nivel nacional e internacional.

Segundo, es el limitado acceso a ciertas empresas agroexportadoras de la región Lambayeque, sobre todo el acceso al área de gerencia o administrativa, aún existe cierta resistencia a colaborar con investigaciones de tipo básica de parte del empresario local, y también es más difícil de contactar a los dueños, gerentes o administradores, que al personal operativo de estas empresas.

1.6. Hipótesis

Hipótesis de Investigación (hi)

Hi: El Modelo Intelect tiene una influencia positiva en el capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque.

Hipótesis nula (ho)

Ho: El Modelo Intelect tiene una influencia negativa en el capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Determinar la influencia que existe entre el Modelo Intelect y el capital relacional que tienen las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque en el año 2016.

1.7.2. Objetivos específicos

a) Diagnosticar la situación actual de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque en el periodo 2016.
b) Determinar las relaciones que mantienen las empresas agroexportadoras del sector agroindustrial de la región Lambayeque con sus clientes.
c) Determinar las relaciones que mantienen las empresas agroexportadoras del sector agroindustrial de la región Lambayeque con sus proveedores.

d) Determinar las relaciones que mantienen las empresas agroexportadoras del sector agroindustrial con la sociedad lambayecana.
e) Analizar la relación entre el Modelo Intelect y los diferentes aspectos del capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de la investigación

2.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación se llevó a cabo desde el enfoque cuantitativo y es del tipo descriptivo, según Monje (2011), este enfoque tiene la finalidad de realizar la investigación mediante el análisis de datos, la comprobación y la experiencia, y realizar el análisis de los hechos tal como se presentan y de los cuales se debe realizar una descripción objetiva. Por lo tanto, el tipo de investigación utilizado en este trabajo de investigación plantea describir objetivamente la manera en que el modelo intelect influye en el capital relacional que tienen las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque.

2.1.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental y transaccional por que no se va influir en las variables (o manipularlas) para ver si existe alguna variación respecto a la hipótesis planteada, y la investigación está limitada a un periodo de tiempo determinado, que en este caso es para el año 2016.

2.2. Población y muestra

Población: La población está formada por un total de 54 empresas agroexportadoras de la región Lambayeque. Para determinar esta población primero se partió de un listado inicial de 100 empresas, que incluía a los subsectores agropecuarios y otros sectores con un monto FOB de exportación superior o igual a USD 100 mil (SIICEX, 2015), sin embargo 16 de ellas ya no se encontraron activas al 2016 y pertenecían a otra región, quedaron 84 empresas. De estas empresas, solamente el 63% son parte del rubro de agroindustria que impulsaría el desarrollo exportador de la región (DEMI, 2016), lo cual dio una población de 54 empresas agroexportadoras.

Muestreo: Dado que la población es conocida y es superior a 30, entonces se va aplicar la siguiente la siguiente formula estadística para el cálculo de la muestra de manera aleatoria simple:

$$\mathrm{n} = \frac{\mathrm{Z}^2 x\ \mathrm{P}\ x\ \mathrm{Q}\ x\ \mathrm{N}}{\mathrm{E}^2(\mathrm{N}-1) + \mathrm{Z}^2\mathrm{P}\ x\ \mathrm{Q}}$$

Dónde:

N = Tamaño de la población: 54

Z= 1.65 (grado de confiabilidad es del 90%)

p = Probabilidad (en este caso = 0.5)

q = No probabilidad 1 – p (en este caso 1-0.5 = 0.5)

E = 10% error muestral (muestra el grado de precisión).

Aplicando la fórmula para calcular la muestra:

$$\mathrm{n} = \frac{1.65^2 * 0.5 * 0.5 * 54}{0.10^2(54-1) + 1.65^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$\mathrm{n} = 31$$

Muestra: La muestra para esta población serían 31 empresas exportadoras de la región Lambayeque. Esta muestra agrupa a diversos subsectores agropecuario, Por lo tanto, la muestra con la que se trabajó en la presente investigación fueron 31 empresas.

2.3. Variables Y Operacionalización de variables

Variable independiente : Modelo Intelect

Variable dependiente : Capital relacional

Variables	Dimensiones	Indicadores	OBJ	ITEMS	Instrumentos		
V.I.: Modelo Intelect	C. HUMANO	Personal administrativo cualificado	e)	2.1, 2.2	Guía de entrevista		Análisis de contenido
		Satisfacción de trabajadores	e)	2.3, 2.4			
	C. ESTRUCTURAL	Filosofía de la empresa	e)	1.11		Cuestionario	
		Innovación de procesos	e)	2.5 , 1.12	Guía de entrevista	Cuestionario	
	C. RELACIONAL	Clasificación de clientes	e)	2.6			
		Alianzas estratégicas	e)	2.7, 2.8			
		Interrelación con proveedores	e)	1.13		Cuestionario	

Variables	Dimensiones	Indicadores	OBJ	ITEMS	Instrumentos	
V.D.: Capital relacional	PROVEEDORES	Acuerdo con proveedores	c)	1.5	Cuestionario	Análisis de contenido
		Proyectos conjuntos con proveedores	c)	1.6		
		Sugerencias o quejas de proveedores	c)	1.7		
	CLIENTES	Sugerencias recibidas de los clientes	b)	1.3,		
		Calidad de servicio de post-venta	b)	1.4, 1.2, 1.1		
	SOCIEDAD	Convenios con instituciones públicas y privadas	d)	1.8, 1.10		
		Certificaciones de responsabilidad social	d)	1.9		

Método, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Método inductivo

Se ha utilizado el método inductivo para establecer conclusiones particulares, a partir de un conocimiento general, una vez realizado el estudio, análisis de hechos y datos. En este caso las generalidades de los resultados de las entrevistas realizadas a los expertos. En este caso se va a utilizar un modelo desarrollado previamente y adaptarlo a la realidad de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque.

Técnicas de recolección de datos

La entrevista

Se ha utilizado la técnica de la entrevista, según Arias (2011), indica que es una técnica muy útil para recabar información a través de la comunicación oral o escrita donde las entrevistas cualitativas son interpretadas como encuentros frente a frente entre los informantes y el investigador con el objetivo de comprender los puntos de vista de la unidad de análisis. Como técnica de recolección de datos en esta investigación la entrevista ha permitido observar y describir la situación en la que se encuentran las empresas exportadoras y el capital relacional que tienen.

La encuesta

La técnica de encuesta, según Malhortra (2008), es útil para recabar información a través de cuestionarios prediseñados. Se ha aplicado esta técnica de obtención de datos con la finalidad de acceder de manera rápida y específica a las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque y obtener información sobre su capital relacional.

Análisis documental

Po otra parte también se está utilizando la técnica de análisis documental. Rojas, (2010) manifiesta que es una técnica que busca obtener datos a partir de documentos escritos o virtuales, que serán utilizados dentro de los propósitos de un estudio concreto, en esta caso se refiere a la información que complemente lo relacionado al capital relacional de las empresas agroexportadoras.

Instrumentos de recolección de datos

Guía de entrevista

Cuestionario

Ficha de análisis de contenido

Procedimientos para la recolección de datos

Para el cumplimiento de los objetivos antes mencionados se realizó el siguiente procedimiento:

Mediante la guía de entrevista:

-Se recopiló información confiable sobre las direcciones fiscales de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque, se tomó como referencia la información proporcionada por la página Web de SUNAT.

-Se realizaron coordinaciones con la escuela de Negocios Internacionales para enviar cartas a las empresas.

-Se contrató una movilidad para visitar a las empresas y fijar día y hora de la aplicación de la entrevista. Algunas empresas accedieron inmediatamente a realizar la entrevista.

-Con las empresas que no accedieron, se acordó volver a llamarlas para confirmar el día y hora de la entrevista. Algunas empresas indicaron que la persona responsable se encontraba de viaje y otras que no daban entrevistas.
-Durante el desarrollo de las visitas se vio que varias empresas solo tienen sucursales, pero operan en otras regiones por lo que se tuvo cambiar la lista inicial de empresas.

Mediante el cuestionario:

- Se verificó las empresas que se encontraban activas y habidas y que tuvieran como dirección fiscal de Lambayeque, se tomó como referencia la información proporcionada por la página Web de SUNAT.
-Se coordinó con la escuela de Negocios Internacionales-USS para la obtención de las cartas a las empresas seleccionadas y se adjuntó el cuestionario de preguntas.
-Se contrató una movilidad para entregar a las empresas agroexportadoras seleccionadas las cartas de la escuela juntamente con el cuestionario validado.
-Algunas empresas respondieron inmediatamente el cuestionario llenado y accedieron a tomarse una foto como evidencia de la vista. Otras empresas solamente devolvieron el cuestionario llenado (con firma y sello) y otras no respondieron.
-Se realizó una segunda y tercera visita para las empresas que no se encontraba la persona encargada de llenar el cuestionario, en otros casos se tuvo que cambiar de empresa porque no accedieron a recibir la carta ni el cuestionario por políticas de la empresa.

Mediante el análisis de contenido:

-Se determinó el tipo de información, la fuente secundaria, e ítems (temas) relacionado al primer objetivo sobre la situación actual de las empresas exportadoras: exportaciones en valor FOB, importaciones en valor CIF, países de destino, fecha que iniciaron sus actividades, y monto del Drawback.

-Se accedió a la página Web confiable para recolectar información sobre los ítems antes mencionados, en este caso se buscó información en la Web de la SUNAT.

-La recolección de datos se hizo en tres fases, primero se buscó información referente la consulta RUC de las empresas para saber la fecha de inicio de actividades de las empresas, segundo se consultó el monto de exportaciones FOB en el año 2016, tercero se consultó el monto de las importaciones CIF que las empresas habían realizado en el año 2016.

2.4. Procedimientos de análisis de datos.

Se ha empleado como herramienta de análisis estadístico al programa informático Excel 2013 y Word 2013 para poder conocer cuánto han variado los datos, como están distribuidos, la relación que existe entre las variables y si influyen una en la otra. También se ha empleado gráficos, tablas y figuras para mostrar los resultados obtenidos por los diferentes métodos de análisis.

2.5. Aspectos éticos.

Criterios	Características éticas del criterio
Consentimiento	Los participantes del estudio estuvieron de acuerdo con ser informantes y, a su vez, se les comunicó tanto sus derechos como sus responsabilidades dentro de la investigación.
Confidencialidad	Se les aclaró a los entrevistados que lo hallazgos del estudio no serán utilizados con fines distintos a los académicos y se mantendrá la discreción en el manejo de la información sensible.
Responsabilidad	El estudio no generará ningún perjuicio o daño institucional, profesional o personal a efectos de la información recabada.

2.6. Criterios de Rigor Científico

Criterios	Características éticas del criterio
Objetividad	El análisis de la situación encontrada no será manipulado en beneficio o perjuicio de las investigadoras, en todo momento se describirá los hechos sin perjuicio alguno.
Originalidad	Se han citado las fuentes bibliográficas de la información mostrada, a fin de demostrar la inexistencia de plagio intelectual.

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y figuras

3.1.1. Diagnosticar la situación de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque en el periodo 2016.

En la región Lambayeque hay registradas 176 empresas en el rubro de actividad de comercio exterior, incluye empresas exportadoras de los diferentes rubros. En comparación con la región Piura se puede decir que estamos 3 veces por debajo (DEMI, 2016). De estas empresas en Lambayeque un 63% de ellas pertenecen al rubro de la agroindustria, que incluye la exportación de productos frescos, semi procesados y procesados. Entonces, la primera apreciación es que a nivel de Lambayeque las empresas son mayormente del sector de agroexportación.

A continuación, se va a describir a partir de un grupo de empresas algunas de las características más importantes sobre las empresas agroexportadoras de Lambayeque que se ha encontrado.

En la siguiente tabla (N°2) se han ordenado a las empresas en orden de mayor monto FOB de exportación a menor monto FOB de exportación. Y se tiene que la principal empresa exportadora en este rubro en el año 2016 es Sociedad Agrícola Viru SAC, y la empresa que no ha tenido volumen de exportación ha sido la empresa Induamerica Chiclayo SAC y Agrologistica SAC, que representa el 6.5% de las empresas. Por otra parte, el 22.6% de las empresas tienen como destino algún mercado de Asia. EL resto principalmente exporta a Europa y Norte América.

Tabla 2. *Características de empresas agroexportadoras de la región Lambayeque - Zona productiva 2016*

N°	EMPRESA	Exportación FOB USD 2016	PAISES	F. INICIO	Importación CIF USD 2016	DRAWBACK 4%
1	SOCIEDAD AGRICOLA VIRU S.A	$16,423,702,107.65	35	01/08/1997	$ 5,759,933.81	$ 656,948,084
2	FRUTOS TONGORRAPE SOCIEDAD ANONIMA	$ 921,950,853.85	5	12/02/2008	$ -	$ 36,878,034
3	COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A	$ 110,384,639.58	39	09/11/1995	$ 3,117,543.30	$ 4,415,385
4	GANDULES INC	$ 69,580,594.33	8	19/03/2002	$ 1,949,466.58	$ 2,783,224
5	AGROINDUSTRIAS AIB S.A.	$ 49,965,133.03	6	22/12/1997	$ 732,080.99	$ 1,998,605
6	AGRICOLA CERRO PRIETO	$ 38,816,344.98	6	12/02/2015	$ 2,151,678.19	$ 1,552,654
7	QUICORNAC S.A.C	$ 15,730,156.95	7	30/10/2008	$70,827,912.00	$ 629,206
8	V & F SAC	$ 8,977,677.44	6	05/02/2008	$ 161,814.23	$ 359,107
9	PROCESADORA PERU SAC	$ 8,264,862.31	6	27/07/1989	$ -	$ 330,595
10	PROCESADORA FRUTICOLA S.A.	$ 5,035,412.00	4	13/05/1993	$ -	$ 201,417
11	SERVICIOS PROCESADORA PERU S.A.C.	$ 3,590,636.12	9	01/06/2009	$ 52,000.00	$ 143,625
12	FCE EXPORT FRUIT SAC	$ 2,351,234.26	4	13/09/2011	$ -	$ 94,049
13	PROAS S.A	$ 2,190,840.99	5	03/10/1995	$ 30,805.00	$ 87,634
14	CONSORCIO DE FRUTAS LAMBAYEQUE S.A.C	$ 2,051,497.65	2	01/02/2014	$ -	$ 82,060
15	GREEN FUITS PERU SAC	$ 1,971,855.97	2	13/06/2012	$ -	$ 78,874
16	CENTRAL DE CAFETALEROS DEL NOR ORIENTE	$ 1,411,847.36	3	01/07/2000	$ -	$ 56,474
17	PRONATUR S.A.C	$ 1,399,746.33	10	06/11/1998	$ -	$ 55,990
18	NOR CAFE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	$ 1,328,423.78	2	13/07/1994	$ -	$ 53,137
19	PROLISA S.A	$ 1,055,854.56	4	01/06/2007	$ 88,147.47	$ 42,234
20	FOOD EXPORT NORTE	$	3	01/11/20	$	$ 36,477

	SAC	911,932.17		07	-	
21	JAYANCA FUITS SAC	$ 881,863.69	3	12/09/2014	$ -	$ 35,275
22	NEGOCIACION AGRICOLA YOTITA	$ 863,288.48	2	01/11/2012	$ -	$ 34,532
23	CONSERVAS Y ALIMENTOS S.A.	$ 773,540.00	3	29/12/1980	$ -	$ 30,942
24	EXPORTACIONES E IMPORTACIONES FIORELA E.I.RL	$ 524,100.00	1	01/08/2007	$ -	$ 20,964
25	GRAINS DEL VALLE E.I.R.L	$ 378,600.00	1	01/04/2012	$ 364,730.40	$ 15,144
26	AGROINDUSTRIAS AURORA	$ 184,641.48	2	01/09/2011	$ -	$ 7,386
27	CABALLERO CARMELO IMPEXP EIRL	$ 114,041.60	1	01/04/2013	$ 4,418.05	$ 4,562
28	PERUVIAN EXPORT BUSINESS S.A.C.	$ 30,231.00	1	01/06/2014	$ -	$ 1,209
29	SOCIEDAD AGRICOLA SAN AGUSTIN DE ZAÑA	$ 10,800.00	1	01/05/2013	$ -	$ 432
30	INDUAMERICA CHICLAYO SAC	$ -	0	01/09/2014	$ 18,537.02	$ -
31	AGROLOGISTICA SAC	$ -	0	20/01/2012	$ -	$ -

Fuente: Elaboración propia de SUNAT 2016

Otra de característica es respecto a su fecha de inicio de actividades, porque ello indica en promedio cuantos años tienen las empresas en el rubro agroexportador, y se puede ver que la empresa más joven al 2016, que inició actividades, fue la empresa Agrícola Cierra Prieto de fecha 12/02/2015, y la empresa de mayor permanencia es Conservas y Alimentos S.A. de 29/12/1980.

En promedio las empresas de Lambayeque tienen 10.5 años en el rubro de agroexportaciones, donde la más joven tiene 1 año y la más permanente tiene 36 años. También en el año 2016 la empresa Agroindustrial Beta es la que tuvo mayores países de destino que las otras, porque exportó a 39 países. También se ve que el 58% de las empresas realizan actividades de importación

(18 empresas). Finalmente, el 9.7% de ellas no ha llegado al monto mínimo (US$12,000) para solicitar el beneficio del Drawback ($500) y el 6.5% ha sobrepasado el monto máximo a recibir por beneficio de Drawback anual (US$20 millones). Por otra parte, se aprecia que el 38.7% de las empresas agroexportadoras tiene como mercado de destino de 5 a más países con lo cual indica que existe un importante sector de empresas que está ampliando su mercado de destino.

Por otra parte, el 3.2% de las empresas de la región Lambayeque participa en el mercado de valores, según la Superintendencia de Mercado de Valores y la Bolsa de Valores de Lima, las únicas empresa agroindustriales registradas son Agroindustrias AIB S.A. Empresa Agrícola San Juan, Empresa Agroindustrial Tumán, Empresa Agroindustrial Cayalti, Empresa Agroindustrial Pomalca, sin embargo, estás 4 últimas empresas no accedieron a brindar información y no son parte de la muestra de estudio, por ello solamente se ha extraído información económica de la SMV de la empresa Agroindustrias AIB S.A.

En las siguientes tablas y gráficos se analizará la situación económica y financiera de esta empresa que se encuentra en la Bolsa de Valores de Lima (BVL) y que es supervisada por la Superintendencia de Mercados de Valores.

Figura 6. Balance General Agroindustrias AIB- Activos (Miles de soles)

ACTIVOS			
ACTIVOS CORRIENTES	**2016**	**2015**	**Variac**
Efecto y Equivalentes al Efectivo	6,476	2,414	168%
Otros Activos financieros	0	0	0%
Cuentas por cobrar Comerciales (neto)	31,267	40,552	-23%
Otras cuentas por cobrar (neto)	11,137	13,444	-17%
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacio	1,233	3,372	-63%
Inventarios	35,802	26,027	38%
Varios (A. Bilogicos + anticipos)	3,667	2,665	38%
Otros Activos no financieros	0	0	0%
Total Activos Corrientes	**89,582**	**88,474**	**1.3%**
ACTIVOS NO CORRIENTES			
Inv. Contabilizadas Aplic el M de la Parti	23,448	3,522	566%
Cuentas por cobrar comerciales	0	0	0%
Otras Cuentas por Cobrar (relacionadas)	4,559	12,231	-63%
Otros Activos no financieros	0	0	0%
Propiedades de inversión	0	0	0%
Propiedades, Planta y Equipo (neto)	226,877	149,805	51%
Activos intangibles distintos de la plusval	763	877	-13%
Activos por impuestos diferidos	8,975	10,119	-11%
Plusvalia	0	0	0%
Total Activos No Corrientes	**264,622**	**176,554**	**50%**
TOTAL DE ACTIVOS	**354,204**	**265,028**	**34%**

Fuente: Información financiera, SMV (2016)
Elaboración propia.

En la tabla anterior y siguiente lo que se puede ver es el balance que la empresa tuvo al año 2016 y 2015. Según las cuales se aprecia que el efectivo o equivalente de efectivo hacia el año 2016 se ha incrementado en un 168%, también se puede ver que los

pasivos no corrientes se han incrementado un 32% en relación al año 2015.

Figura 7. Agroindustrias AIB- Pasivo y Patrimonio (Miles de soles)

PASIVOS Y PATRIMONIO			
PASIVOS CORRIENTES	**2016**	**2015**	**Variac**
Otros Pasivos Financieros	51,599	53,583	-4%
Cuentas por Pagar Comerciales	31,972	30,796	4%
Otras Cuentas por pagar	0	422	-100%
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionac	6,224	4,290	45%
Otras provisiones	0	0	0%
Pasivos por impuestos a las Ganancias	0	0	0%
Total Pasivos Corrientes	**89,795**	**89,091**	**0.8%**
PASIVOS NO CORRIENTES			
Otros Pasivos Financieros	31,881	28,931	10%
Otras provisiones	0	0	0%
Cuentas por pagar comerciales		0	0%
Otras Cuentas por Pagar	0	0	0%
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionac	0		0%
Pasivos por Impuestos Diferidos	17,583	8,570	105%
Total Pasivos No Corrientes	**49,464**	**37,501**	**31.9%**
TOTAL PASIVOS	**139,259**	**126,592**	**10.0%**
PATRIMONIO			
Capital Emitido	102,895	102,895	0%
Primas de Emision	0	0	0%
Otras Reservas de Capital	7,008	5,401	30%
Resultados Acumulados	13,491	4,326	212%
Otras Patrimonio	91,551	25,814	255%
Total Patrimonio	**214,945**	**138,436**	**55.3%**
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	**354,204**	**265,028**	**33.6%**

Fuente: Información financiera, SMV (2016)
Elaboración propia

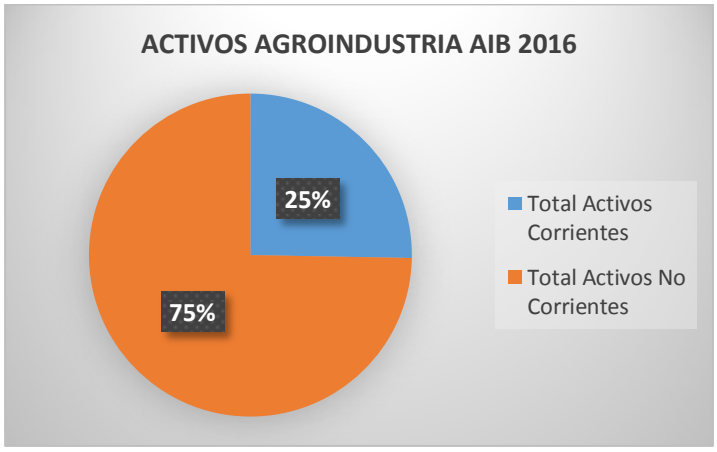
Tabla 3. *Resumen de activos de la AIB S.A. en el año 2016*

ACTIVOS AGROINDUSTRIAS AIB S.A (miles S/)			
Total Activos Corrientes	S/.	89,582	25.3%
Total Activos No Corrientes	S/.	264,622	74.7%
TOTAL DE ACTIVOS	S/.	354,204	100.0%

Fuente: Información financiera, SMV (2016)
Elaborado por: Propia

En la figura 8 se puede observar que los activos de la empresa Agroindustrias AIB se componen o están conformados mayoritariamente por un 75% de sus activos no corrientes y un 25% lo conforman minoritariamente sus activos corrientes. Entonces se puede decir que la mayor parte de sus activos se encuentran a largo plazo o son efectivos a un plazo mayor de 1 año.

Figura 8. Distribución del total activos



Fuente: Información financiera, SMV (2016)
Elaboración Propia

Además, dentro de los activos corrientes los inventarios representan el 10% del total de activos (S/35,802/S/354,204), mientras que en los activos no corrientes las propiedades, Planta y

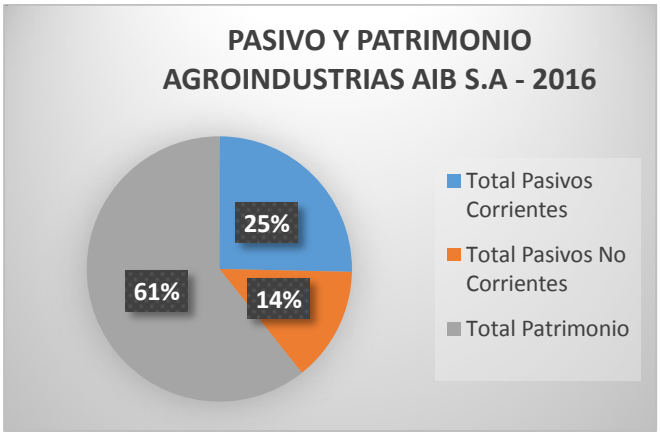
equipo tiene mayor peso, ya que representan el 39% (Ver Anexo de Balance en Porcentajes)

Tabla 4. *Resumen de Pasivo y Patrimonio AIB S.A 2016*

PASIVO Y PATRIMONIO	AIB S.A (miles S/)		
Total Pasivos Corrientes	S/.	89,795	25.4%
Total Pasivos No Corrientes	S/.	49,464	14.0%
Total Patrimonio	S/.	214,945	60.7%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/.	354,204	100.0%

Fuente: Información financiera, SMV (2016)
Elaboración Propia

Figura 9. Distribución de Pasivo y Patrimonio



Fuente: Información financiera, SMV (2016)
Elaboración Propia

En la figura 9 se observa que el pasivo y patrimonio de la empresa se compone de un 61% del patrimonio que respaldaría a la empresa para asumir sus obligaciones de largo y corto plazo. La deuda de empresa se compone principalmente de obligaciones a largo plazo (25%), por otra parte, se puede decir que la empresa Agroindustrias AIB S.A. puede cubrir sus pasivos corrientes (14%) con sus activos corrientes (25%).

El tabla 5 muestra la ganancia de la empresa según su estados de resultados, se puede decir que para el periodo 2016 tuvieron un saldo positivo de alrededor de 16.07 millones de soles, y este monto representa el 8.8% de sus ventas totales, el año anterior, la empresa tuvo una pérdida de 193 mil soles. También se ve los costos de ventas representan el 75% de sus ventas, y que para el año 2016, sus gastos de ventas (-7.5%), superaron a sus gastos administrativos (-7.2%).

Tabla 5. *Tabla sobre Estado de Resultados AIB S.A. 2016*

ESTADOS DE RESULTADOS (EN MILES DE NUEVOS SOLES)			
CUENTA (AGOIINDSUTRIA AIB SA)			2016
Ingresos de actividades ordinarias	**100.0%**	S/.	182,991
Costos de Ventas	-74.8%	S/.	-136,928
Ganancia (Perdida) Bruta	**25.2%**	**S/.**	**46,063**
Gastos de Ventas y Distribución	-7.5%	S/.	-13,809
Gastos de Administrador	-7.2%	S/.	-13,261
Otros Ingresos Operativos	0.4%	S/.	748
Otras Ganancias (pérdidas)	0.0%	S/.	-
Ganancia (Pérdida) por actividades de operación	**10.8%**	**S/.**	**19,741**
Ingresos Financieros	0.0%	S/.	-
Gastos Financieros	-1.4%	S/.	-2,471
Diferencias de Cambio neto	-0.3%	S/.	-627
Participación de Asociadas	0.0%	S/.	-
Resultado antes de Impuesto a las Ganancias	**9.1%**	**S/.**	**16,643**
Gasto por impuesto a las Ganancias	-0.3%	S/.	-575
Ganancias Pérdida Neta del Ejercicio	**8.8%**	**S/.**	**16,068**

Fuente: Información financiera, SMV (2016)
Elaboración Propia

A continuación, en la tabla 6, 7, y 8 están los indicadores económicos de liquidez, rentabilidad y financiamiento.

El indicador de liquidez dice que la empresa si puede asumir sus pasivos corrientes o deudas con sus activos corrientes, si el resultado fuera menor a 1 se diría que la empresa no tiene suficiente liquidez para asumir su deuda menor a 1 año. Además, el periodo de cobranza es de 72 días, y el periodo de pago es de 84 días, con lo cual no habría problema porque cobra en menor tiempo y paga después.

Tabla 6: *Indicadores de liquidez de Agroindustrias AIB S.A. 2016*

INDICADOR	FORMULA	AÑO 2016		
L. GENERAL	ACT.CTE. / PAS.CTE.	89,582 / 89,795	=	1.00 ;
PERIODO ALMACENAMIENTO	365 / COSTO VENTAS / PROM.EXIST .	365 / -136928.00 / 30914.5	=	-82.41 ;
PERIODO COBRANZA	365 / VTAS. (CREDITO) / PROM.CxC.	365 / 182,991 / 35,910	=	71.63 ;
PERIODO PAGO	365 / COMPRAS(CREDITO) / PROM.CxP	365 / -136,928 / 31,384	=	-83.66 ;

Fuente: Información financiera, SMV (2016)
Elaboración Propia

En la tabla 7, los indicadores de rentabilidad, son 2, uno que se llama rentabilidad sobre las ventas y para el año 2016 dice la empresa tuvo una rentabilidad de 8.78% sobre sus ventas, mientras que su rentabilidad sobre el patrimonio fue menor, fue de un 4.54%, es decir la empresa le ha dado una ganancia de ese porcentaje a los dueños o propietarios de la empresa.

Tabla 7: *Indicadores de rentabilidad de Agroindustrias AIB S.A. 2016*

INDICADOR	FORMULA	AÑO 2016		
R. VENTAS	UTIL.NETA x 100 / VENTAS	16,068 / 182,991	=	8.78%
R. PATRIMONIAL	UTIL.NETA x 100 / PATRIMONIO	16,068 / 354,204	=	4.54%

Fuente: Información financiera, SMV (2016)
Elaboración Propia

En la tabla 8 los indicadores muestran que la empresa Agroindustrias AIB, está comprometida con su patrimonio, es decir por cada sol del patrimonio, 0.65 céntimos son para cubrir su compromiso con acreedores, es decir se financia la empresa mayormente por recursos propios. También es positiva la solvencia patrimonial de la empresa que es 60.68% y eso significa que la empresa tiene capacidad de financiarse con capital propio. En conclusión, se puede decir que la empresa está financiada con capital propio.

Tabla 8: *Indicadores de financiamiento de AIB S.A. 2016*

INDICADOR	FORMULA	AÑO 2016		
ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	PAST. TOT. / PAT.	139,259 / 214,945	=	0.65
SOLVENCIA PATRIMONIAL	PATRIMONIO x 100 / ACTIVO TOTAL	214,945 / 354,204	=	60.68%

Fuente: Información financiera, SMV (2016)
Elaboración Propia

A continuación, se presenta un tabla resumen haciendo el diagnostico de las fortalezas y debilidades de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque, así también se

presentan cuáles son las amenazas para dichas y las oportunidades que ellas tendrían según la situación que se ha descrito en las tablas y figuras anteriores.

Tabla 9. *Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque.*

Análisis interno	**Análisis externo**
Fortalezas. Más del 60% de las empresas de la región Lambayeque son del rubro agroexportador. El 93.5% de las empresas agroexportadoras estuvieron activas, realizaron exportaciones el 2016. En promedio la experiencia de sector agroexportador es mayor a 10 años. El 58% de las empresas agroexportadoras tienen experiencia en compras internacionales porque realizan importaciones directas.	**Oportunidades.** Existe demanda de productos agrícolas o agroindustriales de mercados no tradicionales para Lambayeque como Asia y África. La Bolsa de Valores de Lima tiene opciones para que las pequeñas y medianas empresas ingresen mediante el Mercado Alternativo de Valores. En el mercado nacional existe software de gestión (ERP-Enterprise Rosource Planning) que podrían optimizar las operaciones de las empresas exportadoras.
Debilidades. Aproximadamente el 77% de las empresas aún mantienen su dependencia de destinos tradicionales como Norteamérica y Europa. Un 61% de las empresas agroexportadoras cuentan con	**Amenazas.** La región Piura tiene 3 veces más empresas agroexportadoras registradas y tiene menores costos logísticos por la cercanía de un puerto internacional (Paita) Existen escasas políticas de prevención del gobierno local y central frente al daño, deterior o

pocos mercados de destinos. Existe mínima participación (3.2%) de las empresas en la Bolsa de Valores de Lima. El 10% de las empresas no tuvieron en el 2016 el volumen mínimo de ventas (US$12,000) para acogerse a un beneficio de restitución arancelaria.	bloque de vías de acceso por desastres naturales. Constante variación del precio internacional de algunos productos agrícolas que exportan las empresas de Lambayeque porque se cotizan en Bolsas internacionales.

Elaboración Propia

3.1.2. Determinar las relaciones que mantienen las empresas agroexportadoras del sector agroindustrial de la región Lambayeque con sus clientes

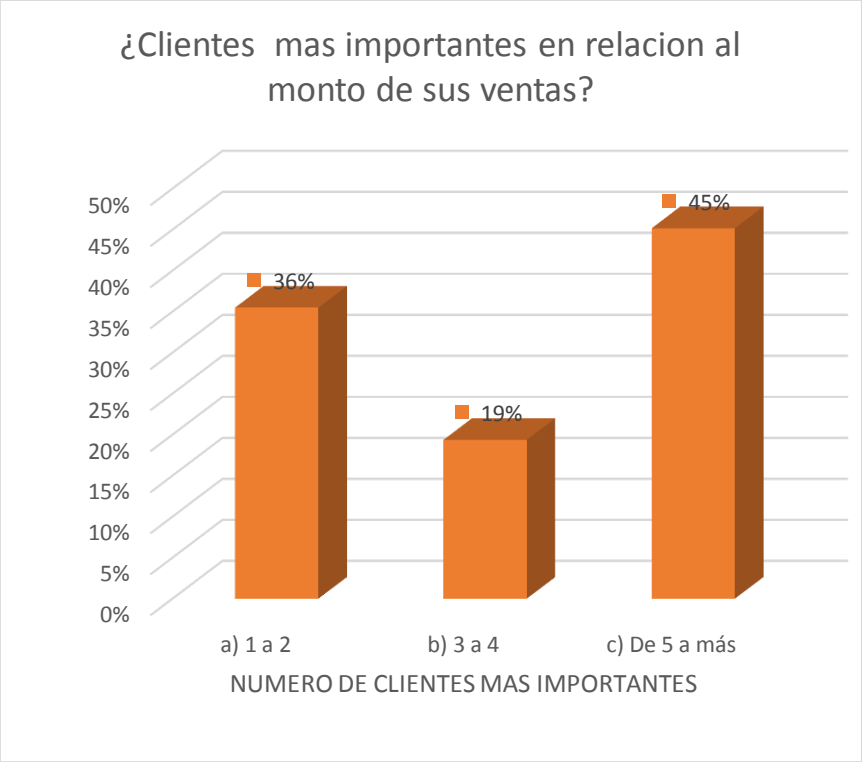
Para analizar y luego ver cuál es el nivel de las relaciones que mantienen las empresas con sus clientes se describen los resultados obtenidos según el número de clientes más importantes, los clientes que han perdido a la fecha, y con qué frecuencia reciben sugerencias y quejas de los clientes.

Tabla 10. *Números de clientes importantes*

1.1	Clientes más importantes en relación al monto de las ventas	100%	31
	a) 1 a 2	36%	11
	b) 3 a 4	19%	6
	c) De 5 a más	45%	14

Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

Figura 10:



Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaboración: Propia

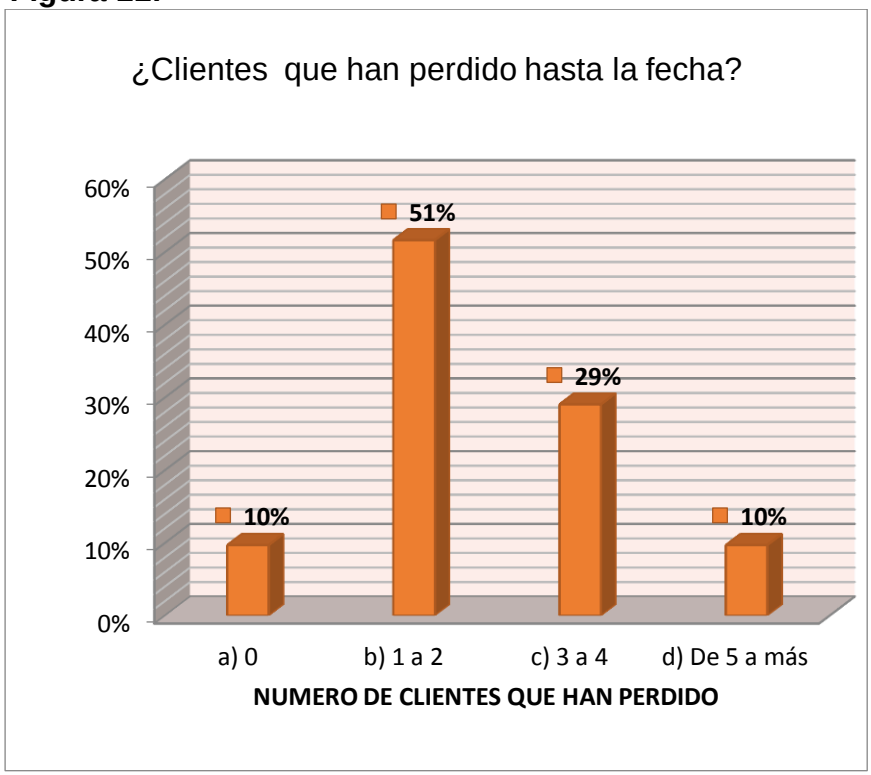
Según se aprecia en esta tabla N°10, la mayoría de empresas agroexportadoras, es decir el 45%, tiene más de 5 clientes que le son importantes en relación a sus ventas. Le sigue un 36% de empresas que tienen entre 1 y 2 clientes. Se puede decir que en su mayoría las empresas si muestran un comportamiento favorable a expandir sus relaciones con los clientes. Aunque aún hay una cantidad significante de empresas que mantienen en su cartera entre 1 y 2 compradores internacionales.

Tabla 11. *Número de clientes que han perdido*

P1.2	Clientes ha perdido hasta la fecha	100%	31
B	a) 0	10%	3
	b) 1 a 2	52%	16
	b) 3 a 4	29%	9
	c) De 5 a más	10%	3

Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

Figura 11:



Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

De la tabla 11, se puede ver que un 51% de las empresas ha perdido de 1 a 2 clientes, un 29% ha perdido de 3 a 4 y un 10% de ellas ha perdido de 5 a más clientes. Según se aprecia, aunque las empresas son eficientes en la búsqueda de nuevos mercados o clientes, no lo son muchas veces para mantenerse en el tiempo,

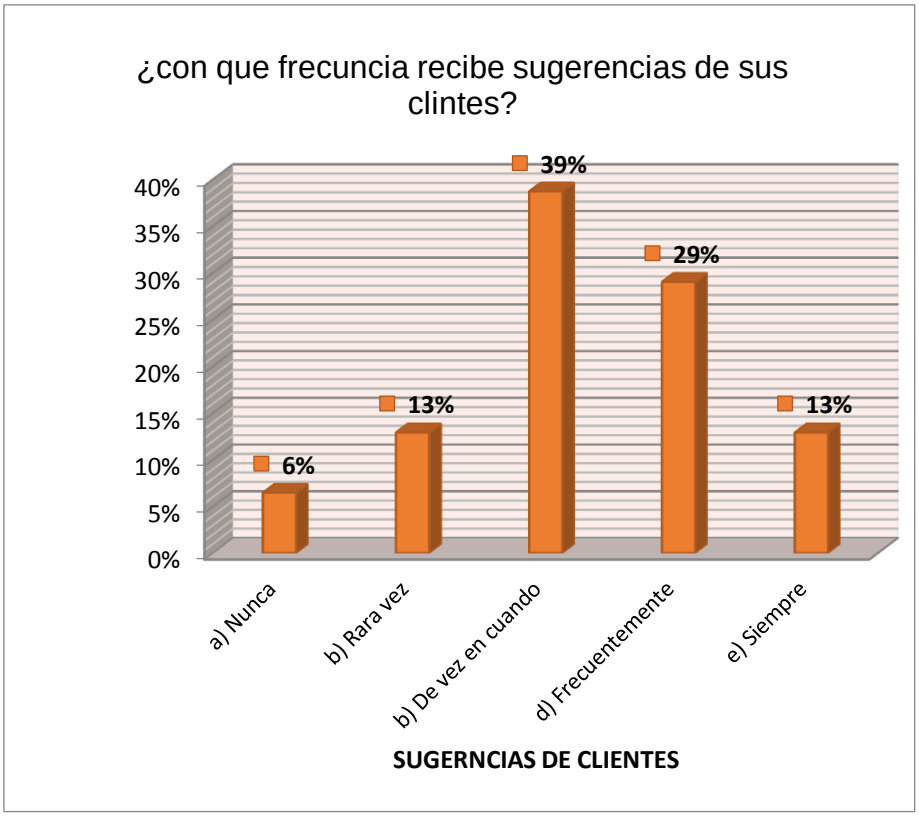
ello se nota porque existe un 10% de empresas que mantienen sus clientes.

Tabla 12. *Sugerencias recibidas de parte de los clientes*

P1.3	Frecuencia recibe sugerencias de sus clientes	100%	31
B	a) Nunca	6%	2
	b) Rara vez	13%	4
	c) De vez en cuando	39%	12
	d) Frecuentemente	29%	9
	e) Siempre	13%	4

Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

Figura 12:



Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

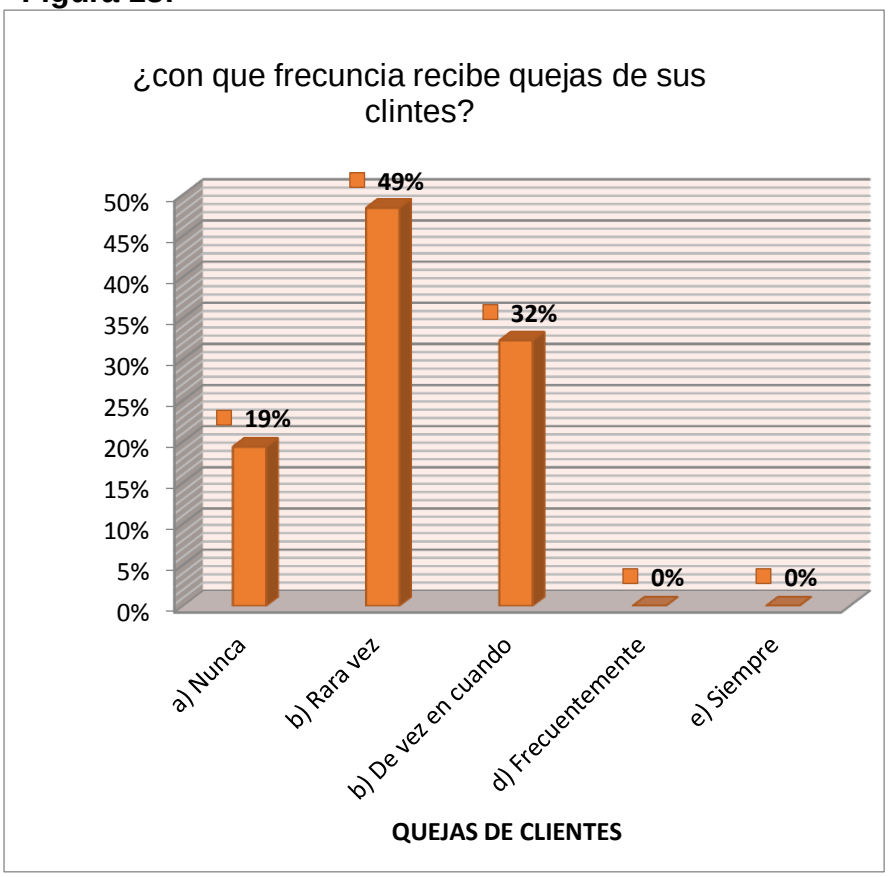
Según se aprecia en esta tabla N°12, la frecuencia con que la empresa recibe sugerencias de sus clientes se divide de la siguiente manera: el 39% recibe sugerencias de sus clientes de vez en cuando, por otra parte, el 29% menciona que recibe sugerencias frecuentemente y siempre. Existe un 6% de las empresas que menciona que nunca ha recibido alguna sugerencia de parte de los clientes, así como un 13% dice que rara vez han recibido sugerencias. Por una parte esto indica que los clientes están completamente satisfechos pero por otra parte puede indicar que no existe suficiente confianza para dar las sugerencias.

Tabla 13. *Quejas recibidas de parte de los clientes*

P1.4	Frecuencia recibe quejas de los clientes	100%	31
B	a) Nunca	19%	6
	b) Rara vez	48%	15
	c) De vez en cuando	32%	10
	d) Frecuentemente	0%	0
	e) Siempre	0%	0

Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

Figura 13:



Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

A diferencia de la tabla anterior, la tabla N°13, está referida a frecuencia de quejas que los clientes presentan, desde el punto de vista del valor de las relaciones como un activo intangible, es decir, a menor frecuencia mayor valor tendrán las relaciones, de acuerdo a la tabla un 32% de las empresas indica que han recibido algún tipo de queja de parte de los clientes, un 48% mencionó que rara vez recibió alguna queja.

En las figuras 10, 11, 12 y 13 se muestra como las empresas se vienen relacionando en cada uno de los 4 aspectos antes

mencionados como el número de clientes importantes, clientes perdidos a la fecha, sugerencias y quejas recibidas. Si se realiza una operación de promedio simple de los resultados se tendría el resultado de 27%, sin embargo, ello no indicaría una ponderación adecuada de las respuestas, porque no se le puede asignar el mismo valor a tener 1 cliente que a tener 5 clientes importantes.

Luego de ver los resultados obtenidos se ha realizado una ponderación de las respuestas asignándole los puntos correspondientes. Según el análisis el total de puntos obtenidos en relación a los clientes fue de 399 puntos siendo el valor máximo 558 puntos (Ver Anexo, Ponderaciones), por lo tanto, de un 100% la relación que mantienen las empresas con sus clientes se encuentran en el 72% y según la división de categorías que se ha establecido, por las autoras de la presente investigación, corresponde asignarles la categoría de relación funcional, es decir que las empresas si le asignan un valor importante a sus clientes como para continuar con sus actividades, sin embargo, aún no se encuentran en un estado óptimo de sus relaciones con sus clientes donde consideren que es un capital valioso para la empresa.

Categoría	Porcentaje
Por mejorar	0-60%
Funcional	61-79%
Optimo	80-100%

3.1.3. Determinar las relaciones que mantienen las empresas agroexportadoras del sector agroindustrial de la región Lambayeque con sus proveedores

El siguiente aspecto que se ha tenido en cuenta para describir y analizar el capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque ha sido ver como ellas valoran su relación con los proveedores.

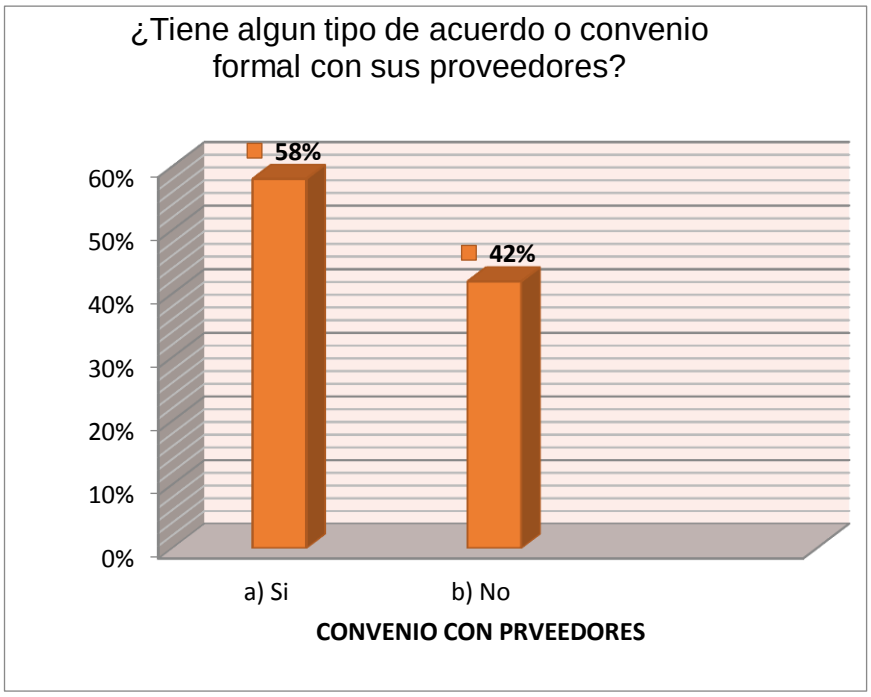
Los resultados de la encuesta se pueden ver en las tablas 14, 15, 16.

Tabla 14. *Formalización de acuerdos con proveedores*

P1.5	Acuerdo o convenio formal con sus proveedores	100%	31
C	a) Si	58%	18
	b) No	42%	13

Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

Figura 14:



Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia.

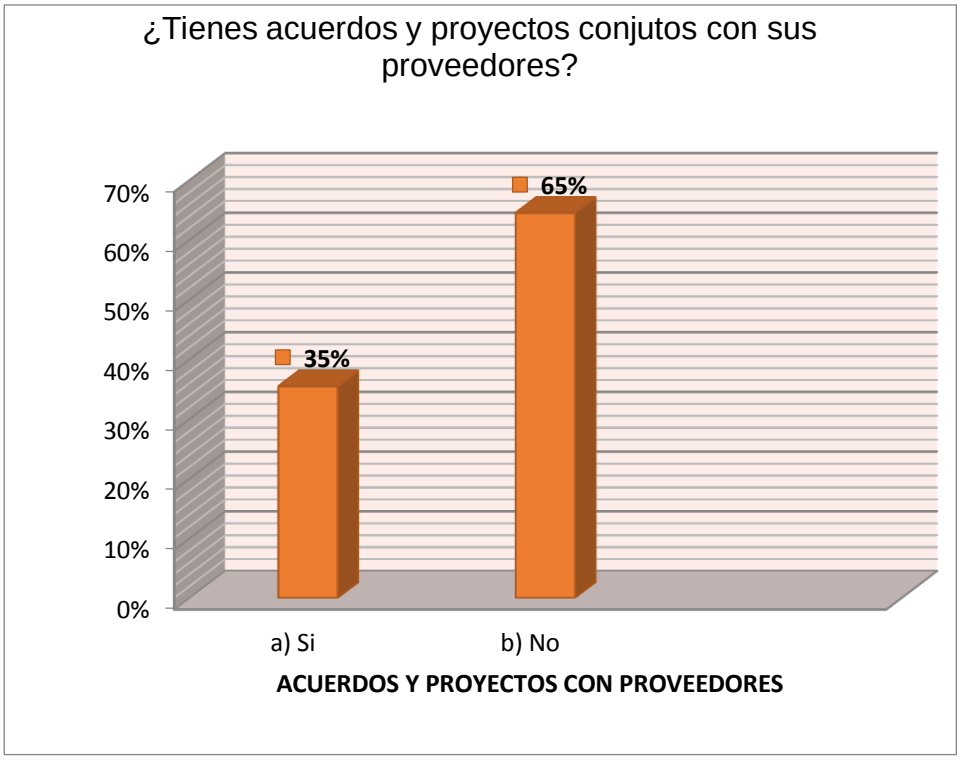
Según se observa en la tabla 14, la mayoría de empresas 58% tienen un acuerdo o convenio formal con sus proveedores. Es decir, la mayor parte de estas empresas tienen un vínculo a corto, mediano o largo plazo formal con sus proveedores de insumos, materiales o materias primas. Por otra parte, si se tiene que el 42% de empresas no tiene algún tipo de acuerdo o convenio con sus proveedores.

Tabla 15. *Participación en proyectos en sociedad con proveedores*

P1.6	Proyectos conjuntos con sus proveedores	100%	31
B	a) Si	35%	11
	b) No	65%	20

Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

Figura 15:



Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia.

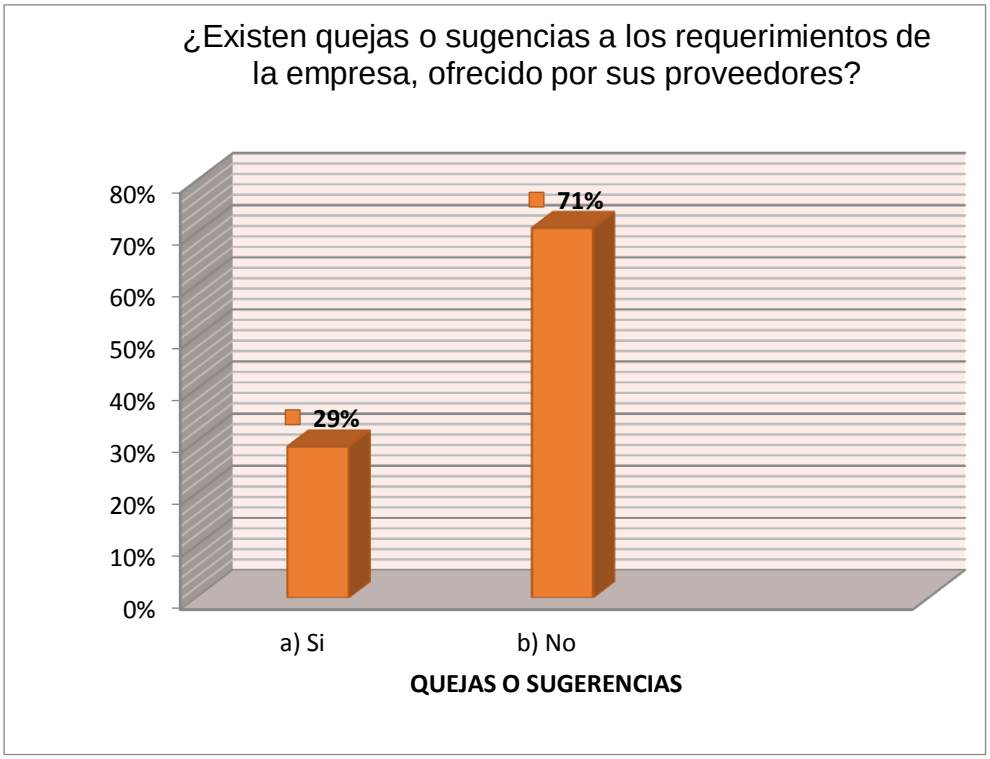
La tabla 15 es una pregunta que busca saber que tan profunda puede ser la relación de la empresa con sus proveedores, es decir, si a mediano o largo plazo están aprovechando su capital relacional con los proveedores. Según se aprecia, el 35% de las empresas dice tener algún proyecto conjunto con sus proveedores, mientras que el 65% no los tiene.

Tabla 16. *Quejas o sugerencias de los proveedores*

P1.7	Quejas o sugerencias a los requerimientos de la empresa	100%	31
B	a) Si	29%	9
	b) No	71%	22

Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

Figura 16:



Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia.

Según se observa en esta tabla 16, la pregunta está dirigida hacia la disposición, confianza y medios que existen para que los proveedores puedan expresar si lo que se les compra o pide es bueno para la calidad del producto, según las empresas

agroexportadoras de la región Lambayeque, el 71% dice que no recibe quejas o sugerencias a los requerimientos de la empresa, mientras que un 29% menciona que sí.

En las figuras 14,15 y 16 se muestra como las empresas se vienen relacionando en cada uno de los 3 aspectos antes mencionados como los acuerdos o convenios con proveedores, proyectos conjuntos, y sugerencias o quejas recibidas. Si se realiza una operación de promedio simple de los resultados se tendría el resultado de 50%, sin embargo, ello no indicaría una ponderación adecuada de las respuestas, porque es más importante tener un acuerdo o convenio con los proveedores que no tenerlo.

Luego de ver los resultados obtenidos se ha realizado una ponderación de las respuestas asignándole los puntos correspondientes. Según el análisis el total de puntos obtenidos en relación a los proveedores fue de 69 puntos siendo el valor máximo 124 puntos (Ver Anexo, Ponderaciones), por lo tanto, de un 100% la relación que mantienen las empresas con sus clientes se encuentran en el 56% y según la división de categorías que se ha establecido, corresponde asignarles la categoría de relación por mejorar, es decir que las empresas aún no le asignan un valor importante a sus proveedores y consideran que es un capital poco valioso para la empresa.

Categoría	Porcentaje
Por mejorar	0-60%
Funcional	61-79%
Optimo	80-100%

3.1.4. Determinar las relaciones que mantienen las empresas agroexportadoras del sector agroindustrial de la región Lambayeque con la sociedad Lambayecana

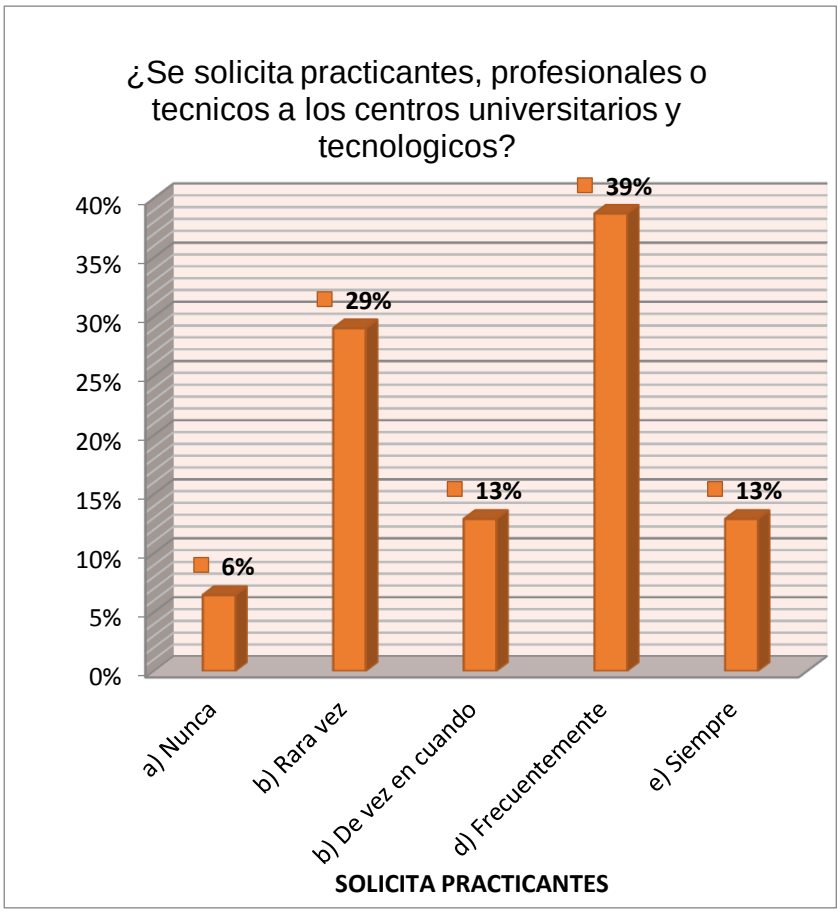
Respecto a la manera como las empresas valoran sus relaciones con la sociedad proponemos que se analicen los cuadros a continuación que están referidos a las relaciones que mantienen las empresas exportadoras con otras instituciones como universidades, organismos nacionales e internacionales.

Tabla 17. *Vinculación con centros universitarios y tecnológicos*

P1.8	Solicita practicantes, profesionales o técnicos a los centros universitarios y tecnológicos	100%	31
C	a) Nunca	6%	2
	b) Rara vez	29%	9
	c) De vez en cuando	13%	4
	d) Frecuentemente	39%	12
	e) Siempre	13%	4

Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

Figura 17



Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

Según se aprecia en esta tabla n° 17 la mayor parte de empresas agroexportadoras 39%, indica que frecuentemente solicita practicantes, profesionales o técnicos de los centros universitarios y tecnológicos. Por otra parte, el 13% indica que siempre solicita este tipo de requerimientos y dice tener algún tipo de relación con estas instituciones.

Tabla 18. *Vinculación mediante certificaciones internacionales*

P1.9	Certificaciones oficiales internacionales de gestión u otros	100%	31
C	a) 0	6%	2
	b) 1 a 2	58%	18
	c) 3 a 4	23%	7
	d) De 5 a más	16%	5

Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

Tabla 18

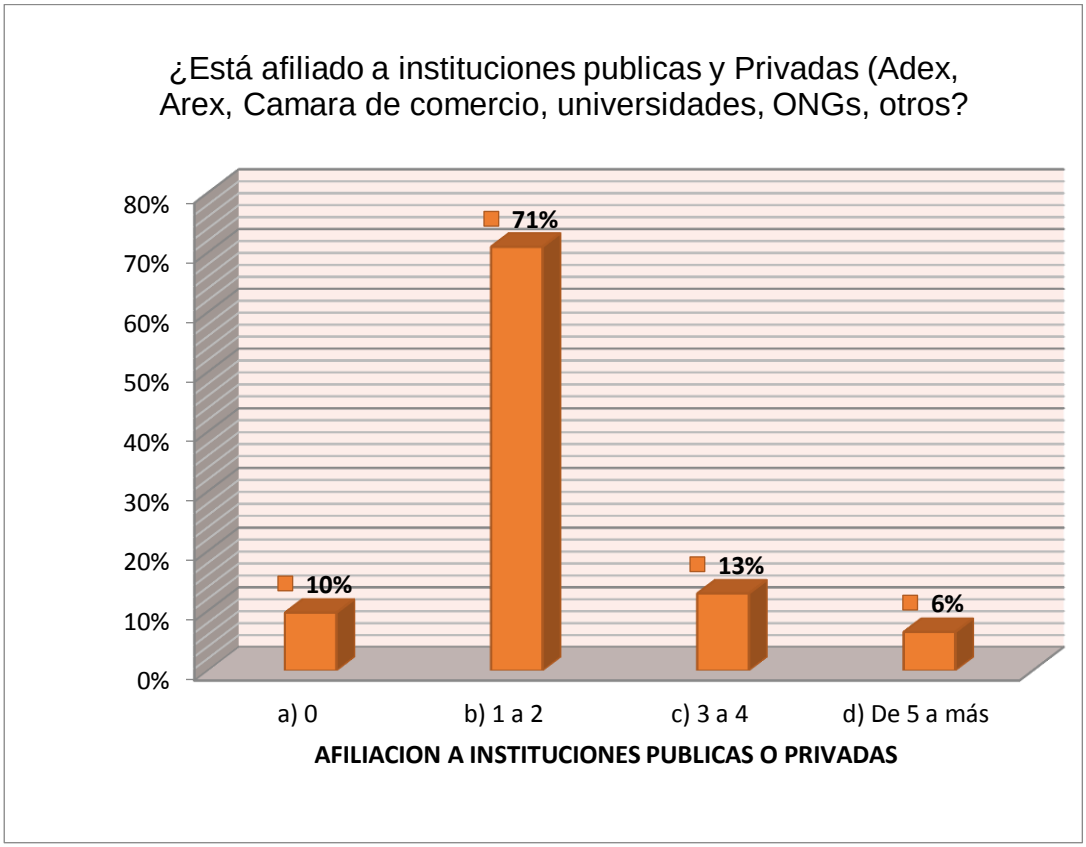
Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

En esta tabla 18, el 58% de las empresas encuestadas tiene entre 1 y 2 certificaciones oficiales internacionales de gestión u otros, también un 6% de las empresas que dicen no tener estas certificaciones, y el 16 % son empresas que tienen de 5 a más certificaciones, algunas son normas ISO 9000, o certificaciones para el mercado de Europa o USA.

Tabla 19. *Afiliación a instituciones públicas y privadas*

P1.10	Afiliado a instituciones públicas y privadas (Adex, Arex, Cámara de comercio, universidades, ONG's, otros)	100%	31
C	a) 0	10%	3
	b) 1 a 2	71%	22
	c) 3 a 4	13%	4
	d) De 5 a más	6%	2

Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia



Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaborado por: Propia

En la tabla 19, con relación a la capacidad de las empresas para relacionarse o tener vínculos con otras empresas relacionadas al comercio exterior, el 71% de ellas se encuentra afiliada a 1 o más instituciones, luego el 13% dice estar afiliada a 3 o 4 organismos públicos o privados y un 6% está afiliado de 5 a más instituciones.

En la tabla 17,18,19 se muestra como las empresas se vienen relacionando en cada uno de los 3 aspectos mencionados; como la relación con los centros universitarios y tecnológicos, la vinculación con las certificadoras internacionales, y su relación con instituciones públicas y privadas.

Si se realiza una operación de promedio simple de los resultados se tendría el resultado de 23%, sin embargo, ello no indicaría una ponderación adecuada de las respuestas, porque no se le puede asignar el mismo valor a relacionarse a una institución pública que estar relacionado con 4 o 5 instituciones públicas y privadas.

Luego de ver los resultados obtenidos se ha realizado una ponderación de las respuestas asignándole los puntos correspondientes según su valor. El análisis del total de puntos obtenidos en sus relaciones con la sociedad fue de 152 puntos siendo el valor máximo 310 puntos (Ver Anexo, Ponderaciones), por lo tanto, de un 100% la relación que mantienen las empresas con la sociedad, se encuentran en el 49% y según la división de categorías que se ha establecido, corresponde asignarles la categoría de *mejorar*, es decir que las empresas aún no le asignan un valor importante a sus relaciones con la sociedad y corren el riesgo de continuar con un nivel medio bajo de esta forma de capital.

Categoría	Porcentaje
Por mejorar	0-60%
Funcional	61-79%
Optimo	80-100%

3.1.5. Analizar la existencia una relación entre el Modelo Intelect y los diferentes aspectos del capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque

EL Modelo Intelect se compone de 3 dimensiones que son el capital humano, el capital estructural y el capital social o relacional.

La primera parte que se va analizar corresponde a la dimensión del capital humano que comprende al personal administrativo cualificado tabla 20 y 21, y la satisfacción de los trabajadores en las tablas 22 y 23. Cada una de estas tablas tiene un valor máximo de 8 puntos, siempre y cuando las respuestas sean coherentes a la pregunta, es decir, el primer aspecto del Modelo Intelect, capital humano, tiene un valor máximo de 32 puntos (100%).

El capital estructural lo componen las tablas 24, 25 y 26 y tienen un puntaje máximo de 775, 31, y 8 puntos respectivamente, Es decir hacen un total de 814 puntos (100%). Y el capital relacional de modelo intelect abarca las tablas 27, 28, 29 y 30 quienes tienen un puntaje máximo de 31, 8, 8, y 8 puntos, haciendo un total de 55 puntos (100%). Sobre estos valores máximos se ponderó cada dimensión del modelo intelect para ver en que categoría se encontraban:

Categoría	Porcentaje
Por mejorar	0-60%
Funcional	61-79%
Optimo	80-100%

Tabla 20. *Calificación técnica y profesional de trabajadores*

2.1. ¿En la empresa cuántas personas tiene título profesional?		**Productos que exporta actualmente**
AGRICOLA VIRU	500	Ají, Pimiento Piquillo, Alcachofa, Plata, Esparrago, Quinua
GANDULES INC	30	Conserva De Jalapeño, Conserva De Pimiento, Ají. En Jalapeño Y Mago Congelado, En Frescos; Uva Melón Y Pimiento
FOOD EXPORT SAC	todos	Menestras
JAYANCA FRUITS SAC	30	Productos Frescos
GRAINS DEL VALLE EIRL	ninguna	Menestras
PERUVIENNE EXPORTAR BUSSINES SAC	2	Menestra Y Frijol Castilla
INDUAMERICA CHCILAYO SAC	50	Arroz Pilado Y En Cascara
AGROLOGISTICA SAC	10	Palta, Mango, Maquila

Fuente: Aplicación de entrevista mayo 2017
Elaboración Propia

En la tabla 20, Cuando se preguntó a las empresas cuántas de las personas que trabajaban contaban con un título profesional, la mayoría de estas personas entrevistadas manifestaron que sí, sin embargo se observa que también contestaron que ninguna persona tenía un título profesional como fue el caso de la empresa Grains del Valle EIRL y hubo otras que mencionaron todos. Es decir, las respuestas acertadas fueron 6/8=75.0%.

Tabla 21. *Trabajadores con estudios de especialización*

2.2 ¿En la empresa cuántas personas tienen estudios de especialización o postgrado?	
AGRICOLA VIRU	no sabe
GANDULES INC	4
FOOD EXPORT SAC	Todos
JAYANCA FRUITS SAC	4
GRAINS DEL VALLE EIRL	1
PERUVIENNE EXPORTAR BUSSINES SAC	2 con maestría
INDUAMERICA CHCILAYO SAC	20
AGROLOGISTICA SAC	4 personas

Fuente: Aplicación de entrevista mayo 2017
Elaboración Propia

En la tabla 21, cuando se preguntó a las personas entrevistadas si sabían cuántas de las personas que trabajaban contaban con estudios de especialización post grado, la mayoría de estas personas entrevistadas manifestaron que sí habían trabajadores con especialización o post grado, incluso aquellos que en un inicio manifestaron que no habían profesionales en su empresa, otras personas sí pudieron dar un número exacto, y en el caso de Agrícola Virú, mencionó no saber exactamente cuántas personas habían. Es decir, las respuestas acertadas fueron 6/8=75.0%.

Luego en la tabla 22 y 23 se refiere a si la empresa hace algo para que sus trabajadores se sientan satisfechos. A continuación, se va realizar la descripción.

Tabla 22. *Asenso de trabajadores en los últimos 3 años*

2.3 ¿Cuántos empleados fueron promocionados o ascendidos en los últimos 3 años?	
AGRICOLA VIRU	no sabe
GANDULES INC	no se
FOOD EXPORT SAC	Todos
JAYANCA FRUITS SAC	no aplica
GRAINS DEL VALLE EIRL	ninguna, 300 soles para asenso
PERUVIENNE EXPORTAR BUSSINES SAC	1 persona
INDUAMERICA CHCILAYO SAC	20
AGROLOGISTICA SAC	3 personas

Fuente: Aplicación de entrevista mayo 2017
Elaboración Propia

En la tabla 22, Respecto a si tenían conocimiento de cuántas personas fueron promovidas o ascendidas en los últimos 3 años, 4 de manifestaron desconocer si hubiera esa política y otro que no se aplicaba en la empresa. En cuanto a si había premios y reconocimientos al trabajo realizado 5 de ellos manifestó que sí y el resto que no o que estaba en proceso de implementarse. Es decir, las respuestas acertadas fueron 3/8=37.5%

Tabla 23. *Premios y reconocimientos los trabajadores*

2.4 ¿Existen premios y reconocimientos al trabajo realizado?	
AGRICOLA VIRU	Si
GANDULES INC	si
FOOD EXPORT SAC	si
JAYANCA FRUITS SAC	no
GRAINS DEL VALLE EIRL	en evaluación
PERUVIENNE EXPORTAR BUSSINES SAC	si, por medio de viaje y capacitación.
INDUAMERICA CHCILAYO SAC	no, en el 2do trimestre se implementará
AGROLOGISTICA SAC	si

Fuente: Aplicación de entrevista mayo 2017
Elaboración Propia

En la tabla número 23, respecto si existen Premios y reconocimientos los trabajadores 4 manifestaron que si ay reconocimientos o premios a su trabajo ,1 dijo no haber reconocimientos en dicha empresa otras empresas dijeron que estaban evaluando, y en Peruvian Export Bussines SAC iban de viaje. Es decir, las respuestas acertadas fueron 5/8=62.5%

El otro aspecto del Modelo Intelect se refiere al capital estructural y lo componen la filosofía de la empresa (tabla 24) y la innovación de procesos (Tabla 25 y 26).

Tabla 24. *Filosofía institucional de las empresas agroexportadoras*

P1.11	Grado de acuerdo o desacuerdo donde; 1 = muy en desacuerdo y 5 = muy de acuerdo						
E	a) En la organización se promueve un clima de apertura y consideración	1	2	3	4	5	
		0%	0%	19 %	39 %	42 %	100%
		0	0	6	12	13	31
	b) El estilo de dirección promueve conductas activas de ayuda y colaboración	1	2	3	4	5	
		0%	10 %	29 %	39 %	23 %	100%
		0	3	9	12	7	31
	c) La integridad, la equidad y el sentido de la justicia son valores perceptibles	1	2	3	4	5	
		10 %	19 %	23 %	39 %	10 %	100%
		3	6	7	12	3	31
	d) Se procura transmitir a los empleados que se desea favorecer su desarrollo y su bienestar	1	2	3	4	5	
		10 %	10 %	3%	68 %	10 %	100%
		3	3	1	21	3	31
	e) La dirección confía en el buen hacer de sus empleados	1	2	3	4	5	
		10 %	13 %	13 %	19 %	45 %	100%
		3	4	4	6	14	31

Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaboración Propia

En la tabla 24 se puede observar que respecto si la organización promueve un clima de apertura y consideración, se tiene que la mayoría 42% valoro con un Muy de acuerdo, luego cuando se les pregunto si la dirección promueve conductas de colaboración igualmente en su mayoría 39% de las respuestas indicaron estar de acuerdo. El aspecto que se valoró con una tendencia más a estar poco de acuerdo ha sido el de los valores perceptibles de integridad equidad y sentido de la justicia casi el 51% (10%+19%+23%) de ellos lo valoraron entre regular y en desacuerdo. Donde el puntaje de la tabla fue de 574/775=74% (Funcional).

Tabla 25. *Uso de tecnologías en la empresa*

P1.12	La empresa cuenta con sistemas de información y comunicaciones	100%	31
E	a) Si	81%	25
	b) No	19%	6

Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaboración Propia

Según se aprecia en esta tabla N°25, el 81% de las empresas cuenta con algún sistema de información y comunicaciones, mientras que un 19% manifiesta aún no sistematizar sus procesos. Por otra parte, la tabla 26 también se puede corroborar que todos contestaron que, si han desarrollado nuevos procesos de mejorar, algunos han hecho mención de la cantidad de procesos en mejora. Donde el puntaje de la tabla fue de 25/31=81% (Optimo)

Tabla 26. *Desarrollo de nuevos procesos de producción*

2.5 ¿Se han desarrollado nuevos procesos de producción que mejoran la productividad en los puestos de trabajo, Cuántos?	
AGRICOLA VIRU	Si
GANDULES INC	si, 2
FOOD EXPORT SAC	si, todas las áreas
JAYANCA FRUITS SAC	si se desarrolla, desconoce
GRAINS DEL VALLE EIRL	Si
PERUVIENNE EXPORTAR BUSSINES SAC	1, de manera periódica
INDUAMERICA CHCILAYO SAC	sí, es constante, una vez al mes
AGROLOGISTICA SAC	si, 3

Fuente: Aplicación de entrevista mayo 2017
Elaboración Propia

En tabla 26 se aprecia que las empresas si han desarrollado nuevos procesos de producción que mejoran la productividad en los puestos de trabajo, una de ellas dice que es constante la mejora, solo 1 dice que desconoce y otras dicen conocer 2 o 3 procesos de productividad que mejoran los puestos de trabajo.

El otro aspecto del Modelo Intelect se refiere al capital relacional y lo componen la interrelación con proveedores (tabla 27), clasificación de clientes (tabla 28) y las alianzas estratégicas (Tabla 29 y 30).

Tabla 27. *Productos de proveedores adaptados al pedido de la empresa*

P1.13	Existen productos y servicios adaptados específicamente a los requerimientos de la empresa, ofrecido por proveedores	100%	31
E	a) Si	68%	21
	b) No	32%	10

Fuente: Aplicación de encuesta mayo 2017
Elaboración Propia

Según se aprecia en esta tabla n°27 la mayoría de empresas 68% si existen productos y servicios adaptados específicamente a los requerimientos de la empresa, ofrecido por proveedores, y solamente el 32% de ellos considera que no lo son. Donde el puntaje de la tabla fue de 21/31=68% (Funcional)

Tabla 28. *Clasificación interna de los clientes*

2.6 ¿usted a cuántos clientes a podido clasificar, es decir, tiene alguna clasificación, entre clientes muy importantes, importantes, y no tan importantes?	
AGRICOLA VIRU	No
GANDULES INC	no sabe
FOOD EXPORT SAC	todos son importante a la fecha:
JAYANCA FRUITS SAC	todos
GRAINS DEL VALLE EIRL	1,2,3
PERUVIENNE EXPORTAR BUSSINES SAC	si, 1 visitas de empresas en forma de trabajo
INDUAMERICA CHCILAYO SAC	a todos
AGROLOGISTICA SAC	si, muy importantes

Fuente: Aplicación de entrevista mayo 2017
Elaboración Propia

En la tabla n°28 se le preguntó a los empresarios si tienen una clasificación de sus clientes de tal manera que puedan separarlos entre muy importan y no tan importantes, los resultados fue que la mayoría no pudo dar una respuesta clara, sino que respondieron de manera generalizada o en otros casos respondieron no saber, solamente 2 indicaron la cantidad de clientes que les son muy importantes. Es decir, las respuestas acertadas fueron de 5/8=62.5% (funcional)

Tabla 29. *Numero de alianzas estratégicas en últimos 3 años*

2.7 ¿Cuántas alianzas estratégicas ha realizado en los últimos 3 años sea con instituciones públicas o privadas?	
AGRICOLA VIRU	no sabe
GANDULES INC	Varias
FOOD EXPORT SAC	todos los años
JAYANCA FRUITS SAC	0
GRAINS DEL VALLE EIRL	no
PERUVIENNE EXPORTAR BUSSINES SAC	si, 6 clientes
INDUAMERICA CHCILAYO SAC	cero
AGROLOGISTICA SAC	8

Fuente: Aplicación de entrevista mayo 2017
Elaboración Propia

En la tabla n°29 se le preguntó a los empresarios cuántas alianzas estratégicas ha realizado en los últimos 3 años sea con instituciones públicas o privadas, los resultados fue que la mitad de empresas respondió no saber o que no habían realizado alianzas estratégicas, 2 de las empresas pudieron indicar el número de alianzas que han realizado. Es decir, las respuestas acertadas fueron de 4/8=50% (Por mejorar)

Tabla 30. Alianzas estratégicas vigentes

2.8 ¿Cuántas alianzas estratégicas tiene vigentes a la fecha?	
AGRICOLA VIRU	no sabe
GANDULES INC	0
FOOD EXPORT SAC	todos.
JAYANCA FRUITS SAC	3 a 4
GRAINS DEL VALLE EIRL	No
PERUVIENNE EXPORTAR BUSSINES SAC	3, Senasa, Adex, Ccl
INDUAMERICA CHCILAYO SAC	no, pero se tienen sinergias
AGROLOGISTICA SAC	8, se mantiene

Fuente: Aplicación de entrevista mayo 2017
Elaboración Propia

En la tabla n°30 se les preguntó a los empresarios si de las alianzas tenidas en los últimos 3 años, cuántas se mantenían vigentes o estaban realizando. La mayoría dijeron que no estaban vigentes o no estaban al tanto de ello, nuevamente 3 empresas expresaron que si los mantenían y cuál era su cantidad. Es decir, las respuestas acertadas fueron de 4/8=50% (Por mejorar)

Al realizar el análisis de los 3 aspectos del modelo Intelect se puede deducir que el capital humano de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque está en un nivel del 62.5% que corresponde a la categoría de FUNCIONAL y significa que las empresas cuentan con el recurso humano necesario para aprovechar su capital relacional. Luego, el capital estructural de las empresas está en un mejor nivel, en 74.6% y también le corresponde la categoría de FUNCIONAL, es decir, las empresas agroexportadoras tienen las políticas, los procesos y procedimientos necesarios para que la empresa pueda sacar provecho de sus relaciones con su entorno. Finalmente el capital relacional de las empresas agroexportadoras según el modelo

Intelect se encuentra en un 57.6%, que corresponde a la categoría POR MEJORAR.

3.2. Discusión de resultados

Respecto al primer al primer objetivo de los resultados obtenidos donde se observa que según el Comité de Estudios de la Pequeña y Mediana Empresa (Demi, 2016), en comparación con la región Piura, Las empresas exportadoras de Lambayeque están 3 veces por debajo de la Región Piura. Sin embargo, en el desarrollo de esta investigación también se ha observado que las empresas agroexportadoras también tienen capacidad de desarrollar nuevos mercados. Según explica Calix et al (2015) la experiencia media que tiene la región en exportación que son 10.5 años puede significar una fuente de una ventaja competitiva. De la misma manera consideramos que existe un 3.2% de las empresas que están usando como fuente de competitividad su participación en la BVL, y ello significa aprovechar el valor intangible que le puede brindar su relación con otros participantes de la arena internacional.

En relación al vínculo que las empresas agroexportadoras mantienen con sus clientes o cómo las empresas las valoran se ha encontrado que aún existe cierta resistencia de lado de las empresas a abrirse a nuevos mercados, por ello aún existe un 36% de las empresas que mantienen 1 o 2 clientes, y ello también se relaciona con el hecho que el 52% de las mismas pierdan 1 o 2 clientes. Igualmente, las sugerencias y quejas de los clientes parecieran ser tímidas como si lo más importante fuera la sugerencia o la queja, para el Centro Internacional del Comercio (CIC, 2003), uno de los pilares del capital relacional es la calidad, sostenibilidad y potencialidad de generar nuevos clientes.

En cuanto a la relación que mantienen las empresas con otro de sus agentes del entorno, es su relación con sus proveedores, ante ello, otra se puede decir que la mayoría de las empresas manifiesta que, si tiene alguna forma de convenio o cuerdo con sus proveedores, el 58%, sin embargo, al identificar los proyectos que tienen en conjunto con sus proveedores solamente el 35% lo dice tener. Para Ordoñez (2004) este aspecto del capital relacional sería el derivado de la dimensión del carácter estratégico o también como valor estratégico, Así mismo se ve que la interacción con sus proveedores es baja porque solamente un 71% de ellas indican que los proveedores no les hacen sugerencias y requerimientos.

Finalmente, la relación que las empresas mantienen con la sociedad se han centrado principalmente en su relación con los gremios u organismos de su actividad de negocio (71%) como Asociación de Exportadores –ADEX, Asociación Regional de Exportadores –AREX, Cámara de Comercio de Lambayeque –CCL, o con instituciones internacionales sin embargo, pensamos que las empresas no han considerado su relación con un de los representativos de la sociedad que son las universidades u institutos. Según Cubo (2006) el Modelo Intelect tiene un alcance temporal que va del presente hacia el futuro, entonces, pareciera que las empresas agroexportadoras de Lambayeque no están considerando la potencialidad de uno de estos elementos del modelo intelect que es su capital relacional y dentro de ella sus relaciones con la sociedad en general.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

La conclusión principal de este trabajo de investigación es, que efectivamente como se planteó en la hipótesis, Si existe una influencia positiva del Modelo Intelect en el capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque. Porque según el modelo intelect el soporte del capital relacional es el capital intelectual que tiene un 81%, seguido del capital relacional que tiene el 64%, ello finalmente sustenta la base para las relaciones con valor de las empresas que están vistas de mejorar y están en el 64%.

Respecto a las empresas exportadoras activas que ha presentado continuamente sus balances sus exportaciones FOB en la región Lambayeque, tienen como principales destinos a Estados Unidos y Europa, son pocas las empresas que buscan o tienen clientes en otros mercados como Asia.

En cuanto a la su relación con los clientes y proveedores se puede decir que el 36% de ellas centra su relación en 1 o 2 clientes, y, por otra parte, aunque ellas dicen que, si tienen acuerdos 58%, solamente un 35% de ellas tiene proyecto conjunto, ello hace pensar que quizá sus relaciones no sean muy sólidas y a largo plazo.

En cuanto a la su relación con la sociedad Lambayecana y otros agentes externos, se puede concluir que ellas no se relacionan apropiadamente con los centros profesional o tecnológicos, dado que el 34% de estas empresas nunca o rara vez ha solicitado practicantes, por otra parte, ella si se vincula mejor con las organizaciones que le son afín a su actividad comercial, pues un 71% de ellas dice pertenecer alguna organización o sociedad civil.

4.2. Recomendaciones

Para que las empresas exportadoras de la región, tengan un mejor nivel de capital relacional, ellas deben reestructurar su organización de tal modo que ella sea un soporte al aprendizaje continuo, es decir orientar las políticas normas y estrategias de la empresa con el fin que permitan relacionarse mejor con su entorno.

Estas empresas deben fortalecer los vínculos de intereses agrupando a empresarios exportadores según el interés común que ellos tengan, e invitar a los promotores del comercio exterior del Estado a fomentar la importancia de darle valor a las relaciones con el entorno.

Fomentar la inversión pública y privada de las investigaciones aplicadas sobre el valor económico de las relaciones que mantiene las empresas a través de acuerdos y convenios interinstitucionales. Las empresas, universidades, centros tecnológicos, y las entidades que promuevan el comercio exterior.

REFERENCIAS

Ahumada, R. (9 de Junio de 2014). *The Clinic*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2016, de http://www.theclinic.cl/2014/06/09/gerente-de-monsanto-y-la-mala-fama-no-soy-muy-buscador-de-google-pero-en-mi-experiencia-nunca-encontre-algo-realista/

Álvarez-Hernández, José Gerardo; Lavín-Verástegui, Jesús; Pedraza-Melo, Norma Angélica; (2016). Determinando los factores del capital relacional en la interacción de cliente proveedor en MiPyMES. *Entramado,* Enero-Junio, 38-49.

CENTRO DE INVESTIGACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO, CIC. Documentos Intellectus. Modelo Intellectus: Medición y gestión del capital intelectual. Ediciones de la Universidad Autónoma de Madrid, CIC-IADE. 1era. Edición. Madrid 2003. 173 páginas.

Carrión, j. (2004). *El conocimiento en la capacidad de gestión empresarial en las empresas exportadoras de la región Lambayeque en el periodo 2004-2006*. (Tesis para licenciado). Universidad Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque - Perú El capital estructural organizativo como fuente de competitividad empresarial: un estudio de indicadores

Calix, C., Vigier, H., & Briozzo, A. (2015). Capital intelectual y otros determinantes de la ventaja competitiva en empresas exportadoras

de la zona norte de Honduras. *Suma de Negocios*(6), 130-137. doi:10

Diario Gestión. (26 de Septiembre de 2015). *Especial EMA: Las diez empresas más admiradas del Perú*. Recuperado el 16 de Eptiembre de 2016, http://www.gestion.pe/empresas/especial-ema-diez-empresas-mas-admiradas-peru-2143868

García, T. (2011). Diseño de un modelo para la medición del capital Intelectual de empresas de manufactura en el Perú. Lima. Perú.

Geovan, Vigier, Briozzoc (2014), Capital intelectual y otros determinantes de la ventaja competitiva en empresas exportadoras de la zona norte de Honduras.

Ortiz, M., 2005. El capital intelectual y su aplicación en España. https://es.slideshare.net/OFELIUS/modelo-intelect

Ordoñez de Pablos (2004). El capital relacional como fuente de competitividad organizativa. Deusto. España.

Sepulveda, A. (24 de Diciembre de 2013). *El Confidencial*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2016, de http://www.elconfidencial.com/empresas/2013-12-24/mala-prensa-peor-reputacion-las siete-empresas-que-deben-recuperar-su-prestigio_66448/

ANEXOS

ENTREVISTA PARA EMPRESAS DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL

El objetivo de la entrevista es determinar el capital relacional que tienen las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque según el **Modelo Intelect.**

Agradecemos su valioso aporte al responder con objetividad todas las preguntas todas sus respuestas son válidas para efectos de la presente investigación.

Obj. (a)

Empresa:…
Entrevistado:…
Cargo:……
Entrevistador:…
Fecha:…
Productos que exporta actualmente:……...

Obj. (e)

2.2. ¿En la empresa cuántas personas tiene título profesional?

2.3. ¿En la empresa cuántas personas tienen estudios de especialización o postgrado?

2.4. ¿Cuántos empleados fueron promocionados o ascendidos en los últimos 3 años?

2.5. ¿Existen premios y reconocimientos al trabajo realizado?

2.6. ¿Se han desarrollado nuevos procesos de producción que mejoran la productividad en los puestos de trabajo, Cuántos?

2.7. ¿usted a cuántos clientes a podido clasificar, es decir, tiene alguna clasificación, entre clientes muy importantes, importantes, y no tan importantes?

2.8. ¿Cuántas alianzas estratégicas ha realizado en los últimos 3 años sea con instituciones públicas o privadas?

2.9. ¿Cuántas alianzas estratégicas tiene vigentes a la fecha?

ENCUESTA PARA EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE

El objetivo de la encuesta es determinar la influencia del Modelo Intelect en el capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque.

Agradecemos su valioso aporte al responder con objetividad todas las preguntas todas sus respuestas son válidas para efectos de la presente investigación.

Empresa:…
Entrevistado:…
Entrevistador:…
Fecha:…

1.1. Cuántos son sus clientes más importantes en relación al monto de las ventas
   a) 1 a 2
   b) 3 a 4
   c) De 5 a más
1.2. Cuántos clientes ha perdido hasta la fecha:
   a) 1 a 2
   b) 3 a 4
   c) De 5 a más
1.3. Con que frecuencia recibe sugerencias de sus clientes.
   a) Nunca
   b) Rara vez
   c) De vez en cuando
   d) Frecuentemente
   e) Siempre
1.4. Con qué frecuencia recibe quejas de los clientes respecto al producto o servicio ofrecido:
   a) Nunca
   b) Rara vez
   c) De vez en cuando
   d) Frecuentemente
   e) Siempre
1.5. tiene algún tipo de acuerdo o convenio formal con sus proveedores?
   a) Si
   b) No
1.6. ¿Tiene acuerdos y proyectos conjuntos con sus proveedores?
   a) Si
   b) No
1.7. ¿Existen quejas o sugerencias a los requerimientos de la empresa, ofrecido por sus proveedores?
   a) Si
   b) No
1.8. ¿Se solicita practicantes, profesionales o técnicos a los centros universitarios y tecnológicos?
   a) Nunca
   b) Rara vez
   c) De vez en cuando
   d) Frecuentemente
   e) Siempre
1.9. ¿Tiene certificaciones oficiales internacionales de gestión u otros (ISO 9001, otros)?
   a) 0
   b) 1 a 2
   c) 3 a 4
   d) De 5 a más
1.10. ¿Está afiliado a instituciones públicas y privadas (Adex, Arex, Cámara de comercio, universidades, ONG's, otros)?
   a) 0
   b) 1 a 2
   c) 3 a 4
   d) De 5 a más
1.11. Señale el grado de acuerdo o desacuerdo donde; 1 = muy en desacuerdo y 5 = muy de acuerdo
   a) En la organización se promueve un clima de apertura y consideración en el que los empleados pueden expresar sus sentimientos y problemas (.....)

b) El estilo de dirección utilizado en la organización promueve conductas activas de ayuda y colaboración entre los empleados (.....)
c) La integridad, la equidad y el sentido de la justicia son valores perceptibles en las resoluciones que se adoptan en la organización (.....)
d) En la organización se procura transmitir a los empleados que se desea favorecer su desarrollo y su bienestar profesional y humano (.....)
e) La dirección confía en el buen hacer de sus empleados (.....)

1.12. ¿La empresa cuenta con sistemas de información y comunicaciones para el mejor desempeño de las actividades y para la captación de datos necesarios para la gestión en la organización?
a) Si
b) No

1.13. ¿Existen productos y servicios adaptados específicamente a los requerimientos de la empresa, ofrecido por proveedores?
a) Si
b) No

GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN!!

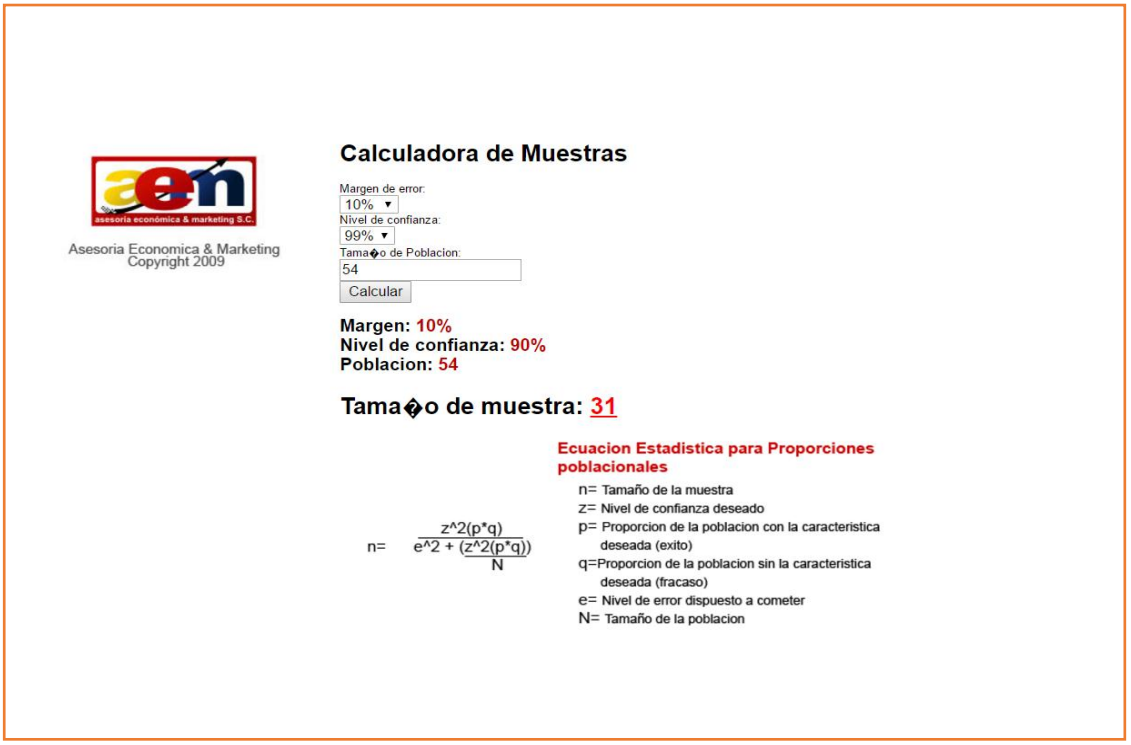
FORMATO DE REVISIÓN DOCUMENTARIA (VIRTUAL) PARA EMPRESAS AGROEXPORTADORAS

El objetivo de la guía es determinar el capital relacional que tienen las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque según el **Modelo Intelect.**

Obj. (a)

Empresa

Nombre empresa	Exportaciones FOB 2016	Mercados destino 2016	Total de trabajadores	Inicio operaciones de exportación



Asesoria Economica & Marketing
Copyright 2009

Calculadora de Muestras

Margen de error:
10%
Nivel de confianza:
99%
Tama►o de Poblacion:
54
Calcular

Margen: 10%
Nivel de confianza: 90%
Poblacion: 54

Tama►o de muestra: 31

$$n = \frac{z^2(p*q)}{e^2 + \frac{(z^2(p*q))}{N}}$$

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra
z= Nivel de confianza deseado
p= Proporcion de la poblacion con la caracteristica deseada (exito)
q=Proporcion de la poblacion sin la caracteristica deseada (fracaso)
e= Nivel de error dispuesto a cometer
N= Tamaño de la poblacion

PONDERACION DE RESULTADOS DE ENCUESTA APLICADA

A. RELACION CON CLIENTES

P1.1	Clientes más importantes en relación al monto de las ventas					MAX:	93
B	a) 1 a 2	35%	11	1	11		
	b) 3 a 4	19%	6	2	12		
	c) De 5 a más	45%	14	3	42		
P1.2	Clientes ha perdido hasta la fecha				0	MAX:	155
	a) 1 a 2	10%	3	5	15		
B	b) 1 a 2	52%	16	4	64		
	c) 3 a 4	29%	9	3	27		
	d) De 5 a más	10%	3	2	6		
P1.3	Frecuencia recibe sugerencias de sus clientes				0	MAX:	155
B	a) Nunca	6%	2	1	2		
	b) Rara vez	13%	4	2	8		
	c) De vez en cuando	39%	12	3	36		
	d) Frecuentemente	29%	9	4	36		
	e) Siempre	13%	4	5	20		
P1.4	Frecuencia recibe quejas de los clientes				0	MAX:	155
B	a) Nunca	19%	6	5	30		
	b) Rara vez	48%	15	4	60		
	c) De vez en cuando	32%	10	3	30		
	d) Frecuentemente	0	0	2	0		
	e) Siempre	0	0	1	0		
				PUNTOS	399	MAX:	558

B. RELACION CON PROVEEDORES

P1.5	Acuerdo o convenio formal con sus proveedores					MAX:	31
C	a) Si	58%	18	1	18		
	b) No	42%	13	0	0		
P1.6	Proyectos conjuntos con sus proveedores				0	MAX:	31
C	a) Si	35%	11	1	11		
	b) No	65%	20	0	0		
P1.7	Quejas o sugerencias a los requerimientos de la empresa				0	MAX:	62
C	a) Si	29%	9	2	18		
	b) No	71%	22	1	22		
			PUNTOS		69	MAX:	124

C. RELACION CON SOCIEDAD

P1.8	Solicita practicantes, profesionales o técnicos					MAX:	124
D	a) Nunca	6%	2	0	0		
	b) Rara vez	29%	9	1	9		
	c) De vez en cuando	13%	4	2	8		
	d) Frecuentemente	39%	12	3	36		
	e) Siempre	13%	4	4	16		
P1.9	Certificaciones oficiales internacionales de gestión u otros					MAX:	93
D	a) 0	6%	2	0	0		
	b) 1 a 2	58%	18	1	18		
	c) 3 a 4	23%	7	2	14		
	d) De 5 a más	16%	5	3	15		
P1.10	Afiliado a instituciones públicas y privadas (Adex, Arex, Cámara					MAX:	93
D	a) 0	10%	3	0	0		
	b) 1 a 2	71%	22	1	22		
	c) 3 a 4	13%	4	2	8		
	d) De 5 a más	6%	2	3	6		
				PUNTOS	152	MAX:	310

D. RELACION CON MODELO INTELECT

P1.11	Grado de acuerdo o desacuerdo donde; 1 = muy en desacuerdo y 5 = muy de acuerdo								
E	a) En la organización se promueve un clima de apertura y consideración	1	2	3	4	5	131	MAX:	155
		0	0	6	12	13	31		
		0%	0%	19%	39%	42%	100%		
	b) El estilo de dirección promueve conductas activas de ayuda y colaboración	1	2	3	4	5	116	MAX:	155
		0	3	9	12	7	31		
		0%	10%	29%	39%	23%	100%		
	c) La integridad, la equidad y el sentido de la justicia son valores perceptibles	1	2	3	4	5	99	MAX:	155
		3	6	7	12	3	31		
		10%	19%	23%	39%	10%	100%		
	d) Se procura transmitir a los empleados que se desea favorecer su desarrollo y su bienestar	1	2	3	4	5	111	MAX:	155
		3	3	1	21	3	31		
		10%	10%	3%	68%	10%	100%		
	e) La dirección confía en el buen hacer de sus empleados	1	2	3	4	5	117	MAX:	155
		3	4	4	6	14	31		

				10%	13%	13%	19%	45%	100%			
								PUNTOS	574	MAX:	775	

P1.12	La empresa cuenta con sistemas de información y comunicaciones								MAX:	31
E	a) Si	81%	25			1		25		
	b) No	19%	6			0		0		
				31	PUNTOS			25	MAX:	31

P1.13	Existen productos y servicios adaptados específicamente a los requerimientos de la empresa, ofrecido por proveedores							0	MAX:	31
E	a) Si	68%	21			1		21		
	b) No	32%	10			0		0		
				31						
					PUNTOS			71	MAX:	62

Validación de instrumentos

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Roosevelt Quiroz Tantaleán
2. TITULO	NNII
3. ULTIMO GRADO ACADÉMICO	Mg. Finanzas
4. EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	10
5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	Promperu
6. CARGO	Agro-Agroindustria

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"Influencia del modelo intelect en el capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque en el periodo 2016"

A. NOMBRES DE LAS TESISTAS	Aquino Llano Rosa María Hernández Vásquez Claribel
B. INSTRUMENTO EVALUADO	Entrevista para las empresas del sector agroindustrial
C. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Recoger la información sobre la relación que tienen el capital relacional las empresas con el Modelo Intelect.
D. DETALLE DEL INSTRUMENTO	El cuestionario consta de 8 preguntas, las cuales están vinculadas al capital humano, estructural y relacional del Modelo Intelect. Son parted de la variable independiente.

7. INSTRUCCIONES

Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en ***"A" si está de "acuerdo"*** o con el ítem ***"D" si está en "desacuerdo"***, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.

8. PREGUNTAS	
2.1. ¿En la empresa cuántas personas tiene título profesional?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
2.2. ¿En la empresa cuántas personas tienen estudios de especialización o postgrado?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
2.3 ¿Cuántos empleados fueron promocionados o ascendidos en los últimos 3 años?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
2.4. ¿Existen premios y reconocimientos al trabajo realizado?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
2.5. Se han desarrollado nuevos procesos de producción que mejoran la productividad en los puestos de trabajo, Cuántos?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
2.6. ¿usted a cuántos clientes ha podido clasificar, es decir, tiene alguna clasificación, entre clientes muy importantes, importantes, y no tan importantes?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
2.7. ¿Cuántas alianzas estratégicas ha realizado en los últimos 3 años sea con instituciones públicas o privadas?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
2.8. ¿Cuántas alianzas estratégicas tiene vigentes a la fecha?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____

Sugerencias finales para mejorar el cuestionario:

CONSULTOR

DNI 42579772

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Roosevelt Quiroz Tantaleán
2. TITULO	NNII
3. ULTIMO GRADO ACADÉMICO	Mg. Finanzas
4. EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	10
5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	Promperu
6. CARGO	Agro - Agroindustria

TITULO DE LA INVESTIGACIÓN

"Influencia del modelo intelect en el capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque en el período 2016"

A. NOMBRES DE LAS TESISTAS	Aquino Llano Rosa María Hernández Vásquez Claribel
B. INSTRUMENTO EVALUADO	Encuesta para empresas agroexportadoras de la región Lambayeque
C. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Recoger la información sobre la relación que tienen el capital relacional las empresas con el Modelo Intelect.
D. DETALLE DEL INSTRUMENTO	El cuestionario consta de 13 preguntas, de las cuales los ítems 1.1 al 1.13 están relacionados al capital relacional en sus tres dimensiones: proveedores, clientes, sociedad. Los ítems de 1.11, 1.12, y 1.13 corresponden al capital estructural y relacional del Modelo Intelect

7. INSTRUCCIONES

Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en ***"A" si está de "acuerdo"*** o con el ítem ***"D" si está en "desacuerdo"***, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.

8. PREGUNTAS	
1.1. ¿Cuántos son sus clientes más importantes en relación al monto de las ventas	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS:
1.2. ¿Cuántos clientes ha perdido hasta la fecha	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS:
1.3. ¿Con que frecuencia recibe sugerencias de sus clientes.	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS:
1.4. ¿Con qué frecuencia recibe quejas de los clientes respecto al producto o servicio ofrecido:	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS:
1.5. ¿tiene algún tipo de acuerdo o convenio formal con sus proveedores?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS:
1.6. ¿Tiene acuerdos y proyectos conjuntos con sus proveedores?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS:
1.7. ¿Existen quejas o sugerencias a los requerimientos de la empresa, ofrecido por sus proveedores?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS:
1.8. ¿Se solicita practicantes, profesionales o técnicos a los centros universitarios y tecnológicos?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS:
1.9. ¿Tiene certificaciones oficiales internacionales de gestión u otros (ISO 9001, otros)?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS:

1.10. ¿Está afiliado a instituciones públicas y privadas (Adex, Arex. Cámara de comercio, universidades, ONG's, otros)?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
1.11. ¿ Señale el grado de acuerdo o desacuerdo donde; 1 = muy en desacuerdo y 5 = muy de acuerdo a) En la organización se promueve un clima de apertura y consideración en el que los empleados pueden expresar sus sentimientos y problemas (...) b) El estilo de dirección utilizado en la organización promueve conductas activas de ayuda y colaboración entre los empleados (...) c) La integridad, la equidad y el sentido de la justicia son valores perceptibles en las resoluciones que se adoptan en la organización (...) d) En la organización se procura transmitir a los empleados que se desea favorecer su desarrollo y su bienestar profesional y humano (...) e) La dirección confía en el buen hacer de sus empleados (...)	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____ _____
1.12 ¿La empresa cuenta con sistemas de información y comunicaciones para el mejor desempeño de las actividades y para la captación de datos necesarios para la gestión en la organización?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
1.13. ¿ Existen productos y servicios adaptados específicamente a los requerimientos de la empresa, ofrecido por proveedores?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____

Sugerencias finales para mejorar el cuestionario:

Firma

DNI.....

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Roosevelt Quiroz Tantalezín
2. TITULO	NNII
3. ULTIMO GRADO ACADÉMICO	Mg. Finanzas
4. EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	10
5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	Prom-perú
6. CARGO	Agro - Agronegocios

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"Influencia del modelo intelect en el capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque en el periodo 2016"

A. NOMBRES DE LAS TESISTAS	Aquino Llano Rosa María Hernández Vásquez Claribel
B. INSTRUMENTO EVALUADO	Entrevista para especialista del sector agroindustrial
C. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Recoger la información sobre la relación que tienen el capital relacional las empresas con el Modelo Intelect.
D. DETALLE DEL INSTRUMENTO	El cuestionario consta de 8 preguntas, De las cuales las preguntas 1 y 2 corresponden al objetivo b), las preguntas 5 a la 8 corresponden al objetivo d), y las preguntas 3 y 4 corresponden al objetivo el del estudio de investigación.

7. INSTRUCCIONES

Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en ***"A" si está de "acuerdo"*** o con el ítem ***"D" si está en "desacuerdo"***, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.

PREGUNTAS	
1. ¿Considera usted que las empresas exportadoras del sector agroindustrial deben tener acuerdos o convenios con proveedores? ¿Por qué?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
2. ¿Es un factor de impacto para las empresas exportadoras del sector agroindustrial tener proyectos conjuntos con sus proveedores?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
3. En su opinión las empresas exportadoras del sector agroindustrial deberían tener programas de apoyo a sus trabajadores?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
4. Considera importante que las empresas exportadoras del sector agroindustrial tengan buzón de sugerencias o quejas de los trabajadores? ¿Por qué?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
5. ¿Cómo podrían ayudar las sugerencias o reclamos recibidos de los clientes a mejorar su percepción de valor a las empresas exportadoras del sector agroindustrial de Lambayeque?	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
6. Considera un medio eficaz el servicio de post venta que las empresas exportadoras del sector agroindustrial brindan a sus clientes.	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
7. En su opinión, los convenios de las empresas exportadoras del sector agroindustrial con instituciones públicas o privadas son importantes para mejorar su valor de mercado.	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____
8. De qué manera exportadoras del sector agroindustrial de la región Lambayeque podrían aprovechar las certificaciones de responsabilidad social.	A ( ) D ( ) SUGERENCIAS: _____

Sugerencias finales para mejorar el cuestionario:

Firma

DNI 42579793

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Jean Michell Carrión Mezones
2. TITULO	Lic. Comercio y Negocios Internacionales
3. ULTIMO GRADO ACADÉMICO	Licenciado / Estudios Concluidos Maestría
4. EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	6 años
5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	Universidad Señor Sipán
6. CARGO	Docente Tiempo Completo

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"Influencia del modelo intelect en el capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque en el periodo 2016"

A. NOMBRES DE LAS TESISTAS	Aquino Llano Rosa María Hernández Vásquez Claribel
B. INSTRUMENTO EVALUADO	Entrevista para las empresas del sector agroindustrial
C. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Recoger la información sobre la relación que tienen el capital relacional las empresas con el Modelo Intelect.
D. DETALLE DEL INSTRUMENTO	El cuestionario consta de 8 preguntas, las cuales están vinculadas al capital humano, estructural y relacional del Modelo Intelect. Son parted de la variable independiente.

7. INSTRUCCIONES

Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en ***"A" si está de "acuerdo"*** o con el ítem ***"D" si está en "desacuerdo"***, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.

8. PREGUNTAS	
2.1. ¿En la empresa cuántas personas tiene título profesional?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS: Puede ser técnico también.
2.2. ¿En la empresa cuántas personas tienen estudios de especialización o postgrado?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
2.3 ¿Cuántos empleados fueron promocionados o ascendidos en los últimos 3 años?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS: Solo ascendidos
2.4. ¿Existen premios y reconocimientos al trabajo realizado?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
2.5. Se han desarrollado nuevos procesos de producción que mejoran la productividad en los puestos de trabajo, Cuántos?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS: A menos que se pueda no es necesario saber cuántos.
2.6. ¿usted a cuántos clientes ha podido clasificar, es decir, tiene alguna clasificación, entre clientes muy importantes, importantes, y no tan importantes?	A ( ) D (X) SUGERENCIAS: No preguntar a cuántos, sólo si realiza la clasificación.
2.7. ¿Cuántas alianzas estratégicas ha realizado en los últimos 3 años sea con instituciones públicas o privadas?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
2.8. ¿Cuántas alianzas estratégicas tiene vigentes a la fecha?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:

Sugerencias finales para mejorar el cuestionario: Sólo los realizados en cada ítem.

Firma

DNI 41609079

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Jean Michell Carrión Mezones
2. TITULO	Licenciado Comercio y Negocios Internacionales
3. ULTIMO GRADO ACADÉMICO	Licenciado / E.C. de maestría.
4. EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	6 años
5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	Universidad Señor de Sipán
6. CARGO	Docente Tiempo Completo

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"Influencia del modelo Intelect en el capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque en el periodo 2016"

A. NOMBRES DE LAS TESISTAS	Aquino Llano Rosa María Hernández Vásquez Claribel
B. INSTRUMENTO EVALUADO	Encuesta para empresas agroexportadoras de la región Lambayeque
C. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Recoger la información sobre la relación que tienen el capital relacional las empresas con el Modelo Intelect.
D. DETALLE DEL INSTRUMENTO	El cuestionario consta de 13 preguntas, de las cuales los ítems 1.1 al 1.13 están relacionados al capital relacional en sus tres dimensiones; proveedores, clientes, sociedad. Los ítems de 1.11, 1.12, y 1.13 corresponden al capital estructural y relacional del Modelo Intelect

7. INSTRUCCIONES

Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en ***"A" si está de "acuerdo"*** o con el ítem ***"D" si está en "desacuerdo"***, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.

8. PREGUNTAS	
1.1. ¿Cuántos son sus clientes más importantes en relación al monto de las ventas	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
1.2. ¿Cuántos clientes ha perdido hasta la fecha	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
1.3. ¿Con que frecuencia recibe sugerencias de sus clientes.	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
1.4. ¿Con qué frecuencia recibe quejas de los clientes respecto al producto o servicio ofrecido:	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
1.5. ¿tiene algún tipo de acuerdo o convenio formal con sus proveedores?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS: Primera palabra mayúscula
1.6. ¿Tiene acuerdos y proyectos conjuntos con sus proveedores?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
1.7. ¿Existen quejas o sugerencias a los requerimientos de la empresa, ofrecido por sus proveedores?	A ( ) D (X) SUGERENCIAS: Separar quejas y sugerencias
1.8. ¿Se solicita practicantes, profesionales o técnicos a los centros universitarios y tecnológicos?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
1.9. ¿Tiene certificaciones oficiales internacionales de gestión u otros (ISO 9001, otros)?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:

1.10. ¿Está afiliado a instituciones públicas y privadas (Adex, Arex, Cámara de comercio, universidades, ONG's, otros)?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
1.11. ¿ Señale el grado de acuerdo o desacuerdo donde; 1 = muy en desacuerdo y 5 = muy de acuerdo a) En la organización se promueve un clima de apertura y consideración en el que los empleados pueden expresar sus sentimientos y problemas (...) b) El estilo de dirección utilizado en la organización promueve conductas activas de ayuda y colaboración entre los empleados (...) c) La integridad, la equidad y el sentido de la justicia son valores perceptibles en las resoluciones que se adoptan en la organización (...) d) En la organización se procura transmitir a los empleados que se desea favorecer su desarrollo y su bienestar profesional y humano (...) e) La dirección confía en el buen hacer de sus empleados (..)	A (X) D ( ) SUGERENCIAS: Este ítem sería más proveechoso si se aplica a un jefe rango medio, no al gerente o dueño.
1.12 ¿La empresa cuenta con sistemas de información y comunicaciones para el mejor desempeño de las actividades y para la captación de datos necesarios para la gestión en la organización?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
1.13. ¿ Existen productos y servicios adaptados específicamente a los requerimientos de la empresa, ofrecido por proveedores?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:

Sugerencias finales para mejorar el cuestionario:

Sólo las mencionadas al inferior

Firma

DNI 9160979

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

CARTILLA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

1. NOMBRE DEL EXPERTO	Jean Michell Carrión Mezones
2. TITULO	Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales
3. ULTIMO GRADO ACADÉMICO	Licenciado / E.C. Maestría.
4. EXPERIENCIA PROFESIONAL (AÑOS)	6 años
5. INSTITUCIÓN DONDE LABORA	Universidad Señor de Sipán
6. CARGO	Docente Tiempo Completo

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"Influencia del modelo intelect en el capital relacional de las empresas agroexportadoras de la región Lambayeque en el periodo 2016"

A. NOMBRES DE LAS TESISTAS	Aquino Llano Rosa María Hernández Vásquez Claribel
B. INSTRUMENTO EVALUADO	Entrevista para especialista del sector agroindustrial
C. OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Recoger la información sobre la relación que tienen el capital relacional las empresas con el Modelo Intelect.
D. DETALLE DEL INSTRUMENTO	El cuestionario consta de 8 preguntas, De las cuales las preguntas 1 y 2 corresponden al objetivo b), las preguntas 5 a la 8 corresponden al objetivo d), y las preguntas 3 y 4 corresponden al objetivo c) del estudio de investigación.

7. INSTRUCCIONES

Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en ***"A" si está de "acuerdo"*** o con el ítem ***"D" si está en "desacuerdo"***, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.

PREGUNTAS	
1. ¿Considera usted que las empresas exportadoras del sector agroindustrial deben tener acuerdos o convenios con proveedores? ¿Por qué?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
2. ¿Es un factor de impacto para las empresas exportadoras del sector agroindustrial tener proyectos conjuntos con sus proveedores?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
3. En su opinión las empresas exportadoras del sector agroindustrial deberían tener programas de apoyo a sus trabajadores?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
4. Considera importante que las empresas exportadoras del sector agroindustrial tengan buzón de sugerencias o quejas de los trabajadores? ¿Por qué?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS: También puede ser buzón virtual.
5. ¿Cómo podrían ayudar las sugerencias o reclamos recibidos de los clientes a mejorar su percepción de valor a las empresas exportadoras del sector agroindustrial de Lambayeque?	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
6. Considera un medio eficaz el servicio de post venta que las empresas exportadoras del sector agroindustrial brindan a sus clientes.	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
7. En su opinión, los convenios de las empresas exportadoras del sector agroindustrial con instituciones públicas o privadas son importantes para mejorar su valor de mercado.	A (X) D ( ) SUGERENCIAS:
8. De qué manera exportadoras del sector agroindustrial de la región Lambayeque podrían aprovechar las certificaciones de responsabilidad social.	A (X) D ( ) SUGERENCIAS: Muy larga la pregunta, más sencilla.

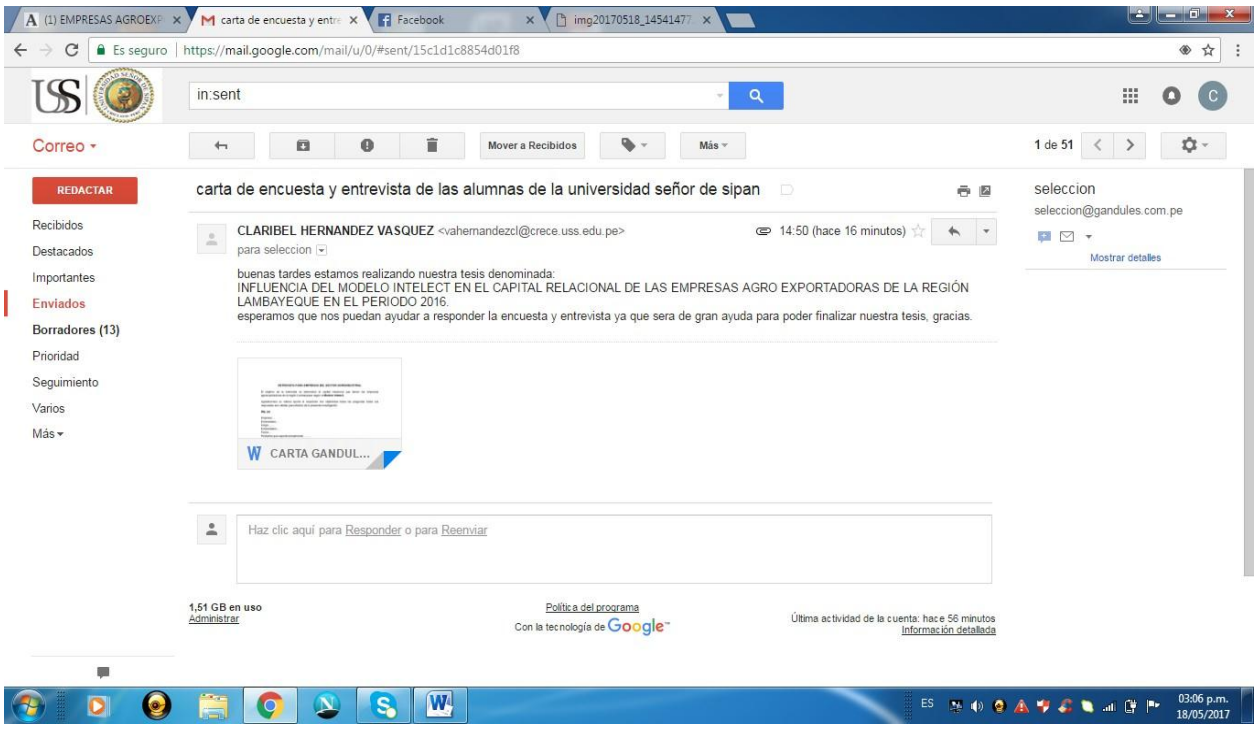
Sugerencias finales para mejorar el cuestionario:

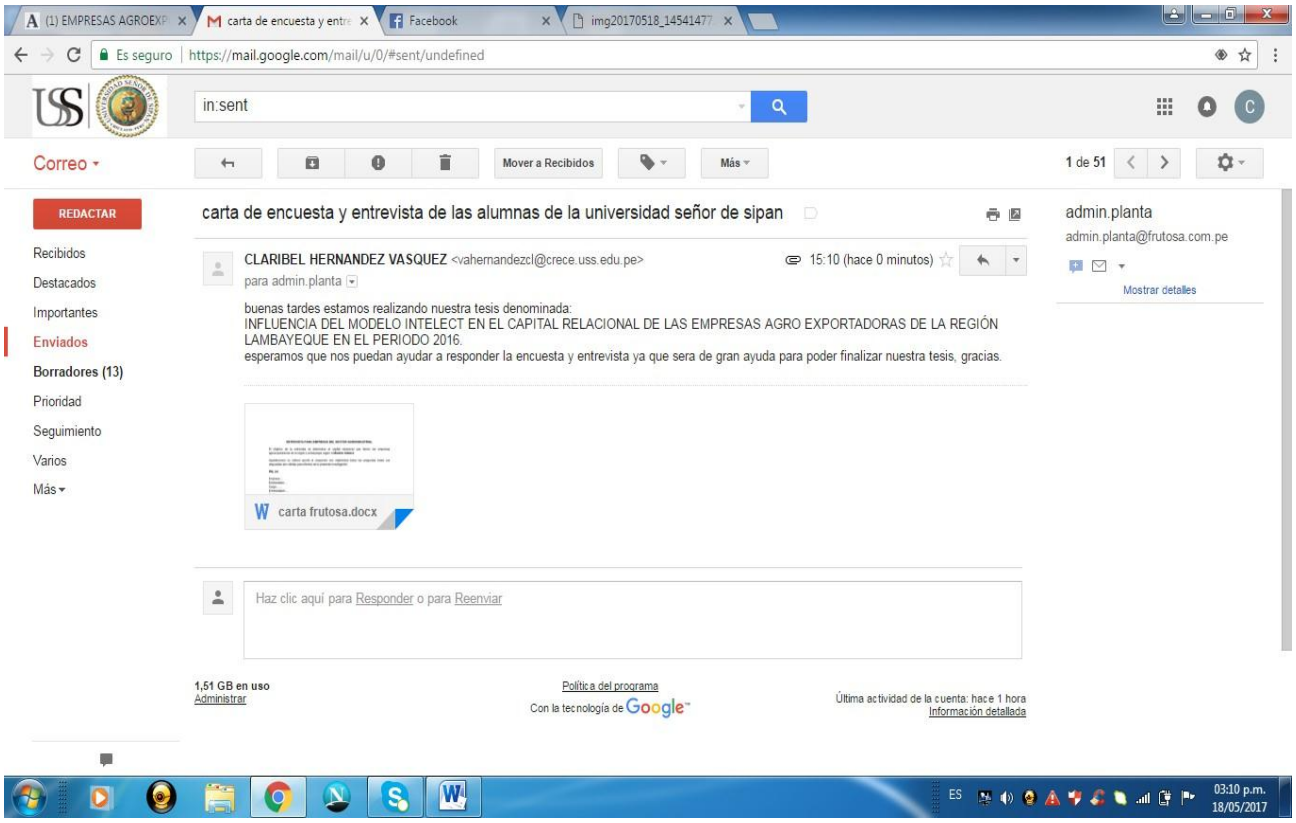
Deberían considerar si los trabajadores son parte del capital estructural o humano, no tanto del relacional o ser más preciso en esas preguntas de los trabajadores, de lo contrario, es mejor no incluirlas.

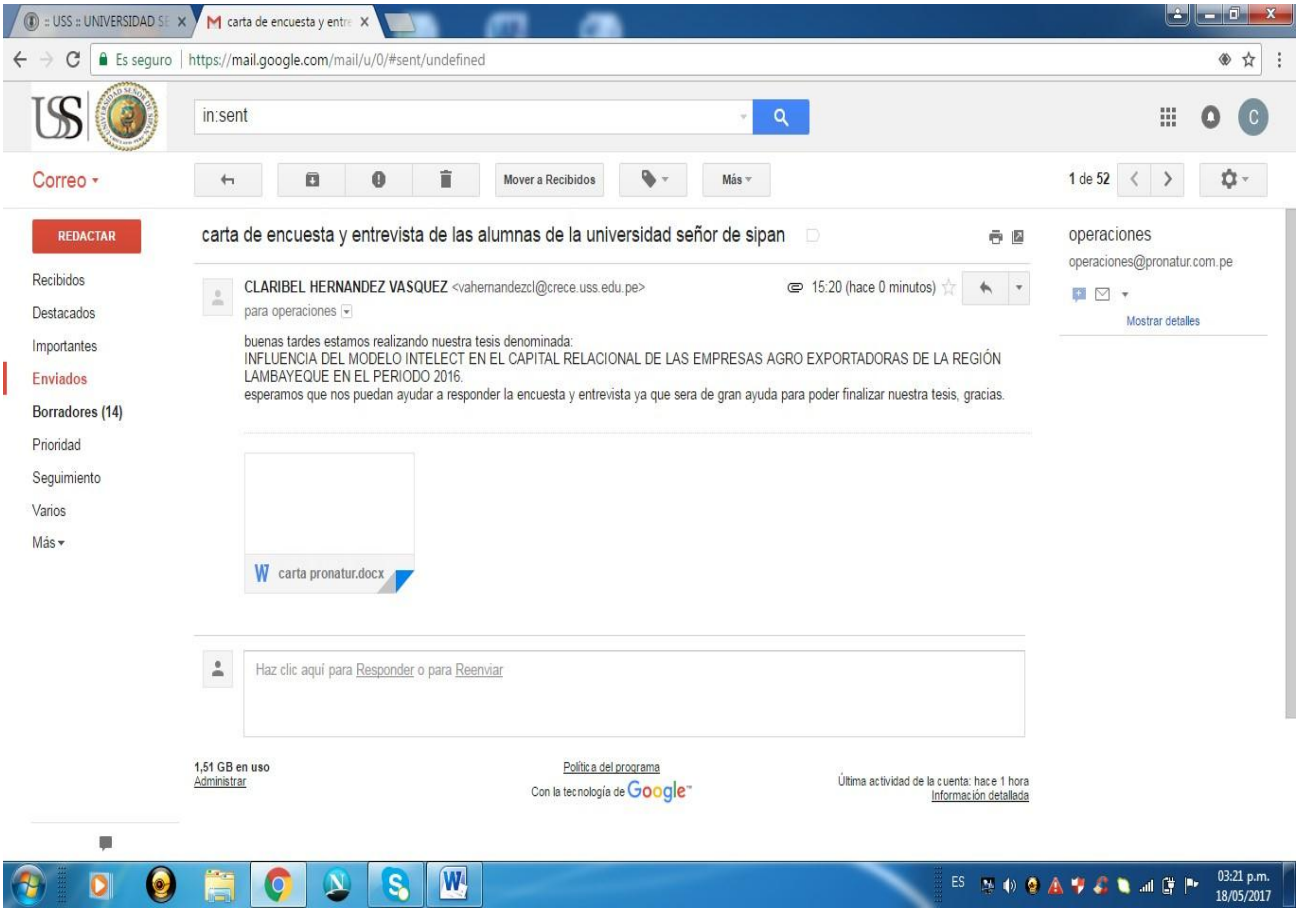
Firma

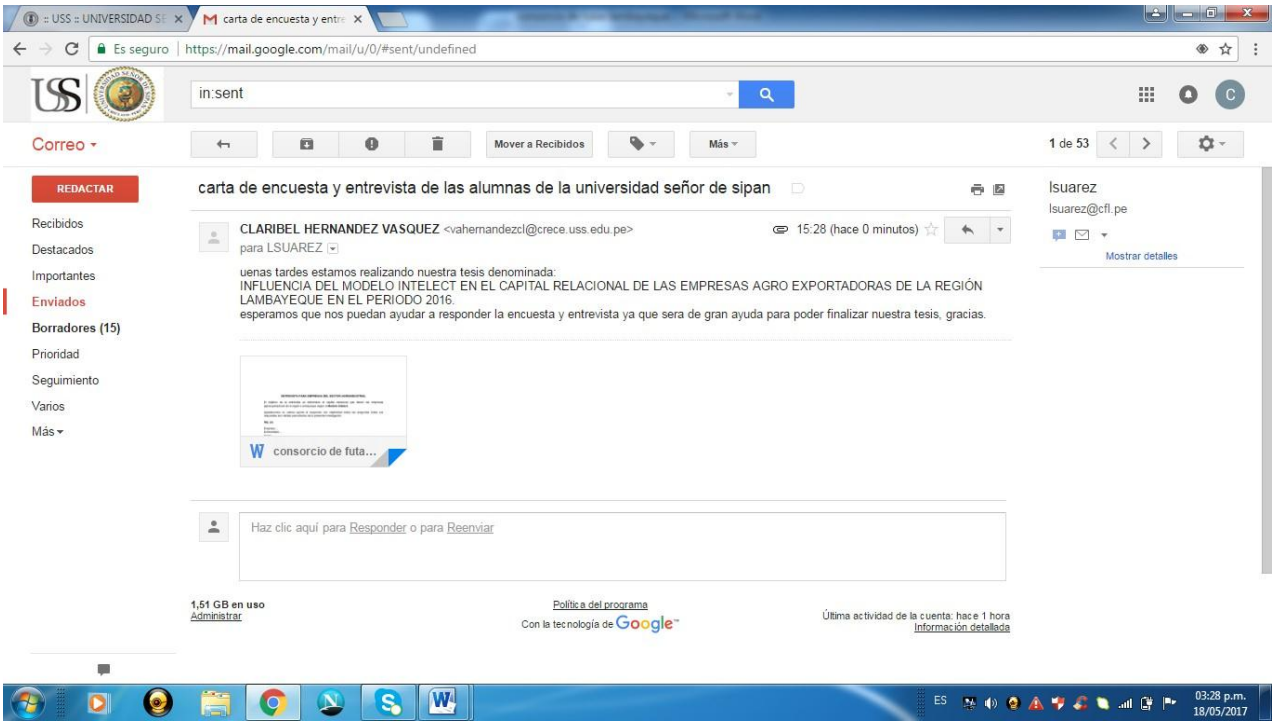
DNI 41629074

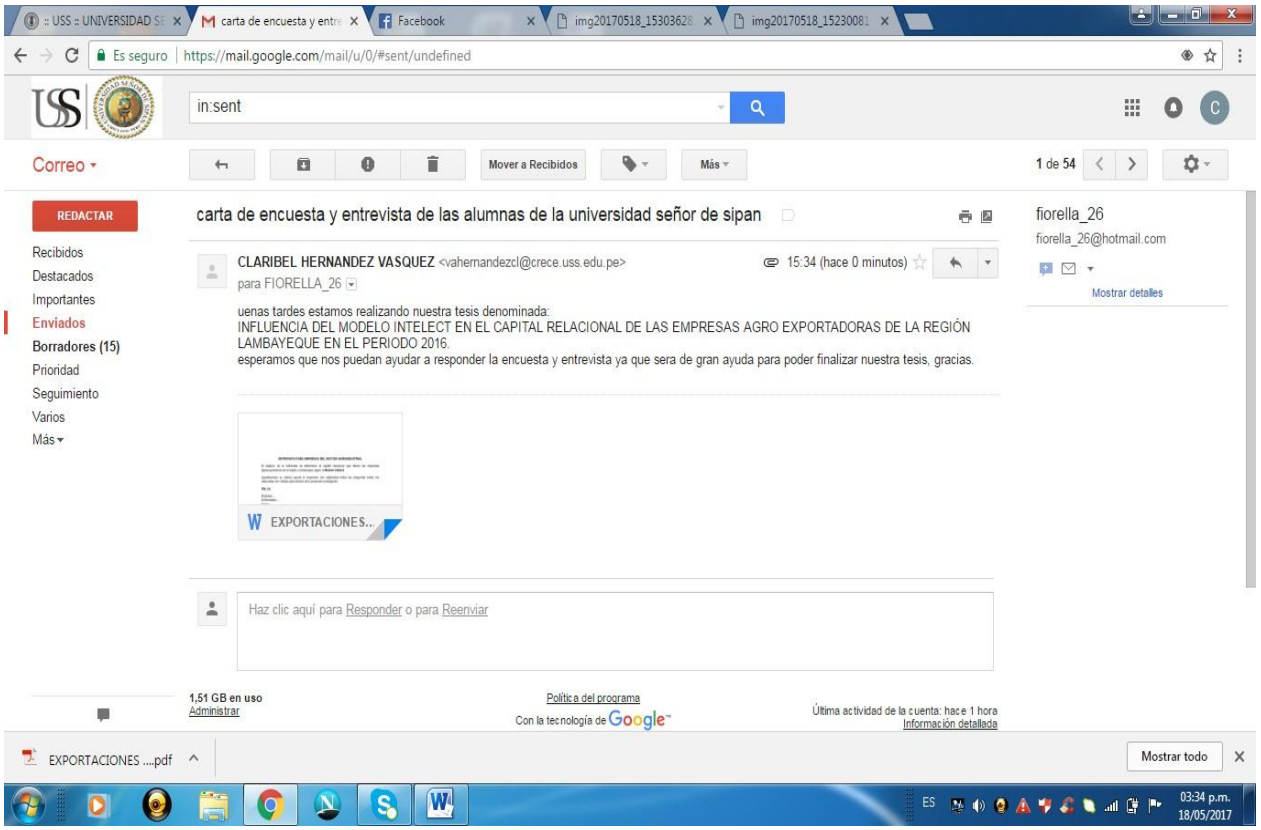
CORREOS ENVIADOS A LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS

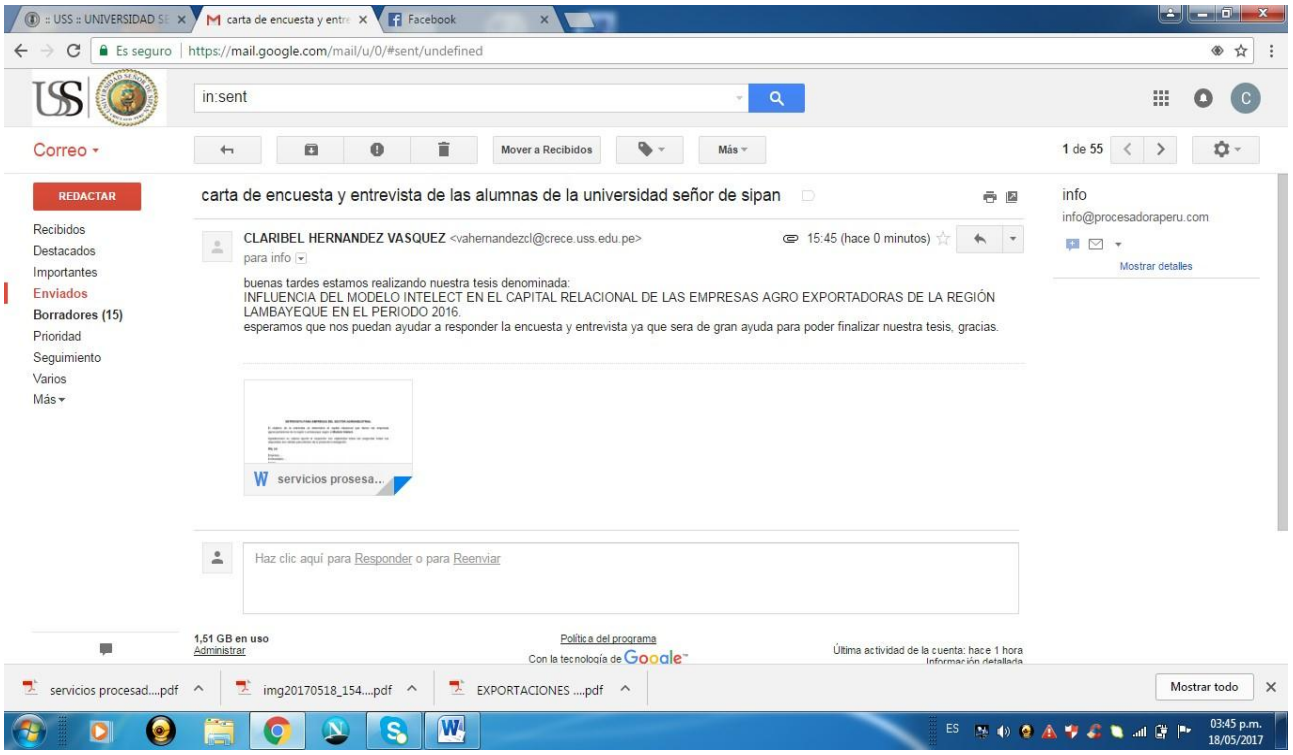

(1) EMPRESAS AGROEXP
carta de encuesta y entre
Facebook
img20170518_14541477
Es seguro | https://mail.google.com/mail/u/0/#sent/15c1d1c8854d01f8
in:sent
Correo
Mover a Recibidos
Más
1 de 51
REDACTAR
Recibidos
Destacados
Importantes
Enviados
Borradores (13)
Prioridad
Seguimiento
Varios
Más
carta de encuesta y entrevista de las alumnas de la universidad señor de sipan
CLARIBEL HERNANDEZ VASQUEZ <vahernandezcl@crece.uss.edu.pe>
14:50 (hace 16 minutos)
para seleccion
buenas tardes estamos realizando nuestra tesis denominada:
INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGRO EXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016.
esperamos que nos puedan ayudar a responder la encuesta y entrevista ya que sera de gran ayuda para poder finalizar nuestra tesis, gracias.
CARTA GANDUL...
Haz clic aquí para Responder o para Reenviar
seleccion
seleccion@gandules.com.pe
Mostrar detalles
1,51 GB en uso
Administrar
Política del programa
Con la tecnología de Google
Última actividad de la cuenta: hace 56 minutos
Información detallada
ES
03:06 p.m.
18/05/2017

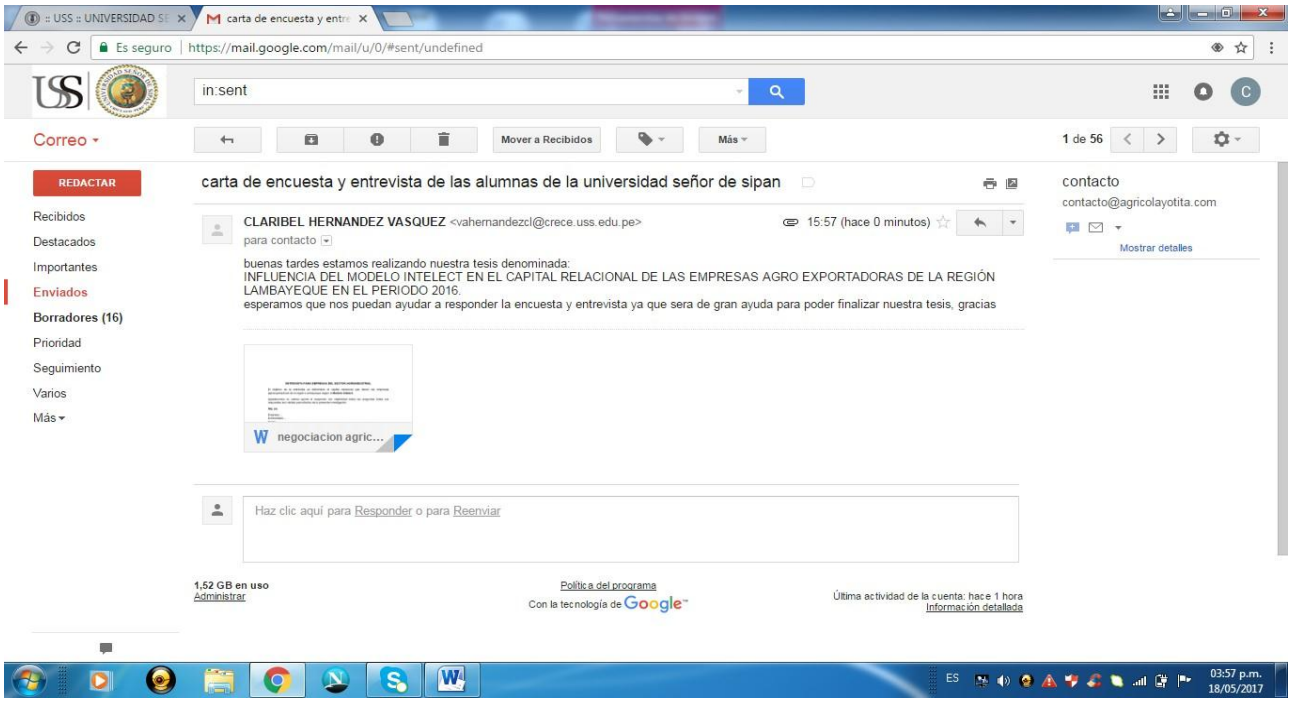

(1) EMPRESAS AGROEXP
carta de encuesta y entre
Facebook
img20170518_14541477
Es seguro | https://mail.google.com/mail/u/0/#sent/undefined
in:sent
Correo
Mover a Recibidos
Más
1 de 51
REDACTAR
Recibidos
Destacados
Importantes
Enviados
Borradores (13)
Prioridad
Seguimiento
Varios
Más
carta de encuesta y entrevista de las alumnas de la universidad señor de sipan
CLARIBEL HERNANDEZ VASQUEZ <vahernandezcl@crece.uss.edu.pe>
15:10 (hace 0 minutos)
para admin.planta
buenas tardes estamos realizando nuestra tesis denominada:
INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGRO EXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016.
esperamos que nos puedan ayudar a responder la encuesta y entrevista ya que sera de gran ayuda para poder finalizar nuestra tesis, gracias.
carta frutosa.docx
Haz clic aquí para Responder o para Reenviar
admin.planta
admin.planta@frutosa.com.pe
Mostrar detalles
1,51 GB en uso
Administrar
Política del programa
Con la tecnología de Google
Última actividad de la cuenta: hace 1 hora
Información detallada
ES
03:10 p.m.
18/05/2017

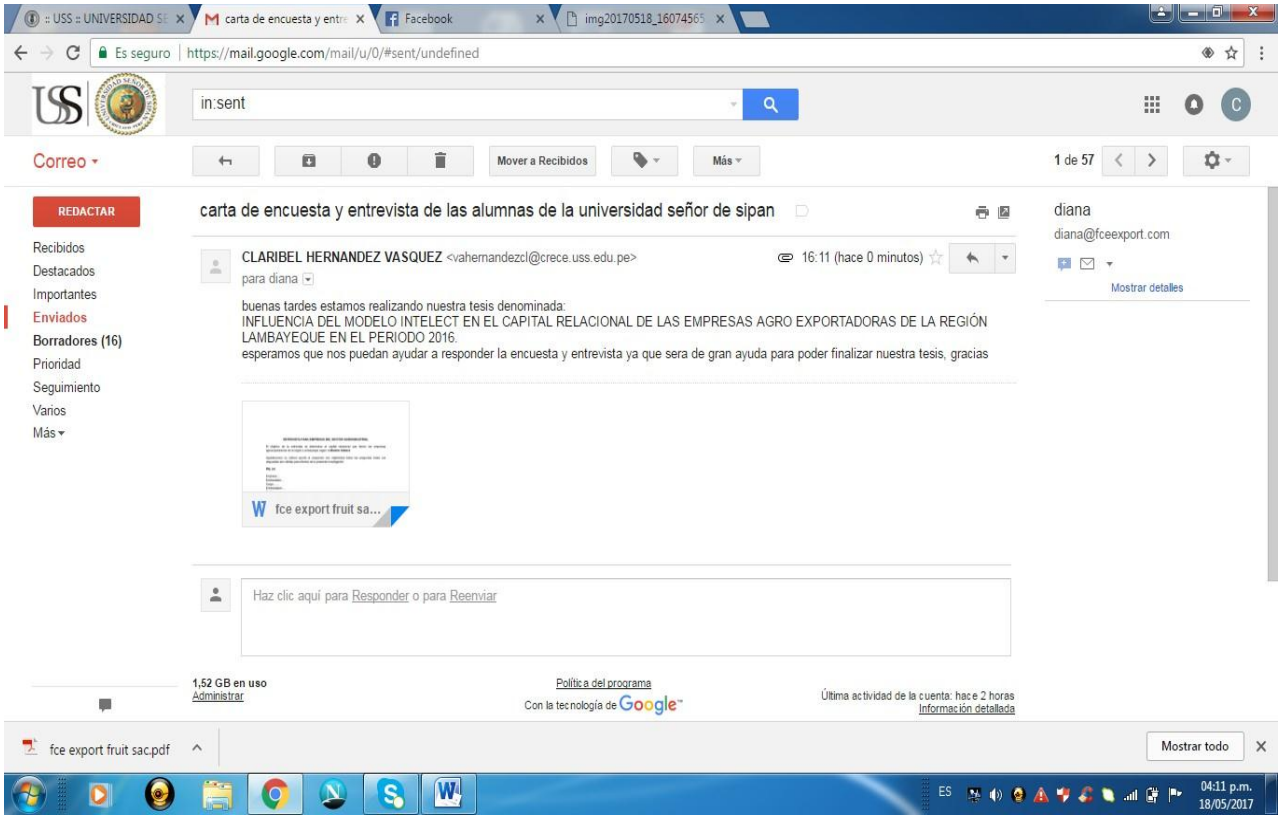

:: USS :: UNIVERSIDAD SE
carta de encuesta y entre
Es seguro | https://mail.google.com/mail/u/0/#sent/undefined
in:sent
Correo
Mover a Recibidos
Más
1 de 52
REDACTAR
Recibidos
Destacados
Importantes
Enviados
Borradores (14)
Prioridad
Seguimiento
Varios
Más
carta de encuesta y entrevista de las alumnas de la universidad señor de sipan
CLARIBEL HERNANDEZ VASQUEZ <vahernandezcl@crece.uss.edu.pe>
15:20 (hace 0 minutos)
para operaciones
buenas tardes estamos realizando nuestra tesis denominada:
INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGRO EXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016.
esperamos que nos puedan ayudar a responder la encuesta y entrevista ya que sera de gran ayuda para poder finalizar nuestra tesis, gracias.
carta pronatur.docx
Haz clic aquí para Responder o para Reenviar
operaciones
operaciones@pronatur.com.pe
Mostrar detalles
1,51 GB en uso
Administrar
Política del programa
Con la tecnología de Google
Última actividad de la cuenta: hace 1 hora
Información detallada
ES
03:21 p.m.
18/05/2017

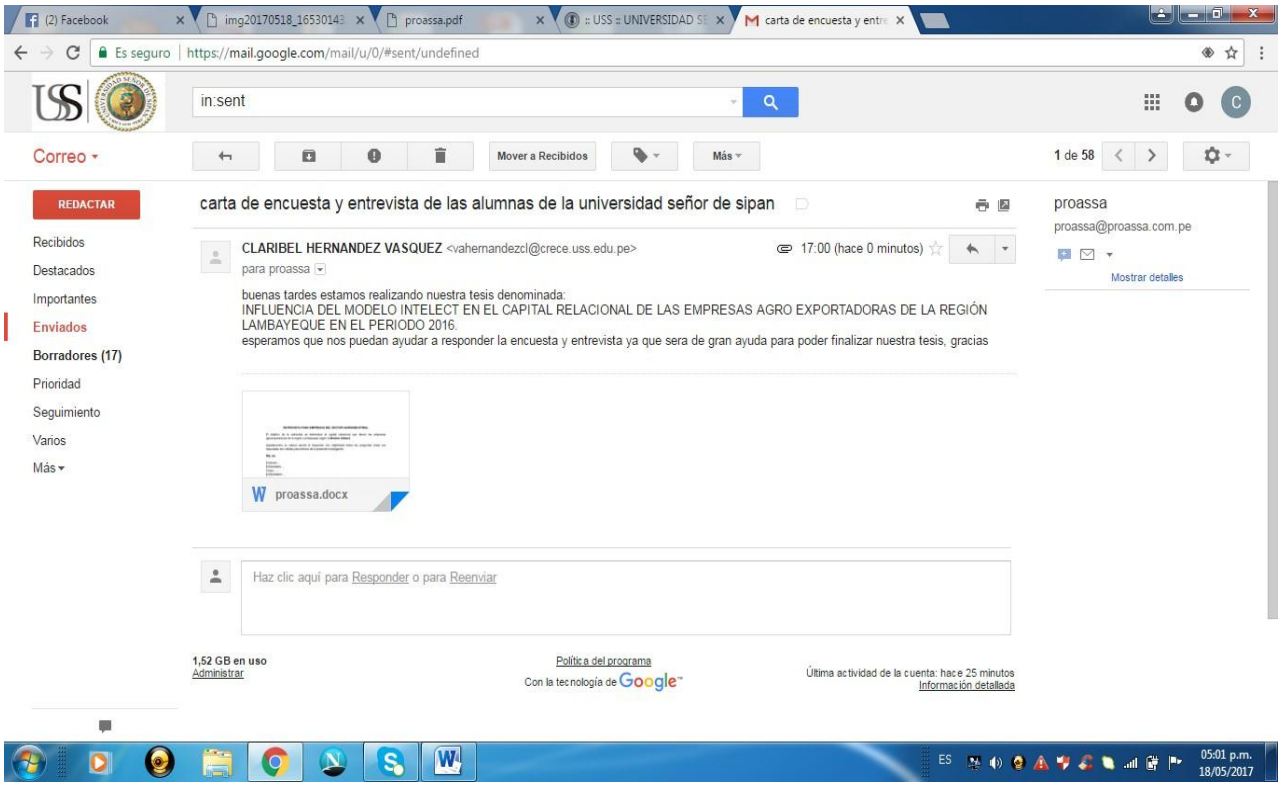

:: USS :: UNIVERSIDAD SE
carta de encuesta y entre
Es seguro | https://mail.google.com/mail/u/0/#sent/undefined
in:sent
Correo
Mover a Recibidos
Más
1 de 53
REDACTAR
Recibidos
Destacados
Importantes
Enviados
Borradores (15)
Prioridad
Seguimiento
Varios
Más
carta de encuesta y entrevista de las alumnas de la universidad señor de sipan
CLARIBEL HERNANDEZ VASQUEZ <vahernandezcl@crece.uss.edu.pe>
15:28 (hace 0 minutos)
para LSUAREZ
uenas tardes estamos realizando nuestra tesis denominada:
INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGRO EXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016.
esperamos que nos puedan ayudar a responder la encuesta y entrevista ya que sera de gran ayuda para poder finalizar nuestra tesis, gracias.
consorcio de futa...
Haz clic aquí para Responder o para Reenviar
lsuarez
lsuarez@cfl.pe
Mostrar detalles
1,51 GB en uso
Administrar
Política del programa
Con la tecnología de Google
Última actividad de la cuenta: hace 1 hora
Información detallada
ES
03:28 p.m.
18/05/2017

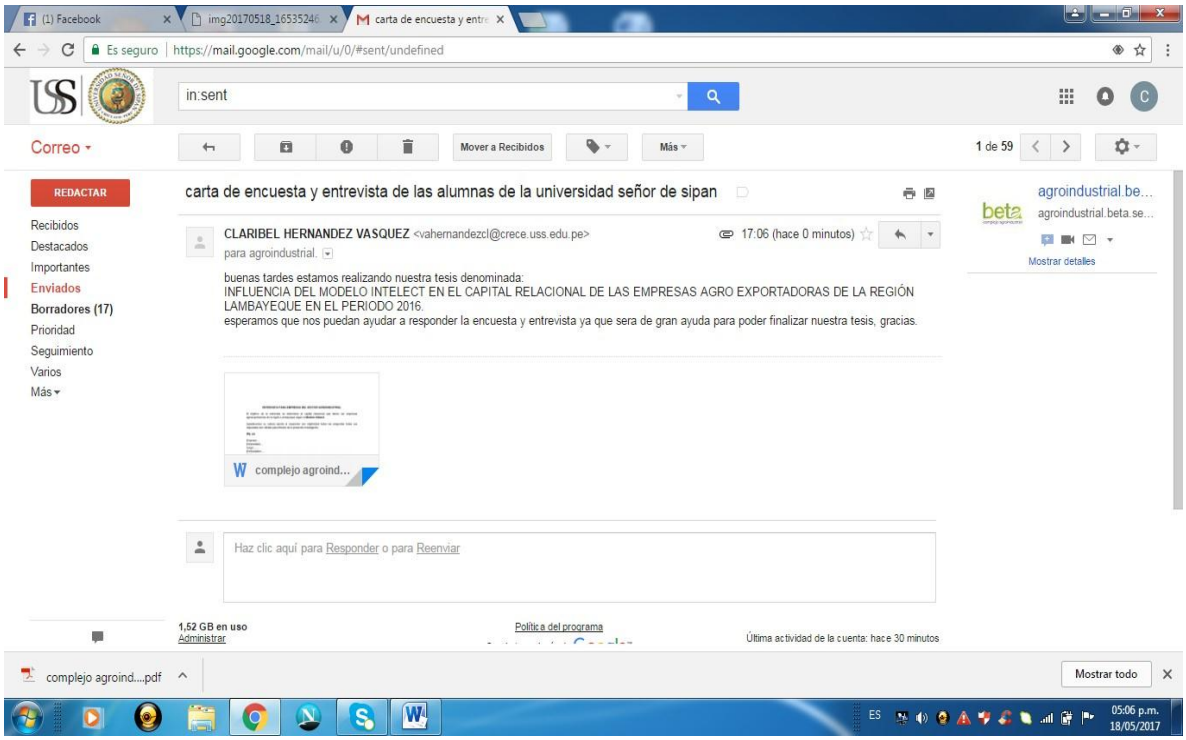

carta de encuesta y entrevista de las alumnas de la universidad señor de sipan
CLARIBEL HERNANDEZ VASQUEZ <vahernandezcl@crece.uss.edu.pe>
para FIORELLA_26
15:34 (hace 0 minutos)
uenas tardes estamos realizando nuestra tesis denominada:
INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGRO EXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016.
esperamos que nos puedan ayudar a responder la encuesta y entrevista ya que sera de gran ayuda para poder finalizar nuestra tesis, gracias.
EXPORTACIONES...
Haz clic aquí para Responder o para Reenviar
fiorella_26
fiorella_26@hotmail.com
EXPORTACIONES ....pdf

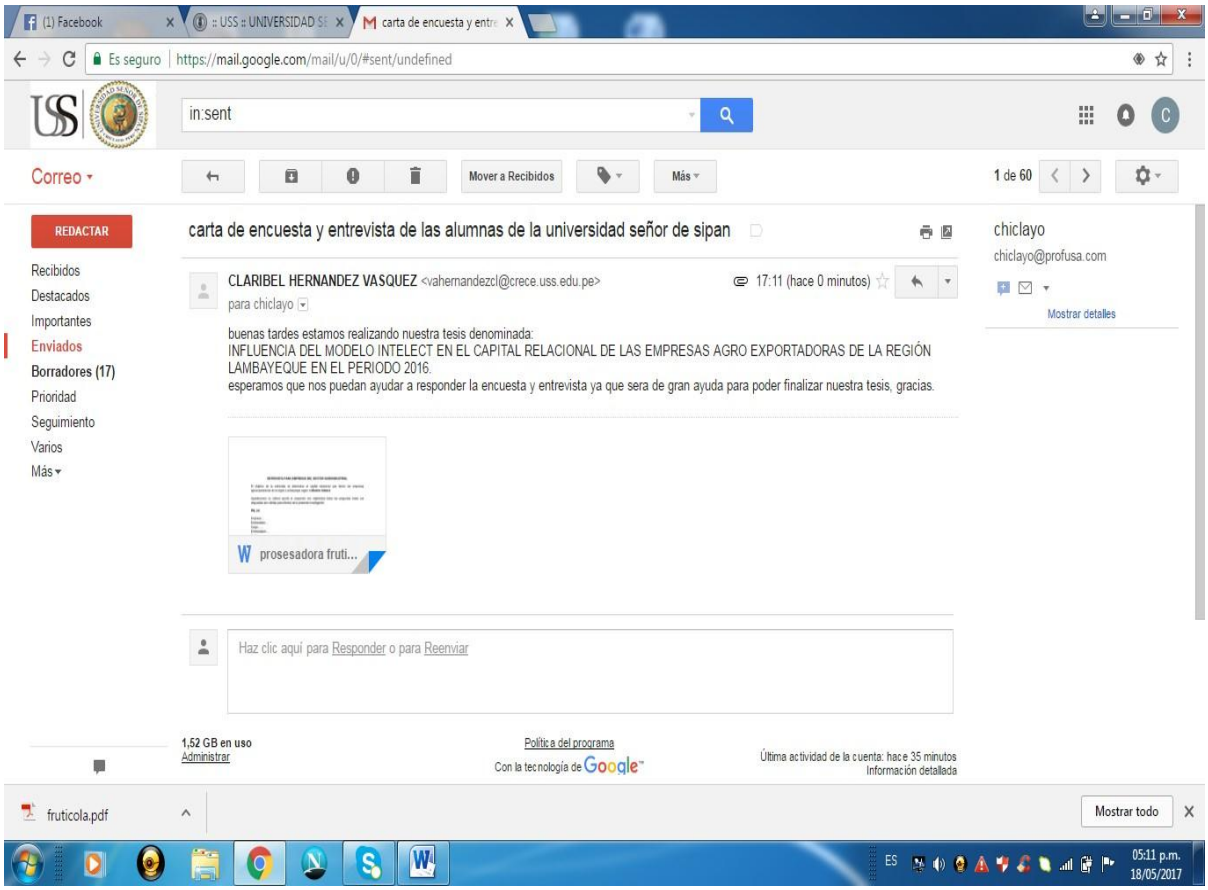

carta de encuesta y entrevista de las alumnas de la universidad señor de sipan
CLARIBEL HERNANDEZ VASQUEZ <vahernandezcl@crece.uss.edu.pe>
para info
15:45 (hace 0 minutos)
buenas tardes estamos realizando nuestra tesis denominada:
INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGRO EXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016.
esperamos que nos puedan ayudar a responder la encuesta y entrevista ya que sera de gran ayuda para poder finalizar nuestra tesis, gracias.
servicios prosesa...
Haz clic aquí para Responder o para Reenviar
info
info@procesadoraperu.com
servicios procesad....pdf
img20170518_154....pdf
EXPORTACIONES ....pdf

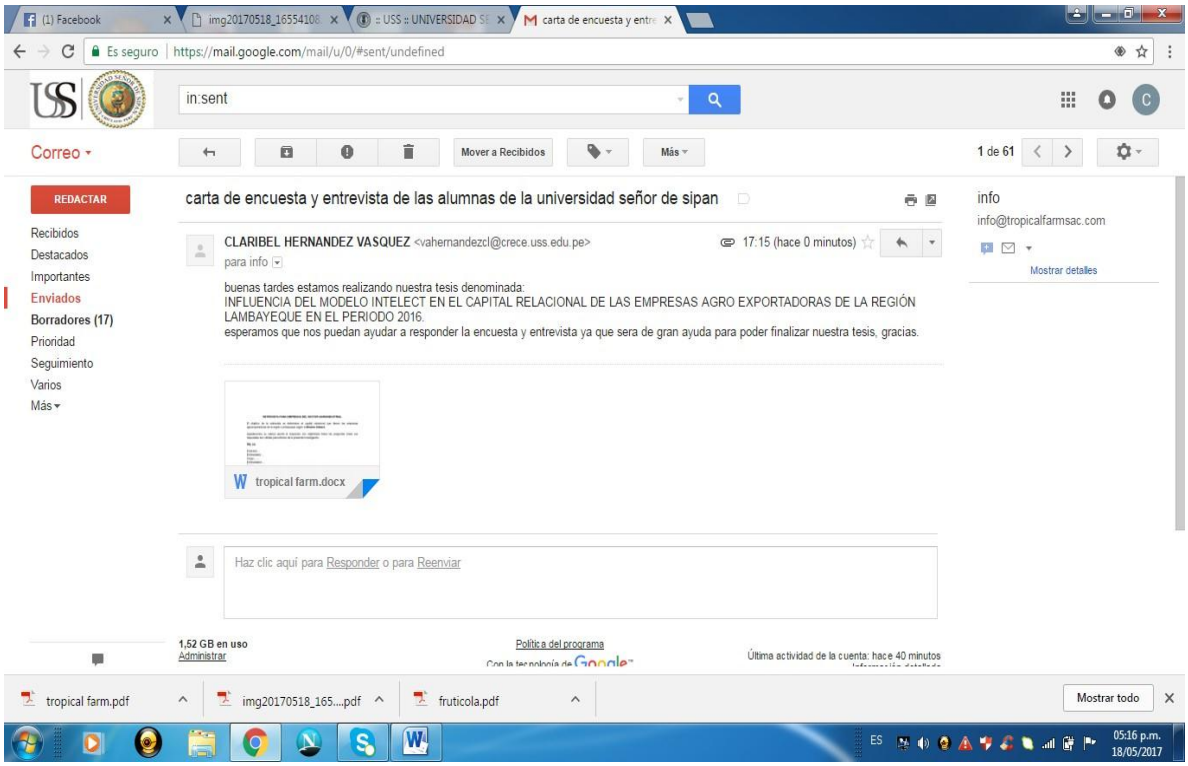

carta de encuesta y entrevista de las alumnas de la universidad señor de sipan
CLARIBEL HERNANDEZ VASQUEZ <vahernandezcl@crece.uss.edu.pe>
para contacto
15:57 (hace 0 minutos)
buenas tardes estamos realizando nuestra tesis denominada:
INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGRO EXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016.
esperamos que nos puedan ayudar a responder la encuesta y entrevista ya que sera de gran ayuda para poder finalizar nuestra tesis, gracias
negociacion agric...
contacto
contacto@agricolayotita.com

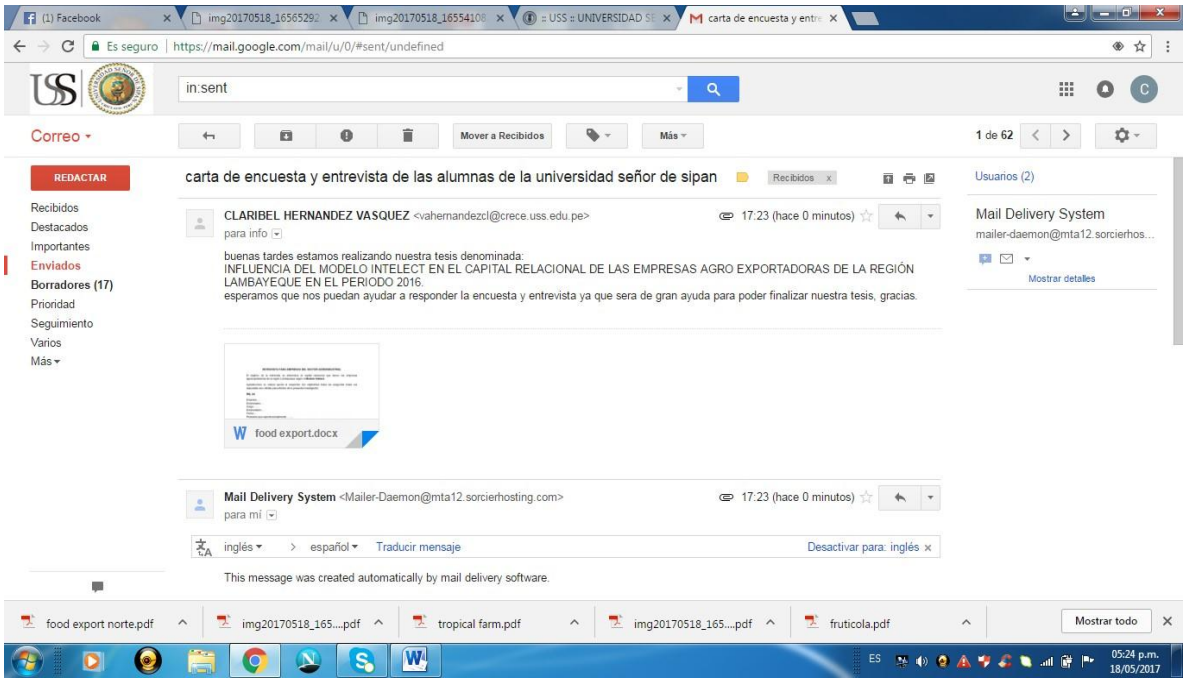

carta de encuesta y entrevista de las alumnas de la universidad señor de sipan
CLARIBEL HERNANDEZ VASQUEZ <vahernandezcl@crece.uss.edu.pe>
para diana
16:11 (hace 0 minutos)
buenas tardes estamos realizando nuestra tesis denominada:
INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGRO EXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016.
esperamos que nos puedan ayudar a responder la encuesta y entrevista ya que sera de gran ayuda para poder finalizar nuestra tesis, gracias
fce export fruit sa...
diana
diana@fceexport.com
fce export fruit sac.pdf


(2) Facebook
img20170518_16530143
proassa.pdf
:: USS :: UNIVERSIDAD SE
carta de encuesta y entre
Es seguro | https://mail.google.com/mail/u/0/#sent/undefined
in:sent
Correo
Mover a Recibidos
Más
1 de 58
REDACTAR
Recibidos
Destacados
Importantes
Enviados
Borradores (17)
Prioridad
Seguimiento
Varios
Más
carta de encuesta y entrevista de las alumnas de la universidad señor de sipan
CLARIBEL HERNANDEZ VASQUEZ <vahernandezcl@crece.uss.edu.pe>
17:00 (hace 0 minutos)
para proassa
buenas tardes estamos realizando nuestra tesis denominada:
INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGRO EXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016.
esperamos que nos puedan ayudar a responder la encuesta y entrevista ya que sera de gran ayuda para poder finalizar nuestra tesis, gracias
proassa.docx
Haz clic aquí para Responder o para Reenviar
proassa
proassa@proassa.com.pe
Mostrar detalles
1,52 GB en uso
Administrar
Política del programa
Con la tecnología de Google
Última actividad de la cuenta: hace 25 minutos
Información detallada
ES
05:01 p.m.
18/05/2017


carta de encuesta y entrevista de las alumnas de la universidad señor de sipan
CLARIBEL HERNANDEZ VASQUEZ <vahernandezcl@crece.uss.edu.pe>
para agroindustrial.
17:06 (hace 0 minutos)
buenas tardes estamos realizando nuestra tesis denominada:
INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGRO EXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016.
esperamos que nos puedan ayudar a responder la encuesta y entrevista ya que sera de gran ayuda para poder finalizar nuestra tesis, gracias.
complejo agroind...
Haz clic aquí para Responder o para Reenviar
complejo agroind....pdf


(1) Facebook
:: USS :: UNIVERSIDAD SE
carta de encuesta y entre
Es seguro
https://mail.google.com/mail/u/0/#sent/undefined
in:sent
Correo
Mover a Recibidos
Más
1 de 60
REDACTAR
Recibidos
Destacados
Importantes
Enviados
Borradores (17)
Prioridad
Seguimiento
Varios
Más
carta de encuesta y entrevista de las alumnas de la universidad señor de sipan
CLARIBEL HERNANDEZ VASQUEZ <vahernandezcl@crece.uss.edu.pe>
para chiclayo
17:11 (hace 0 minutos)
buenas tardes estamos realizando nuestra tesis denominada:
INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGRO EXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016.
esperamos que nos puedan ayudar a responder la encuesta y entrevista ya que sera de gran ayuda para poder finalizar nuestra tesis, gracias.
prosesadora fruti...
Haz clic aquí para Responder o para Reenviar
chiclayo
chiclayo@profusa.com
Mostrar detalles
1,52 GB en uso
Administrar
Política del programa
Con la tecnología de Google
Última actividad de la cuenta: hace 35 minutos
Información detallada
fruticola.pdf
Mostrar todo
ES
05:11 p.m.
18/05/2017


carta de encuesta y entrevista de las alumnas de la universidad señor de sipan
CLARIBEL HERNANDEZ VASQUEZ <vahernandezcl@crece.uss.edu.pe>
17:15 (hace 0 minutos)
para info
buenas tardes estamos realizando nuestra tesis denominada:
INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGRO EXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016.
esperamos que nos puedan ayudar a responder la encuesta y entrevista ya que sera de gran ayuda para poder finalizar nuestra tesis, gracias.
tropical farm.docx
Haz clic aquí para Responder o para Reenviar
tropical farm.pdf
img20170518_165....pdf
fruticola.pdf


carta de encuesta y entrevista de las alumnas de la universidad señor de sipan
CLARIBEL HERNANDEZ VASQUEZ <vahernandezcl@crece.uss.edu.pe>
17:23 (hace 0 minutos)
para info
buenas tardes estamos realizando nuestra tesis denominada:
INFLUENCIA DEL MODELO INTELECT EN EL CAPITAL RELACIONAL DE LAS EMPRESAS AGRO EXPORTADORAS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE EN EL PERIODO 2016.
esperamos que nos puedan ayudar a responder la encuesta y entrevista ya que sera de gran ayuda para poder finalizar nuestra tesis, gracias.
food export.docx
Mail Delivery System <Mailer-Daemon@mta12.sorcierhosting.com>
17:23 (hace 0 minutos)
para mí
This message was created automatically by mail delivery software.
food export norte.pdf
img20170518_165....pdf
tropical farm.pdf
img20170518_165....pdf
fruticola.pdf

FOTOS

PROGRAMA DE BUENAS
PRÁCTICAS AGRÍCOLAS
SEGURIDAD:
INGIERE:
OTRAS REALIDADES:

GANDULES INC S.A.C.

CENTRO DE ACOPIO
tropical
Cultivando vidas saludables

aib AGROINDUSTRIAS

Quicornac
FABRICA - OLMOS
BIENVENIDOS

proserla
JAYANCA FRUITS
GRUPO
COSTA DEL SOL

frutosa
403

BFC