



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LA INFLUENCIA DE LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN  
EN LA OFERTA EXPORTABLE DE LA CHIRIMOYA EN  
SAN MATEO DE OTAO, HUAROCHIRI EL AÑO 2021**

**PRESENTADA POR  
MELISSA ALEXANDRA DEL ROSARIO CAMACHO QUISPE**

**ASESORA  
SONIA RUTH SUÁREZ ROJAS**

**TESIS**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**LIMA – PERÚ**

**2022**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

**El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.**

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**TESIS**

**LA INFLUENCIA DE LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN EN LA  
OFERTA EXPORTABLE DE LA CHIRIMOYA EN SAN MATEO DE  
OTAO, HUAROCHIRI EL AÑO 2021**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTADO POR:  
MELISSA ALEXANDRA DEL ROSARIO CAMACHO QUISPE**

**ASESORA:  
MG. SONIA RUTH SUÁREZ ROJAS**

**LIMA, PERÚ**

**2022**

## **DEDICATORIA**

A mi mamá, quien con su amor y dedicación me acompaña en cada uno de mis logros, gracias por apoyarme, ser mi soporte e inspiración, por creer en mi capacidad, y por nunca soltarme en los momentos más complicados que hemos atravesado, siempre juntas.

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	ii
RESUMEN .....	viii
ABSTRACT .....	ix
INTRODUCCIÓN .....	10
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO.....	19
1.1. Antecedentes de la Investigación.....	19
1.1.1. Antecedentes Nacionales .....	19
1.1.2. Antecedentes Internacionales.....	23
1.2. Bases Teóricas .....	26
1.3. Definición de términos básicos.....	52
CAPITULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	54
2.1. Formulación de Hipótesis Principal y Específicas.....	54
2.2. Variables y Definición Operacional .....	55
CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	57
3.1. Diseño Metodológico .....	57
3.2. Diseño Muestral .....	58
3.3. Técnicas de Recolección de Datos .....	62
3.4. Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de Información .....	63
3.5. Aspectos Éticos .....	67
CAPITULO IV: RESULTADOS.....	69
4.1. Resultados de la Investigación.....	69
4.2. Estadística inferencial.....	102
CAPITULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	112
5.1. Discusión de resultados.....	112
CONCLUSIONES .....	117
RECOMENDACIONES.....	119
FUENTES DE INFORMACIÓN .....	122
ANEXOS .....	128
Anexo I: Matriz de Consistencia .....	129
Anexo II: Matriz de Operacionalización.....	131
Anexo III: Instrumento de validación de expertos .....	138
Anexo IV: Validación de expertos.....	142
Anexo V: Evidencias del trabajo de campo.....	157

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Teorías Tradicionales del Comercio Internacional .....	29
Tabla 2. Puesto del Perú en Innovación .....	33
Tabla 3. Distribución Cosecha, periodo de referencia 2014 – 2019 .....	47
Tabla 4. Exportación peruana de Chirimoya fresca, 2013 – 2019 .....	48
Tabla 5. Exportaciones de Chirimoya .....	50
Tabla 6. Principales destinos de exportación.....	51
Tabla 7. Variable Capacidad de Innovación .....	55
Tabla 8. Variable Oferta Exportable .....	56
Tabla 9. Agricultores de Chirimoya .....	59
Tabla 10. Formula de muestreo aleatorio .....	61
Tabla 11. Análisis del Coeficiente Alfa de Cronbach .....	63
Tabla 12. Estadísticas de fiabilidad de las variables .....	64
Tabla 13. Estadísticas de los elementos de las variables .....	64
Tabla 14. Información descriptiva de las variables.....	71
Tabla 15. Pregunta 1: Considera usted que el producto que desarrolla se puede exportar .	72
Tabla 16. Pregunta 2: Cuenta usted con un plan de desarrollo de productos para la exportación.....	72
Tabla 17. Pregunta 3: Asume usted un compromiso de innovación para el desarrollo de su producto para la exportación .....	73
Tabla 18. Pregunta 4: Desarrolla usted productos que satisfacen las necesidades de los clientes internacionales .....	74
Tabla 19. Pregunta 5: Considera usted indispensable conocer las necesidades de los clientes internacionales .....	74
Tabla 20. Pregunta 6: Conoce usted los estándares internacionales para la exportación de la chirimoya.....	75
Tabla 21. Pregunta 7: Considera usted necesario desarrollar nuevas ideas que beneficien la exportación de la chirimoya.....	76
Tabla 22. Pregunta 8: Considera usted importante aplicar nuevos métodos para realizar sus actividades y operaciones de producción de la chirimoya.....	76
Tabla 23. Pregunta 9: Considera usted ventajoso implementar valor agregado al producto para satisfacer las exigencias del mercado internacional. ....	77
Tabla 24. Pregunta 10: Considera usted que sus objetivos están orientados hacia la innovación.....	77
Tabla 25. Pregunta 11: Considera usted necesaria la creatividad en la producción del producto. ....	78
Tabla 26. Pregunta 12: Considera usted necesaria la creatividad en la exportación del producto .....	78
Tabla 27. Pregunta 13: Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto .....	79
Tabla 28. Pregunta 14: Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la exportación del producto .....	79
Tabla 29. Pregunta 15: Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la Chirimoya para el mercado internacional .....	80
Tabla 30. Pregunta 16: Usted implementa estrategias de innovación para el desarrollo de su producto. ....	81
Tabla 31. Pregunta 17: Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto .....	81
Tabla 32. Pregunta 18: Usted implementa estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la chirimoya para el mercado internacional .....	82
Tabla 33. Pregunta 19: Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para el desarrollo de su producto, con el fin de asegurar la calidad .....	83

Tabla 34. Pregunta 20: Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para la exportación de su producto, con el objetivo de asegurar la calidad.....	83
Tabla 35. Pregunta 21: Usted monitorea y controla estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la chirimoya para el mercado internacional.....	84
Tabla 36. Pregunta 22: Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto.....	84
Tabla 37. Pregunta 23: Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto.....	85
Tabla 38. Pregunta 24: Considera usted que es importante el uso de la tecnología en los procesos de producción de la Chirimoya.....	85
Tabla 39. Pregunta 25: Considera usted que es necesario el uso de la tecnología en el proceso de exportación de la Chirimoya.....	86
Tabla 40. Pregunta 26: Considera usted que utilizar los medios electrónicos para la promoción internacional de la Chirimoya le otorgaría beneficios.....	86
Tabla 41. Pregunta 27: Realiza usted actividades o proyectos de Investigación y Desarrollo para mejorar la capacidad tecnológica del proceso de producción de la chirimoya.....	87
Tabla 42. Pregunta 28: Realiza usted actividades o proyectos de investigación y desarrollo para mejorar la capacidad tecnología del proceso de exportación de la chirimoya.....	87
Tabla 43. Pregunta 29: Realiza usted actividades o proyectos de Investigación y Desarrollo para mejorar la distribución de la Chirimoya.....	88
Tabla 44. Pregunta 30: Realiza usted actividades o proyectos de investigación y desarrollo para mejorar el envase y embalaje de la chirimoya para el mercado internacional.....	89
Tabla 45. Pregunta 31: Considera usted importante contar con disponibilidad de volumen del producto para exportar.....	90
Tabla 46. Pregunta 32: Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento que garanticen la calidad del producto.....	90
Tabla 47. Pregunta 33: Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento adecuadas para la exportación del producto.....	91
Tabla 48. Pregunta 34: Considera usted que tiene la capacidad de cumplir con la demanda extranjera.....	91
Tabla 49. Pregunta 35: Considera usted que, durante el 2019, cumplió con todos los pedidos internacionales.....	92
Tabla 50. Pregunta 36: Considera usted que los precios de exportación del producto son competitivos.....	93
Tabla 51. Pregunta 37: Considera usted que tiene identificado los costos de la exportación de la Chirimoya.....	93
Tabla 52. Pregunta 38: Considera usted que los costos del proceso de exportación de la chirimoya a limitado su ingreso al mercado internacional.....	94
Tabla 53. Pregunta 39: Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de producción del producto.....	94
Tabla 54. Pregunta 40: Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto.....	95
Tabla 55. Pregunta 41: Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de exportación.....	95
Tabla 56. Pregunta 42: Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de producción.....	96
Tabla 57. Pregunta 43: Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional.....	96
Tabla 58. Pregunta 44: Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar la exportación de la chirimoya.....	97
Tabla 59. Pregunta 45: Considera usted que posee los conocimientos para realizar el proceso de exportación.....	97
Tabla 60. Pregunta 46: Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación.....	98

Tabla 61. Pregunta 47: Considera usted que conoce las normativas de exportación.....	98
Tabla 62. Pregunta 48: Considera usted que cumple con las normativas de exportación....	99
Tabla 63. Pregunta 49: Considera usted que cuenta con los todos los permisos para realizar la exportación.....	99
Tabla 64. Pregunta 50: Cuenta usted con los certificados de calidad del producto. ....	100
Tabla 65. Pregunta 51: Considera usted necesaria la capacitación constante en temas relacionados a la exportación.....	100
Tabla 66. Pregunta 52: Considera usted importante la capacitación en temas relacionados con el envase y embalaje de la chirimoya para el mercado internacional. ....	101
Tabla 67. Pregunta 53: Considera usted importante la capacitación en los estándares de la calidad del producto para exportación. ....	101
Tabla 68. Prueba de normalidad .....	102
Tabla 69. Rho de Spearman de las variables del estudio .....	102
Tabla 70. Rho de Spearman de la hipótesis principal .....	103
Tabla 71. Rho de Spearman de la primera hipótesis derivada .....	104
Tabla 72. Rho de Spearman de la segunda hipótesis derivada.....	104
Tabla 73. Rho de Spearman de la tercera hipótesis derivada .....	105
Tabla 74. Rho de Spearman de la cuarta hipótesis derivada.....	105
Tabla 75. Resumen del modelo b.....	106
Tabla 76. Coeficientes a .....	107
Tabla 77. Durbin-Watson.....	111
Tabla 78. Matriz de Operacionalización de la Capacidad de Innovación.....	131
Tabla 79. Matriz de Operacionalización de la Oferta Exportable .....	135

**INDICE DE FIGURAS**

Figura 1. Mercados importadores.....	12
Figura 2. Exportaciones de Chirimoya según presentación .....	13
Figura 3. Puesto del Perú en las áreas del GII .....	34
Figura 4. Cosecha mensual de Huarochirí.....	47
Figura 5. Principales países destino de Chirimoya fresca, 2017 - 2019 .....	50
Figura 6. Distribución de cosechas por distritos de la provincia de Huarochirí.....	59
Figura 7. Edad de la muestra .....	70
Figura 8. Gráfico de linealidad.....	108
Figura 9. Histograma .....	109
Figura 10. Gráfico P-P normal.....	109
Figura 11. Gráfico de dispersión .....	110

## RESUMEN

La investigación tuvo como finalidad determinar la influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí en el año 2021, con ello se beneficiará a los agricultores brindándoles información para que puedan tomar decisiones que mejoren su proceso productivo y aumenten sus exportaciones.

En cuanto a la investigación, se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de alcance explicativo, con un diseño no experimental, tipo aplicada, la unidad de análisis fue un agricultor de chirimoya del distrito de San Mateo de Otao, se tuvo como muestra 183 agricultores. Asimismo, se utilizó un cuestionario de 53 preguntas en escala de Likert.

Se obtuvo como resultado, un Alfa de Cronbach con valor de 0.907 lo cual dio a conocer la fiabilidad del instrumento, asimismo la prueba de correlación de Spearman demostró una alta relación positiva entre las variables debido a que el valor del coeficiente fue de 0.607. En conclusión, al incrementar la variable capacidad de innovación por medio del desarrollo de productos dirigidos a la exportación, la cultura de capacidad de innovación, la capacidad tecnológica y estratégica, se obtendrán resultados positivos en la oferta exportable.

Palabras claves: Oferta exportable, capacidad de innovación, capacidad estratégica, capacidad tecnológica, exportaciones.

## ABSTRACT

The purpose of the research was to determine the influence of the innovation capacity in the exportable offer of the chirimoya in San Mateo de Otao, Huarochirí in 2021, with this the farmers will benefit by providing them with information so that they can make decisions that improve their process productive and increase their exports.

Regarding the research, it was developed under a quantitative approach, of explanatory scope, with a non-experimental design, applied type, the unit of analysis was a farmer from chirimoya in the district of San Mateo de Otao, 183 farmers were taken as a sample. Likewise, a 53-question questionnaire was used on a Likert scale.

As a result, a Cronbach's alpha with a value of 0.907 was obtained, which revealed the reliability of the instrument, likewise the Spearman correlation test showed a high positive relationship between the variables because the coefficient value was 0.607. In conclusion, by increasing the variable capacity for innovation through the development of products aimed at export, the culture of innovation capacity, technological and strategic capacity, positive results will be obtained in the exportable supply.

Keywords: Exportable supply, innovation capacity, strategic capacity, technological capacity, exports.

## INTRODUCCIÓN

El Perú es uno de los mayores poseedores de biodiversidad natural en el mundo, lo que le otorga la capacidad de ofrecer alimentos únicos y exquisitos a los más grandes mercados internacionales, frente a ello dicho país se ha mantenido como el líder mundial en exportaciones tradicionales, el mundo lo conoce por el zinc o la plata; en cuanto a las exportaciones no tradicionales, estas a lo largo de los años se han ido incrementando, principalmente las agroexportaciones, lo cual ha generado que una nueva gama de productos represente al Perú en mercados globales. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, s.f.)

De manera general, las exportaciones peruanas han ido en aumento, durante el 2018 los envíos al extranjero bordearon los 48 mil millones de dólares, por otro lado, las estadísticas de comercio exterior mostraron un crecimiento de 7.5% más que el año anterior debido a la mayor oferta de productos no tradicionales, los cuales llegaron a sumar 13 219 millones de dólares en exportaciones, entre los productos más exportados se encontraron el arándano, la castaña, la palta y la uva. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018)

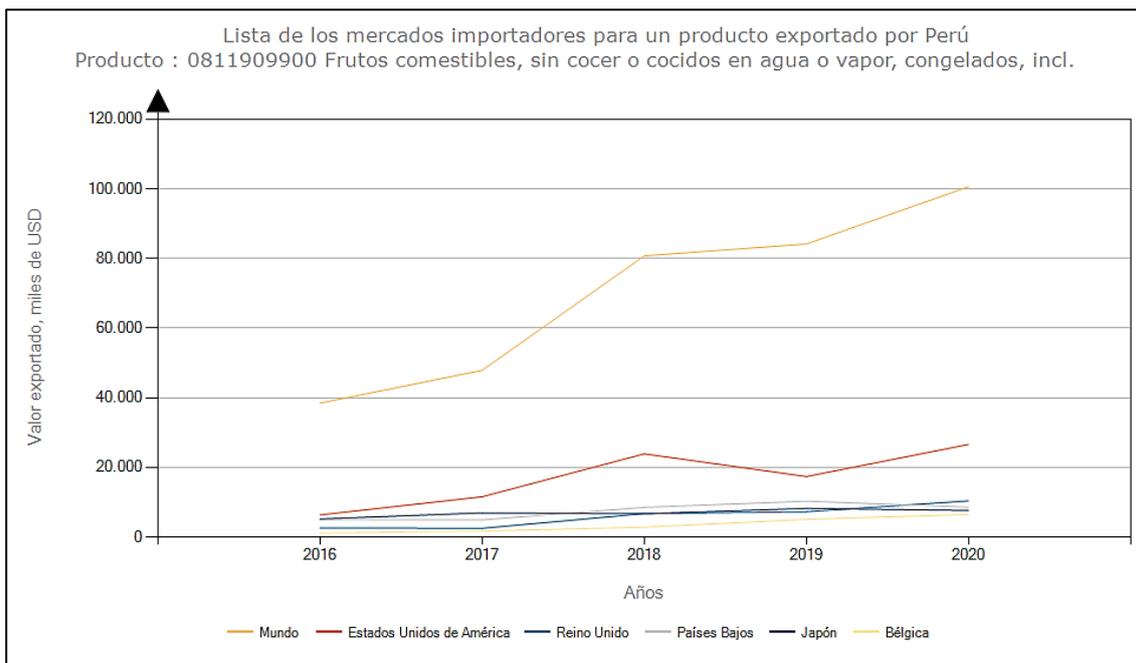
Asimismo, el Diario El Comercio (2019) manifiesta que de enero a septiembre del 2019 las agroexportaciones lograron recaudar la suma de 5.042 millones de dólares, entre los principales productos exportados se encontraron las paltas, uvas, espárragos, mangos y otros; de igual forma entre los principales países de envío se encontraron Estados Unidos, Holanda, España, Inglaterra, Ecuador, China, Alemania, Chile, Colombia y Canadá.

Cabe señalar que la Agencia Peruana de Noticias Andina (2020) manifiesta que, entre enero y septiembre del año 2020, las exportaciones no tradicionales crecieron 3.4% respecto al 2019. Por otra parte, durante septiembre del 2020, los envíos de

productos no tradicionales aumentaron en 6.1% con relación al mismo mes del año anterior; a lo largo del año 2020 entre los principales mercados de destino se encontraron en primer lugar China, las exportaciones a dicho país fueron 7,149 millones de dólares, seguido de Estados Unidos, donde las exportaciones fueron 4,352 millones de dólares.

A pesar que las exportaciones no tradicionales se encuentran en crecimiento con una demanda potencial, las exportaciones de chirimoya no han contado con la misma suerte que otros frutos pertenecientes al sector agroexportador, por mucho tiempo la venta de la chirimoya se ha limitado al mercado nacional, esto se debe a diversos factores como la vida útil de la fruta; dado que es un producto perecedero y blando, asimismo el transporte internacional debe ser corto lo que conlleva a utilizar la vía aérea. (Fresh Plaza, 2016)

Con relación a la demanda mundial de chirimoya, de acuerdo con el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (s.f.) entre los principales importadores del producto en su presentación congelada se encuentran Estados Unidos, Alemania, Francia, Japón, Países Bajos y Canadá; dicha información es reforzada por el International Trade Center (2019) quien da a conocer que para la subpartida 0811909900 Chirimoya Congelada los principales importadores son Estados Unidos, Reino Unido, Países Bajos, Japón, Bélgica, Alemania, Canadá, entre otros. En la siguiente figura se puede ver la tendencia creciente de las importaciones del mundo para la chirimoya peruana en la presentación congelada.

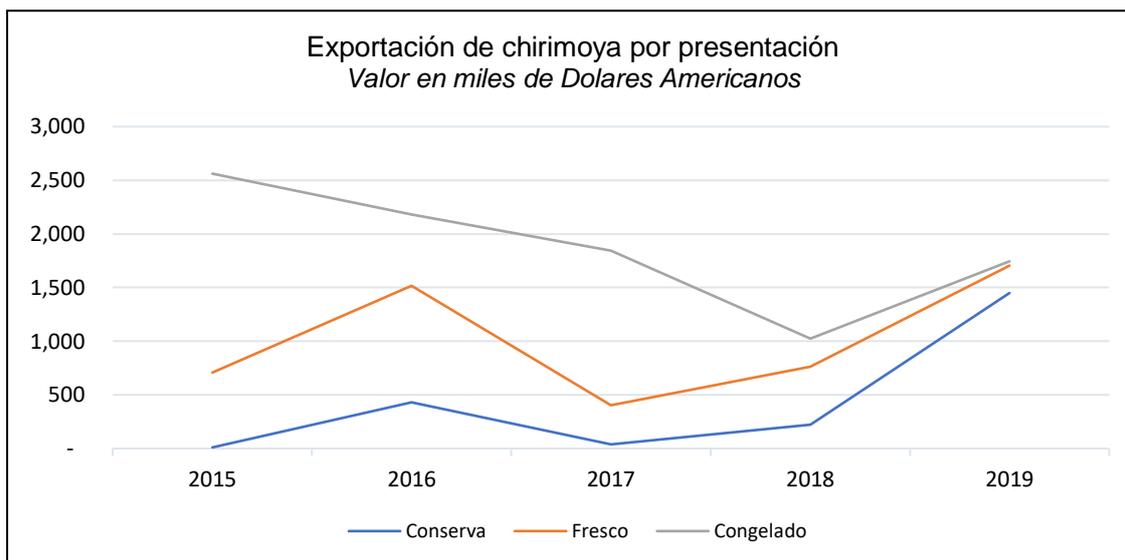


**Figura 1. Mercados importadores**

*Nota:* Obtenido de International Trade Center. Trade Map. Lista de mercados importadores: <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Enfatizando en la presentación fruta fresca, el International Trade Center (2019) manifiesta que los principales importadores mundiales para la partida 0810902000 Chirimoya fresca son Bolivia, Canadá, Países Bajos, Italia, Aruba y otros. En cuanto a las exportaciones peruanas de chirimoya fresca, según Koo (2020) durante el 2019 se redujeron respecto al año anterior, pasando de 547,460 miles de dólares FOB a 222,133 miles de dólares FOB.

Ahora bien, en base a los datos proporcionados por el Ministerio de Comercio Exterior (2020) las exportaciones de chirimoya, considerando todas sus presentaciones, a lo largo del periodo 2015 - 2019 han presentado varias fluctuaciones reflejando una inestabilidad; como se aprecia en la siguiente figura, a pesar de haber tenido decrecimientos, se ve una tendencia creciente desde el 2017 en adelante.



**Figura 2. Exportaciones de Chirimoya según presentación**

*Nota:* Elaboración propia, los datos son proporcionados por Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020)

Respecto a las exportaciones realizadas por parte de los agricultores, la Agencia Peruana de Noticias Andina (2015) manifiesta que los productores de chirimoya de San Mateo de Otao realizaron su primera exportación directa a Canadá durante el 2015, dicha exportación se realizó con el apoyo del programa Sierra y Selva Exportadora. En relación con lo mencionado anteriormente, la Redacción Inforegión (2016) agrega que durante agosto del 2016 se realizaron dos envíos internacionales de Chirimoya, ya que Sierra y Selva Exportadora logró articular a los productores con empresas exportadoras para realizar la transacción; el primero envió fue hacia Hong Kong y el segundo hacia Canadá.

Por otro lado, en cuanto a la innovación, el Ministerio de Comercio Exterior y turismo (2006) manifiesta que existe una relación entre el desarrollo de una oferta exportable competitiva con la innovación y las nuevas tecnologías. Asimismo, la generación de una oferta exportable de calidad y competitiva se relaciona con el incremento de inversión de Investigación y Desarrollo, es importante que los agricultores entiendan que para lograr exportaciones competitivas se ha de contar con innovación y

tecnología. El bajo nivel de desarrollo tecnológico e innovación, sobre todo en el interior del Perú, se debe a la falta de capacitaciones o a la escasa inversión.

Es preciso señalar que la innovación permitirá que el sector agroalimentario supere desafíos globales, regionales y nacionales; acortando las brechas existentes entre países o regiones menos desarrolladas y los más avanzados; dado que, la innovación contribuye al crecimiento de la productividad, mejorando y aumentando la producción, al igual que fomenta la agricultura sustentable. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura y Fundación Colegio de Postgraduados en Ciencias Agrícolas, 2017)

Respecto a la situación de los agricultores de San Mateo de Otao frente a la capacidad de innovación, según el Ministerio de Agricultura y Riego (2020) el INIA es un apoyo principal en cuanto al fomento de la innovación agraria, dicho instituto ha brindado capacitaciones y cursos para actualizar a los agricultores en cuanto a diversos temas del sector agrario; de igual forma hay avances en cuanto al manejo agrónomo del cultivo; la Dirección de Investigación Agraria (2011) dio a conocer la validación de la tecnología de polinización manual de chirimoya la cual permitirá aumentar la producción y rentabilidad. Sin embargo, cabe destacar que aún existe una brecha en cuanto a avances en innovación, algunos productores de chirimoya siguen cultivando el producto de manera tradicional lo cual lleva al rezago de la producción.

Por último, las exportaciones de chirimoya podrían tener potencial exportador, sin embargo, una de las debilidades del producto es su oferta exportable, las exportaciones de dicho fruto son bajas tanto en volumen como en valor, asimismo, si bien a lo largo de los años se ha visto un crecimiento también se presentan reducciones lo que hace indicar que no hay un crecimiento constante; se considera importante fomentar y aumentar la oferta exportable del producto teniendo como base la

innovación, con ello se busca determinar la influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable del producto.

La investigación tuvo como problema principal: ¿De qué manera influye la capacidad de innovación en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021?; así como los problemas específicos: 1) ¿De qué manera influye la capacidad de desarrollo de productos en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021?; 2) ¿De qué manera influye la cultura de capacidad de innovación en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021?; 3) ¿De qué manera influye la capacidad estratégica en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021?; 4) ¿De qué manera influye la capacidad tecnológica en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021?.

Asimismo, el objetivo general fue: Determinar la influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021, y como objetivos específicos: 1) Determinar la influencia de la capacidad de desarrollo de productos en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021, 2) Determinar la influencia de la cultura de capacidad de innovación en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021, 3) Determinar la influencia de la Capacidad estratégica en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021, 4) Determinar la influencia de la capacidad tecnológica en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.

Por otro lado, debido a una investigación previa de campo que se realizó en el año 2019, considerando como técnica la observación, y relacionado a la exportación de chirimoya, se pudo observar vacíos y problemas no resueltos que impedían desarrollar una oferta exportable que permita cumplir los pedidos internacionales, en base a lo

mencionado se decidió realizar el tema a profundidad, considerando la problemática del estudio, y con el fin de dar una respuesta a la ausencia de oferta exportable de la Chirimoya. Se considera que el desarrollo de la investigación beneficiará no solo a futuros instigadores que busquen información similar o parecida a la ofrecida en el presente estudio; también se podrán ver beneficiados los agricultores de chirimoya, ya que podrán observar cómo influye la capacidad de innovación en la oferta exportable lo que conllevaría que tomen decisiones en pro de la mejora de las exportaciones. Asimismo, a mediano y a largo plazo se vería beneficiado el país puesto que, si se mejoran los procesos de exportación y se logra internacionalizar la chirimoya a nivel de frutas como el arándano o la palta, con ello se generarían mayores ingresos para la economía peruana contribuyendo al crecimiento económico; lo mencionado anteriormente está basado en la revisión de la literatura apropiada de la investigación.

Por otro lado, a lo largo de la carrera de administración de negocios internacionales se han visto temas relacionados al biocomercio, gestión ambiental, la agroexportación, el comercio sustentable, oferta exportable, entre otros; la investigación contribuirá dando aportes relacionados con los temas ya mencionados, contribuyendo con conocimientos e ideas, que proporcionen una nueva perspectiva, teniendo como base las exportaciones de Chirimoya y su oferta exportable. Finalmente, es importante, ya que brindará información que permita mejorar la comercialización de la fruta en mercados internacionales y lograr satisfacer adecuadamente la demanda externa del producto, cumpliendo con los estándares de calidad y las exigencias de los consumidores extranjeros; así pues, con el ingreso a los grandes mercados extranjero, se podrán mejorar la calidad de los productos y procesos.

De igual forma, la investigación fue viable, ya que la investigadora corrió con todos los gastos del estudio, específicamente el costo de los viajes al lugar donde se realizó el trabajo de campo. Es preciso señalar que el estudio brindará información que

permita a los agricultores, consumidores, exportadores o empresas interesadas conozcan de la chirimoya y del potencial que tiene el fruto, tanto nacional como internacional.

Por consiguiente, las limitaciones de la investigación fueron que al encontrarse en medio de una pandemia mundial las medidas de seguridad que se debieron de tomar para evitar el contagio limitó físicamente a la investigadora, dado a que se necesitaron más cuidados al momento de realizar el traslado hacia el lugar donde se realizó el trabajo de campo y cuando se tuvo el contacto con las personas a encuestar. Se presentó algunas limitaciones económicas, sin embargo, debido a la cercanía del lugar donde se realizó el trabajo de campo no se invirtieron muchos recursos económicos al momento de aplicar el instrumento, cabe precisar que la investigadora cubrió con los gastos que fueron requeridos para el desarrollo del presente proyecto de investigación. Respecto a las limitaciones informativas, al momento de recabar la información relacionada con los antecedentes, investigaciones previas ya sea nacionales o internacionales se observó un acceso escaso y limitado, esto se debió a que otros investigadores no habían realizado estudios basándose en las dos variables planteadas en la presente investigación; de igual forma se presentaron complicaciones al momento de encontrar la población para realizar las encuestas, debido a la escasa red de contactos. Sin embargo, después de todo lo señalado con una búsqueda intensiva se pudo dar solución a las limitaciones planteadas.

Asimismo, la investigación tiene capítulos importantes del desarrollo que se detallan a continuación:

En el capítulo I: Marco Teórico, se encontrará los antecedentes nacionales e internacionales, las bases teóricas, al igual que la definición de términos relacionados con las variables en investigación. En el capítulo II: Hipótesis y Variables, se encontrará la formulación de las hipótesis y la definición operacional de estas. En el capítulo III:

Metodología de la investigación, se encontrará el diseño metodológico, muestral, las técnicas de recolección de datos, así como las técnicas estadísticas para el procesamiento de información y los aspectos éticos. En el capítulo IV: Resultados, se encontrará los análisis estadísticos, tanto la estadística descriptiva como la inferencial, y una pequeña interpretación de cada uno de ellos. En el capítulo V: Discusión de Resultados, se encuentre la comparación y análisis de otros autores relacionados al tema acorde a sus resultados.

Finalmente, se mencionan las conclusiones y recomendaciones, para que los agricultores de chirimoya del distrito de San Mateo de Otao tomen en cuenta dichas propuestas y mejoras para aumentar la oferta exportable del producto, y así puedan verse beneficiados tanto en conocimientos como en su calidad de vida.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

De acuerdo con Arias (2012) el marco teórico resulta de la revisión documental y bibliográfica, radica en la selección de ideas, definiciones y diferentes posturas las cuales sirven como base del estudio.

#### **1.1. Antecedentes de la Investigación**

Respecto a los antecedentes, estos son estudios previos, los cuales pueden ser tesis de grado, artículos e informes, entre otros que se relacionen con el tema planteado. A su vez, el autor menciona que estos sirven como base o ejemplo para futuros estudios. (Arias, 2012)

##### **1.1.1. Antecedentes Nacionales**

###### **1.1.1.1. De la variable Capacidad de Innovación**

Conforme con Rodas y Vilca (2019) en su tesis denominada: “Relación entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador de las MYPE exportadoras de pota 2018”; publicada en la Universidad San Ignacio de Loyola, en el año 2019 en la ciudad de Lima; la cual tuvo como objetivo principal analizar y determinar la relación que existe entre la capacidad de innovación con el desempeño exportador. Respecto a la hipótesis principal, esta manifiesta que la capacidad de innovación se relaciona de manera positiva, efectiva y eficiente con el desarrollo exportador.

Cabe señalar que, la investigación se realizó bajo el enfoque cuantitativo, lo cual les permitió presentar las variables en forma numérica; a su vez, el estudio fue correlacional cuyo objetivo era argumentar las variables entre sí. Además, el diseño que utilizaron fue no experimental transversal, ya que no intervinieron las variables al

momento de realizar el estudio, lo que les permitió recopilar la información de las variables dentro de un determinado momento y con ello analizar su correlación. Por otro lado, en cuanto al instrumento que utilizaron para desarrollar la investigación este fue el cuestionario, el cual se aplicó a 62 MYPE exportadoras de papa.

Asimismo, los investigadores concluyeron validando la relación positiva entre las variables estudiadas, lo que significa que confirmaron la relación entre capacidad de innovación y el desempeño exportador, de igual forma constataron que la capacidad de desarrollo de producto, la cultura de capacidad de innovación y la capacidad tecnológica tienen una relación positiva con el desempeño exportador; por el contrario concluyeron que la capacidad estratégica no se relaciona eficientemente con el desempeño exportador de las MYPE exportadoras de papa 2018. Finalmente, se pudo apreciar que la investigación resalta la importancia de la inversión en innovación, lo cual permitirá que las empresas sean capaces de satisfacer adecuadamente las necesidades del mercado nacional e internacional, además de mantenerse en un mercado competitivo donde los gustos y las necesidades son cambiantes.

Gonzales (2019) refiere en su tesis denominada: “La influencia de la innovación en el desempeño exportador de las empresas exportadoras de café en el Perú 2019”; publicada en la Universidad San Ignacio de Loyola, en el año 2019 en la ciudad de Lima; cuyo objetivo principal fue analizar la influencia de la innovación en el desempeño exportador de empresas exportadoras de café; por otro lado, la hipótesis general fue la innovación influye positivamente en el desempeño exportador. Hay que agregar, que el tipo de investigación fue descriptivo y correlacional y se realizó bajo un enfoque cuantitativo, de igual forma el diseño utilizado fue no experimental transversal.

El instrumento utilizado por el autor fueron cuestionarios, exactamente encuestó a 114 empresas exportadoras de café; luego de realizado la investigación el autor llegó a las siguientes conclusiones, en primer lugar, confirmó la influencia positiva de la

innovación en el desempeño exportador, seguidamente la innovación de producto, la innovación de proceso, la innovación de marketing y, por último, la innovación organizacional influyen positivamente en el desempeño de las exportaciones de las empresas de café. Simultáneamente, recomendó que es importante mejorar las capacidades de las empresas exportadoras con el fin de mejorar su participación en las actividades de exportación.

En líneas generales Gonzales (2019) recomendó profundizar en la innovación con el objetivo de lograr un impacto positivo en la rentabilidad, mejora de productos y aumento de exportaciones. En efecto, las diversas empresas exportadoras de café permitieron dar a conocer la importancia de la innovación en la mejora del desempeño exportador.

#### **1.1.1.2. De la variable Oferta Exportable**

Conforme con Aguirre y Olivares (2020) en su tesis llamada “Elementos de la oferta exportable que influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014 al 2018”; publicada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, en el año 2020 en la ciudad de Lima; la cual tuvo como objetivo principal determinar cómo los elementos de la oferta exportable influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass. Respecto a la hipótesis principal fue que los elementos de la oferta exportable influyen en el incremento de la internacionalización de palta Hass hacia China.

En cuanto a la metodología, la investigación se realizó con un enfoque cuantitativo, se hizo uso del SPSS y el diseño fue no experimental, ya que no se manipularon las variables; el instrumento escogido para la recolección de la información fueron los cuestionarios, los cuales se aplicaron a las empresas que representan al 80%

de las exportaciones de palta Hass hacia China durante el periodo 2014 al 2018. Los autores concluyeron que la disponibilidad del producto, capacidad económica-financiera y la capacidad de gestión son elementos importantes para las exportaciones de la palta Hass y su posicionamiento.

Arce y Condor (2019), en su tesis denominada “Análisis situacional de la oferta exportable para el proceso de exportación de la Asociación de productores de maca de la provincia de Junín – Perú”, publicada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas en el año 2019 en la ciudad de Lima, Perú, tuvo como objetivo principal determinar en qué medida el desarrollo de los componentes de la oferta exportable les permiten exportar a la asociación de productores de maca; asimismo, la hipótesis principal fue los componentes de la oferta exportable permiten exportar a la asociación de productores de maca.

A su vez, la metodología del estudio fue cuantitativa con un alcance correlacional puesto que buscan determinar la relación o grado de asociación entre dos variables, el muestreo utilizado fue el convencional determinando una muestra de 50 productores de maca de la provincia de Junín, además el instrumento a utilizar es el cuestionario. Los resultados de su estudio arrojaron que un 34 % cuentan con un nivel bajo de disponibilidad. Al mismo tiempo, el 56% de productores tiene un nivel medio en capacidad económica y financiera, 36% de cuenta con nivel bajo; mientras que sólo un 8% de los productores tiene un nivel alto de capacidad de gestión, un 40% tiene un nivel bajo y el 52% tiene un nivel medio. Se debe precisar también que los autores comprobaron la existencia de una correlación alta de 0.858 entre capacidad económica y financiera y el proceso de exportación.

Para finalizar los autores recomendaron que el estado debe de aumentar el apoyo a los productores, además debe de organizar capacitaciones y asistencia técnica para el desarrollo y aumento de la oferta exportable

## **1.1.2. Antecedentes Internacionales**

### **1.1.2.1. De la variable Capacidad de Innovación**

Vicente, Abrantes y Teixeira (2015) en su artículo denominado “Measuring innovation capability in exporting firms: the INNOVSCALE”, publicado en *International Marketing Review* en el año 2015 en la ciudad de Vila Real de Portugal, tuvo como objetivo principal desarrollar y probar empíricamente una escala para medir la capacidad de innovación de las empresas exportadoras, teniendo en cuenta el carácter multidimensional de este concepto. Respecto a la metodología utilizada, se debe precisar que el estudio contó con una muestra de 2 740 empresas, sin embargo, solo se obtuvieron 471 cuestionarios válidos, el estudio se centró exclusivamente en las empresas manufactureras exportadoras.

En relación con el instrumento utilizado, este se creó en base a una revisión bibliográfica realizada por los investigadores; con el fin de mejorar la validez del contenido del cuestionario realizaron una prueba previa a una muestra de diez empresas, es importante precisar que la encuesta la realizaron con escalas de Likert de cinco puntos. Una vez realizada la aplicación del instrumento, el resultado fue que existe una relación positiva entre la capacidad de innovación y el desempeño de las empresas exportadoras. Por otro lado, la investigación brinda contribuciones teóricas y empíricas para resaltar la importancia de la innovación, al igual que da a conocer el modelo INNOVSCALE, que mide de una manera más fácil el grado de innovación de una empresa exportadora; asimismo, permite la comprensión de los elementos que constituyen la capacidad de innovación.

Vicente et. al. (2015), recomiendan usar las dimensiones que utilizaron en el INNOVSCALE para que los futuros estudios puedan evaluar la capacidad de innovación y su relación con el rendimiento de las exportaciones. Por último, se debe recalcar que

la información proporcionada por el artículo es realmente interesante y de suma importancia para medir la capacidad de innovación de las empresas exportadoras, ya que la investigación revela que hay una relación positiva entre la capacidad de innovación y el nivel de las exportaciones, por otro lado, el artículo proporciona ítems que serán utilizados en el presente estudio con el fin de poder medir la capacidad de innovación.

Acorde con Uyar y Oralhan (2017), en su artículo denominado: "Innovation Capability and Export Performance of Turkish Export Firms"; publicado en la revista Chinese Business Review, en el año 2017 en la ciudad de Kayseri; el cual tuvo como objetivo determinar y examinar la relación entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador de las empresas exportadoras turcas. Como primera hipótesis, plantean que existe una relación estadísticamente significativa entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador.

De igual forma, otras de las hipótesis planteadas fueron, existe relación entre la capacidad de innovación con los ingresos de las exportaciones, los valores de exportación anuales, los años de operación de las empresas, los niveles de internacionalización, y el tamaño de la empresa; asimismo, entre otra de las hipótesis se encuentra la capacidad de innovación difiere en términos del sector operativo de la empresa. Por otro lado, la investigación contó con una población de 323 empresas exportadoras, sin embargo, solo se obtuvieron 83 resultados utilizables. Además de los cuestionarios, los investigadores realizaron entrevistas a 8 empresas exportadoras en Kayseri. Para analizar el resultado se utilizó el SPSS, el cual arrojó que existe una relación positiva entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador.

Con relación a las conclusiones, Uyar y Oralhan (2017) concluyeron principalmente que la innovación se relaciona positivamente y de manera significativa con el desempeño de las exportaciones, agregan que poner más énfasis en la

innovación debería de ser un objetivo fundamental para el desarrollo sostenible, además que invertir recursos en actividades de innovación brindan ventajas, como estar por delante de la competencia. Por otro lado, mencionaron que el objetivo de la mayoría de las empresas en Kayseri es el acceso a la internacionalización a través de la venta frecuente de productos al extranjero.

Los autores sostuvieron que las empresas constantemente buscan nuevas formas de realizar sus procesos lo cual conlleva al éxito de las actividades de Investigación y Desarrollo, sin embargo, no logran desarrollar y lanzar de forma rápida productos para la exportación; cabe señalar, que la investigación concluyó que el desempeño de las exportaciones crece en proporción directa a la capacidad de innovación, frente a ello la innovación es de gran importancia para proporcionar ventajas tanto en los mercados nacionales como extranjeros. Por último, respecto a las recomendaciones los autores sugirieron realizar el tema en un país diferente.

#### **1.1.2.2. De la variable Oferta Exportable**

Acorde con Toala, Mendoza, Vinces y Moreira (2019) en su artículo denominado: “La oferta exportable de las pymes de la provincia de Manabí”; publicado en la revista Polo del Conocimiento, en el año 2019 en la ciudad de Manta; el cual tuvo como objetivo conocer el motivo por el cual, las pequeñas y medianas empresas de Manabí no logran, en muchas ocasiones, expandirse a mercados nacionales o mercados internacionales

La investigación con una metodología de tipo documental y bibliografía, la cual concluyó que las pequeñas y medianas empresas de Manabí no realizan directamente las exportaciones, por el contrario, necesitan de una tercera persona que los oriente al momento de realizar el proceso exportador; además la investigación mostró la importancia de diagnosticar la oferta exportable con el fin de realizar el proceso exportador de forma eficiente, y con ello lograr satisfacer la demanda nacional e

internacional. Por otro lado, brinda evidencias de la relación entre la oferta exportable y el compromiso exportador y sus repercusiones en los resultados internacionales de las Pymes en Ecuador.

## **1.2. Bases Teóricas**

Las bases teóricas comprenden el desarrollo de conceptos y posiciones para justificar y sustentar el problema planteado, para ello la sección podrá distribuirse en relación con los contenidos que formen parte de las variables de la investigación. (Arias, 2012)

### **1.2.1. Teoría de recursos y capacidades o Visión basada en recursos**

Con la finalidad de explicar, comprender y ahondar acerca del porque la capacidad de innovación influye en las exportaciones, se detalla a continuación la teoría de recursos y capacidades o también conocida como visión basada en recursos.

En primer lugar, para poder entender la teoría hay que hablar de sus inicios, frente a ello Hernández e Ibarra (2002) indican que a partir de la influencia de autores como Persone (1959), Nelson y Winter (1982), Werfelt (1984), Parahalad y Hamel (1990), Mahoney y Pandian (1992) y Peteraf (1993); a finales de los ochenta y comienzo de los noventa el análisis de ventaja competitiva se centró en los aspectos internos de la empresa, específicamente en la explotación de recursos y capacidades; al igual que se empezó a enfocar en la importancia de los procesos internos y la innovación. Es importante señalar que a diferencia de visiones convencionales donde la ventaja competitiva se enfoca en la diferenciación o ventajas en costes, la VBR se enfoca en los recursos y capacidades.

Por otro lado, Hernández e Ibarra (2002) agregan también que los recursos pueden ser definidos como cosas físicas que se pueden adquirir, producir o alquilar, de igual forma puede entenderse como recursos a los activos tangibles e intangibles. En relación con las capacidades, estas son un conjunto de conocimientos y habilidades, que surgen del aprendizaje colectivo; por medio de ellas se podrá aumentar la productividad y eficacia, asimismo, mientras más se utilicen más serán perfeccionadas, éstas además son un factor principal para la ventaja competitiva.

Por lo que se refiere a Martínez, Charterina, y Araujo (2010) indican que la Visión Basada en Recursos (VBR) es una teoría sobre la heterogeneidad de las empresas, asimismo dan a conocer diferentes autores relacionados a la teoría, como Teece (1986), Barney (1991), Grant (1991), entre otros. La VBR responde al porqué empresas que compiten dentro de un determinado sector o industria de un país en específico obtienen resultados diferentes y por ende porque algunas sobresalen por encima de otras, esto se debe a los factores internos. Es ahí donde los recursos y capacidades cobran importancia ya que estos permitirán obtener una ventaja competitiva y por ende generar rentabilidad.

A juicio de Palma y Machado (2020), la vista basada en recursos como se mencionó anteriormente se creó a partir de los trabajos de Penrose en 1959 y de Schumpeter en 1934, estos autores quisieron determinar el por qué se logran diferentes rendimientos a pesar de estar en un mismo sector y entorno. Posteriormente, Barney uno de los autores más influyentes relacionados a la vista basada en recursos, clasifica a los recursos en tres categorías, las cuales son capital físico, capital humano y capital organizacional; para Barney los recursos de una empresa tendrán el potencial de una ventaja competitiva sostenible cuando tengan cuatro atributos; ser valioso (buscar oportunidades y contrarrestar amenazas), ser raro (respecto a la competencia), ser imperfectamente imitable y no puede haber sustitutos para estos recursos.

Respecto a la capacidad de innovación, Martínez et. al. (2010) citan a diferentes autores para afirmar que la VBR destaca la importancia de la innovación, por ejemplo, Galende (2006) menciona que la capacidad de innovación es una fuente importante para la generación de ventaja competitiva. Por otro lado, emplean las palabras de Tether (2013) para expresar que la capacidad de innovación es una capacidad dinámica; por último, expresan también que la relación entre la innovación y el desempeño de las empresas manufactureras es positiva, ya que cuando se es capaz de innovar se mejoran los resultados. Es necesario recalcar que Hernández e Ibarra (2002) argumentan que la innovación debe ser vista como una capacidad sostenible, al igual que como un proceso para generar nuevos conocimientos.

Por último, en base a lo mencionado se puede concluir que la teoría de visión basada en recursos ayuda a explicar la influencia de la capacidad de innovación en el desempeño de las actividades u operaciones y el éxito de estas a largo plazo, ya que dicha teoría hace énfasis en los factores internos, resaltando la importancia de los recursos y capacidades como foco principal para la generación de una ventaja competitiva, que a largo plazo genere rentabilidad, asimismo con el enfoque en los factores internos se logrará la diferenciación de la competencia, además dicha teoría agrega que por medio de actitudes y prácticas innovadoras se desarrollaran las actividades de forma óptima.

### 1.2.2. Teorías de Comercio Internacional

Con el objetivo de abordar la oferta exportable, se detallan teorías importantes del comercio internacional, según Gonzáles (2011) afirma que estas se crean para conocer la causa del porque los países comercian entre sí y la importancia de la internacionalización.

**Tabla 1.**  
**Teorías Tradicionales del Comercio Internacional**

<b>Las teorías tradicionales</b>	
La teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La teoría señala que un país que tiene una ventaja absoluta en la producción de un producto debe especializarse en ella y exportarlo.</li> <li>• Por ejemplo: cuando un país X produce un determinado producto empleando menos horas de trabajo que otro país que produzca el mismo producto, el país X tiene ventaja absoluta en la producción del producto.</li> <li>• Para que exista comercio mutuo y beneficioso entre dos países, cada uno deberá de poseer ventaja absoluta en un producto diferente; con el fin de realizar el intercambio.</li> </ul>
La ventaja comparativa de David Ricardo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejora la teoría de Smith.</li> <li>• La teoría de Ricardo menciona que no es necesario que un país cuente con ventaja absoluta para exportar, simplemente necesita ventaja comparativa.</li> <li>• La ventaja comparativa se expresa en coste relativo menor, o sea coste de un bien en términos de otro.</li> <li>• Cuando hay dos países que producen dos productos diferentes, cada país deberá de exportar el producto que le cueste menos producir, aquel producto en el que es más productivo.</li> <li>• Esta teoría se puede explicar en términos de la teoría del coste de oportunidad.</li> </ul>

*Fuente:* Elaboración propia. Obtenido de Gonzales, R. (2011). Diferentes teorías del comercio internacional. Ice revista de economía, (p. 103 -118).

### **1.2.3. Capacidad de Innovación**

#### **1.2.3.1. Marco Conceptual**

En primer lugar, se conceptualiza a la innovación como “la aplicación de una de las habilidades humanas más vitales: la creatividad. Además, aprovecha la capacidad de las personas para ingeniar soluciones novedosas a los problemas y convierte las ideas en realidad.” (Centro de Innovación Ltda., 2010, p.8). Desde la perspectiva de Galindo (2009), la innovación es el proceso por el cual una idea se convierte en un bien, servicio o método de operación.

En la opinión de Rodríguez, Pico y Méndez (2013) la capacidad innovadora es el conjunto de cualidades colectivas e individuales que se utilizan para generar con éxito cambios en un determinado ámbito; para que dicha capacidad se desarrolle deberá de existir un ambiente innovador.

Por otro lado; Martínez et. al. (2010) expresa que la capacidad de innovación se asocia a una actitud innovadora, y al conjunto de comportamientos relacionados con dicha actitud. Asimismo, según Schwarz (2018), la capacidad de innovación es la combinación de competencias tanto cognitivas, aptitudinales como experienciales del capital humano, los cuales favorecen al desarrollo y creación de nuevos productos insertados exitosamente en el mercado, asimismo facilita la diferenciación, además de ser base para generar competitividad.

Por otro lado, Vicente et. al. (2015), dan a conocer que la capacidad de innovación se conceptualiza como la capacidad para generar nuevos productos destinados al mercado internacional, los cuales se realizan a través de la combinación de comportamientos innovadores, la capacidad estratégica y procesos tecnológicos. Bajo esta premisa, determinan cuatro dimensiones claves de la capacidad de innovación, estas son:

### **a) Capacidad de desarrollo de productos**

Con respecto a la capacidad de desarrollo de productos, esta hace referencia a la destreza para crear, gestionar y lanzar nuevos productos para la exportación, los cuales se van mejorando con el transcurso del tiempo, estando en constante actualización, por ende, se deberá realizar planes que fomenten el desarrollo de productos. De igual forma, para desarrollar productos de manera exitosa, se deberá de estar comprometido con la innovación, ser capaz de conocer, entender y satisfacer las necesidades de los clientes internacionales, además de vincular la oferta con las exigencias del mercado.

Al contar con la capacidad de desarrollar rápidamente nuevos productos permite lograr la diferenciación de los competidores internacionales; dicha capacidad está relacionada con necesidades tecnológicas, de investigación y Desarrollo, además puede medirse con la capacidad de generar de forma rápida productos, al igual que con el cumplimiento de los estándares internacionales.

### **b) Cultura de Capacidad de Innovación**

La cultura de capacidad de innovación refleja la receptividad a las nuevas ideas y a la innovación; asimismo, cuando los objetivos están orientados hacia la innovación la forma de trabajar cambia, la creación de ideas aumenta, al igual que la creatividad y la toma de riesgos. Es importante agregar que las actitudes innovadoras permiten la creación y mejora constante de productos, y procesos.

Igualmente, expresa hasta qué punto se está dispuesto a buscar nuevas formas de realizar actividades u operaciones, a apoyar nuevos enfoques para satisfacer las necesidades de los clientes y a promover la creatividad. Refleja la capacidad para implementar nuevas ideas o procesos con el fin de buscar oportunidades en lugar de

conformarse con lo ya conocido, además implica el cambio de mentalidad y aptitudes. Por último, cuando se realizan innovaciones se refuerza la cultura de innovación.

### **c) Capacidad estratégica**

Vicente et. al. (2015) Indican que la capacidad estratégica refleja la habilidad para formular, implementar y monitorear estrategias de innovación, además dicha capacidad promueve esfuerzos innovadores, asimismo la creación de estrategias de innovación implica la asignación de capital para su implementación efectiva. Por otra parte, cuando se identifican nuevas oportunidades en mercados extranjeros se generan estrategias innovadoras que permitan el desarrollo y comercialización internacional de productos.

### **d) Capacidad tecnológica**

Vicente et. al. (2015) Plantean que la capacidad tecnológica representa el esfuerzo para desarrollar conocimientos científicos y técnicos que puedan utilizarse para crear o mejorar productos y procesos; además permite que se desarrollen productos de alta calidad, al igual que permite tener precios competitivos gracias a la reducción de costos de producción; asimismo, se puede medir por la actividad de Inversión y Desarrollo. Por otro lado, se debe precisar que una capacidad tecnológica alta permite reconocer oportunidades y aplicar conocimientos a largo plazo lo cual conllevar a lograr el éxito en mercados extranjeros.

### 1.2.3.2. Análisis de Innovación

#### a) Innovación en el Perú

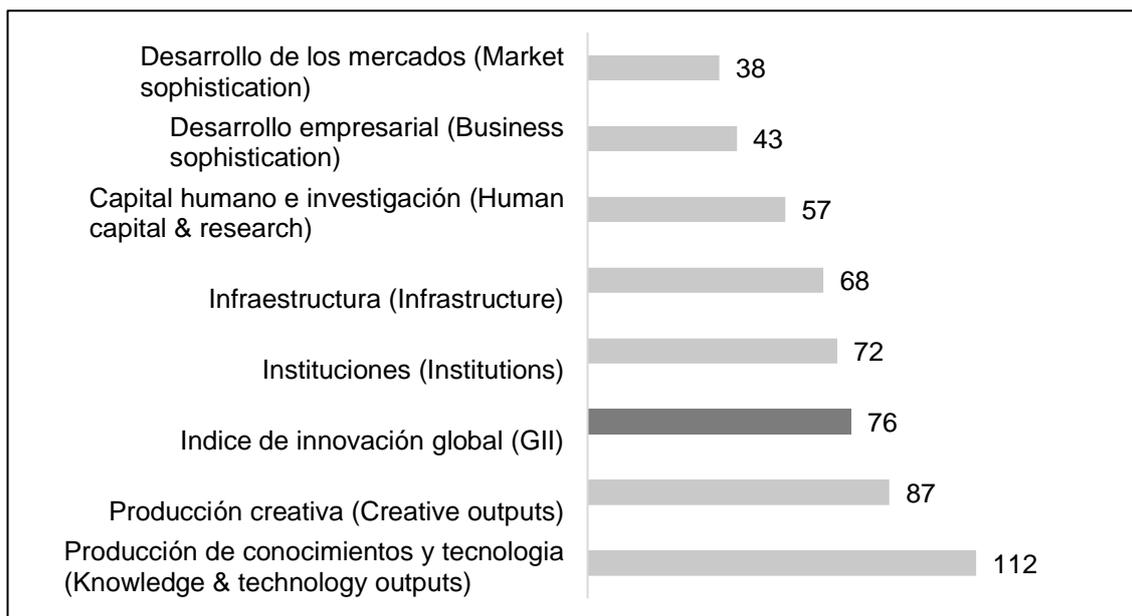
En relación con el Índice de Innovación Global, de acuerdo con Cornell University, INSEAD y World Intellectual Property Organization (2020) revelan que el Perú se encontró en el puesto 76 de 131 economías, durante el año 2020; en comparación a un año anterior, tuvo un. Es importante precisar que la innovación del país se mide en base a siete áreas, las cuales son capital humano e investigación, infraestructura, desarrollo de los mercados, desarrollo empresarial, producción de conocimientos y tecnología, producción creativa, e instituciones. En la siguiente tabla, se puede observar cómo el Perú ha ido subiendo y bajando de puesto en los rankings de innovación.

**Tabla 2.**  
**Puesto del Perú en Innovación**

Año	Índice de innovación Global	Insumos de innovación	Productos de innovación
2020	76	55	98
2019	69	48	86
2018	71	59	83

*Fuente:* Elaboración propia. Obtenido de Cornell University, INSEAD, World Intellectual Property Organization. (2020). Global Innovation Index 2020

En base a la tabla anterior, si se analiza cada aspecto por separado, se observa que en insumos de innovación el país ha descendido del puesto 48 (2019) al puesto 55 (2020); de igual forma en productos de innovación hubo un descenso del puesto 86 (2019) al 89 (2020). En la figura 3, se muestra los puestos que ocupa el Perú en cada una de las siete áreas del Índice de Innovación Global (GII por sus siglas en ingles), como se puede apreciar dicho país ocupa un mejor puesto en el área de desarrollo de los mercados, en cambio ocupa un puesto muy bajo en el área de producción de conocimientos y tecnología.



**Figura 3. Puesto del Perú en las áreas del GII**

*Nota:* Elaboración propia. Obtenido de Cornell University, INSEAD, World Intellectual Property Organization. (2020). Global Innovation Index 2020

## **b) Agricultores y su compromiso con la innovación**

A continuación, se comenta sobre los avances y del compromiso que tienen los agricultores con la innovación, para ello se detallara información relacionada al manejo agrónomo, sistema de riego, por último, capacitaciones y pasantías.

Cuando se habla de tecnología de manejo agronómico, la Dirección de Investigación Agraria (2011) expresa que especialistas del Programa Nacional Innovación en Frutales del Instituto Nacional de Innovación Agraria validaron la tecnología de polinización manual de chirimoya, como respuesta al rezago que presenta la producción de chirimoya, debido al manejo agronómico tradicional, y a la falta de técnicas que permitan generar mayor rentabilidad en el cultivo de la chirimoya.

La técnica de polinización manual se aplicó en San Mateo de Otao, Huarochirí, entre las ventajas que otorga la aplicación de la técnica ya mencionada, se encuentran el incremento en la producción, mejora en la calidad de la fruta y el aumento en las

ganancias. Es importante expresar que la polinización manual consiste en “recolectar previamente, de manera manual, el polen de la flor de chirimoya empleando pinceles, para luego polinizar las flores femeninas receptoras.” (Dirección de Investigación Agraria, 2011, p.1)

Por otra parte, respecto a la plaga de Mosca de Fruta, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú (2017) sugiere que esta fue controlada en distritos como Santa Eulalia, Callahuanca, San Pedro Casta y San Jerónimo situados, en la provincia de Huarochirí; se destaca que en San Mateo de Otao y Callahuanca, las pérdidas aminoraron debido a mayores controles fitosanitarios y acciones de prevención, ya que “existe mayor trabajo de sensibilización de los agricultores y de las autoridades, no solo para tomar las acciones pertinentes que aseguren la no infestación de los campos o chacras, sino también para que la producción salga limpia de plagas”. (Consulte párrafo 5).

Por otro lado, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú inspecciona las charcas y campos, al igual que cada 10 días se realiza la aplicación del GF120, el cual es un producto que controla la plaga y la disminuye drásticamente. Otro procedimiento que se realiza es el recojo de las frutas contaminadas, las cuales se pueden encontrar en el suelo y en la planta, posteriormente se procede a enterrar la fruta cumpliendo ciertas especificaciones que son coordinadas entre los agricultores y los especialistas.

Con relación al sistema de riego, según lo mencionado por la Oficina de Imagen y Comunicaciones (2017) el Ministerio de Agricultura y Riego del Perú, por medio del programa Agro Rural, realizó obras en la provincia de Huarochirí durante el 2017. La obra del sistema de riego Tallqui, la cual benefició a más de 500 agricultores del distrito de San Mateo de Otao, los cuales señalaron que podrán mejorar sus cultivos y aumentar la producción de la chirimoya y la palta; la inversión efectuada fue de S/. 640,299.74 y dicha construcción abarcó “la ejecución de casi 2 mil metros de canal de conducción de

concreto, entre canal central y auxiliares, así como un cruce aéreo reforzado, tomas laterales con sus respectivas compuertas tipo tarjeta.” (Consulte párrafo 3)

Respecto a las capacitaciones el Ministerio de Agricultura y Riego (s.f.) señala que el Instituto Nacional de Innovación Agraria conocido por sus siglas INIA, se encarga de contribuir al crecimiento económico equitativo, competitivo y sostenible del Perú por medio de investigaciones y transferencias tecnológicas en el sector Agrario. El INIA busca impulsar las actividades de Investigación y Desarrollo, fomentar la innovación agraria, promover la modernización de la gestión institucional, entre otros.

Por otro lado, el Ministerio de Agricultura y Riego (2020) alude que el instituto ha realizado capacitaciones abordando diversos temas del sector agrario, con respecto a la Chirimoya, el año 2020 se realizó la capacitación técnica virtual: manejo integral de plagas y enfermedades del cultivo de chirimoya, la cual se llevó a cabo el 23 de septiembre, por medio de una videoconferencia online, mediante la cual los agricultores y el público en general interesado pudo conocer el manejo de las principales plagas y enfermedades que afectan al cultivo del chirimoyo, de igual forma se buscó que los agricultores fortalezcan sus conocimientos en el control sanitario del producto.

Se debe agregar también que se realizaron cursos para actualizar a los agricultores, sobre cultivos de chirimoya. Además, las tecnologías que se encuentran desarrollando por parte del INIA están beneficiando a mejorar la cantidad de chirimoya que se exporta, puesto que se está optimizando la producción nacional con el objetivo de llegar a más mercados internacionales. (Daga, 2013)

Por otro lado, con relación a las pasantías, 332 agricultores participaron en pasantías nacionales e internacionales del Ministerio de Agricultura y Riego del Perú, con el objetivo de optimizar la competitividad de los cultivos e ingresar al mercado eficientemente; asimismo, 109 obtuvieron becas individuales para participar de

pasantías internacionales y nacionales. Por medio de las pasantías se busca la especialización en diversas técnicas y mejoras, una de las cuales es el mejoramiento de derivados de Chirimoya. (Instituto Nacional de Innovación Agraria, 2019)

En base a lo expuesto anteriormente, respecto a la relación de los agricultores con la innovación agraria, se puede concluir que los agricultores del distrito de San Mateo de Otao están siendo apoyados en cuanto a tecnología de manejo agronómico, sistema de riego, capacitaciones y pasantías, sin embargo, no se puede afirmar que estos participen de manera activa en las capacitaciones o si estos han sido parte del número de beneficiados con la implementación y mejora de la infraestructura, ya que como se señala la producción de chirimoya se sigue dando de manera tradicional.

#### **1.2.4. Oferta exportable**

##### **1.2.4.1. Marco conceptual**

En primer lugar, para poder entender el significado de oferta exportable se tiene que partir conociendo que es la oferta, esta se encuentra ligada a la demanda, y ambas permiten que las economías de mercado puedan funcionar. A juicio de Ávila (2006) se considera oferta a la cantidad de bienes que se ofrezcan a la venta a un precio determinado. “La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un periodo dado.” (p.45)

La oferta exportable es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015, consulte párrafo 1).

Respecto a la disponibilidad de producto, se deberá de establecer el volumen disponible para el mercado extranjero basándose en el bien que se quiere internacionalizar; dicho volumen se deberá de ofertar continuamente o de manera estable, es importante que el producto cumpla con los requisitos y exigencias del mercado destino. En relación con la capacidad económica y financiera para realizar la exportación, se ha de tener los recursos necesarios para solventar el proceso; no obstante, en el caso de que no se posean recursos propios, se debe contar con la capacidad de endeudarse y conseguir financiamiento externo. En cuanto a la capacidad de gestión, se ha de desarrollar una cultura exportadora con objetivos concretos y teniendo en cuenta las capacidades y debilidades para realizar la exportación, para ello es importante la capacitación con el objetivo de mejorar las capacidades y habilidades. (Ministerio de Agricultura y Riego, s.f.)

Se debe agregar también que, de acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013), la capacidad económica alude la posibilidad de cubrir económicamente por medio de recursos propios el costo que implique la internacionalización, respecto a la capacidad financiera nos indica que dicha capacidad se basa en el endeudamiento con terceros para solventar los costos; por último la capacidad de gestión se basa en seguir objetivos hasta alcanzar el posicionamiento internacional del producto, para ello se ha de implementar estrategias; al igual que se ha de conocer todos los requisitos y temas relacionados a la exportación.

Toala et. al. (2019) afirman que la oferta exportable se refiere a la capacidad para ofertar un producto a los mercados extranjeros, para realizar dicha oferta el exportador deberá de poseer un producto o servicio que cumpla con los estándares de los mercados destino tanto en calidad como en satisfacción del cliente, y con ello pueda ser competitivo. Asimismo, recalca que la oferta exportable además de estar relacionada

con los volúmenes de exportación tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa.

Es importante mencionar que “el desarrollo de una oferta exportable competitiva está ligado estrechamente a la innovación y a la aplicación de nuevas tecnologías, que sólo puede ser posible a través de la investigación y el desarrollo.” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2006, p.26)

#### **1.2.4.2. Exportación**

##### **a) Marco conceptual**

Con respecto a la definición de exportación, Montes (2015) señala que “Una exportación es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización.” (Consulte párrafo 1)

De igual forma, refiere que todas las mercancías deberán de pasar por la aduana, a la salida del país de origen y a la entrada del país de destino, agrega también que el resultado de realizar envíos hacia el extranjero será la obtención de ganancias para exportador. Respecto a la dificultad que podría generarse al realizar las exportaciones, el autor alude la existencia de un grado de complejidad a nivel legal y fiscal dado que estos aspectos varían de un estado a otro.

Por otro lado, la exportación es la venta de mercancías de un área geográfica a otra ya sea para su uso o consumo definitivo en el país receptor, expresa también que la internacionalización implica altos niveles de competitividad, por consiguiente, es importante que al comercializar productos a mercados extranjeros se cuente con experiencia, recursos humanos, capital e infraestructura. (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, 2012)

Por el contrario, Galindo (2009) sostiene que la exportación es un método sencillo y tradicional de ingreso a mercados internacionales, agrega que hay dos tipos de exportación, la directa y la indirecta.

## **b) Marco Legal**

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013) da a conocer que el marco legal del comercio exterior del Perú está integrado por:

- La Constitución Política del Perú
- La Resolución Legislativa N° 26407, citando al autor esta resolución “aprueba e incorpora a nuestra legislación el Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial de Comercio - OMC y los Acuerdos Comerciales Multilaterales contenidos en el Acta Final de la Ronda de Uruguay” (p.37)
- El Decreto Supremo N° 060-91-EF, el autor sugiere que este decreto permite que las personas ya sea naturales o jurídicas puedan realizar operaciones de exportaciones sin necesidad de estar previamente registrados como tales.
- El Decreto Legislativo N° 668, Ley Marco del Comercio Exterior, el autor señala que esta ley liberaliza las operaciones de comercio ya sea exterior o interior con el propósito del desarrollo del Perú.
- La Ley General de Aduanas, el autor afirma que esta ley establece que la SUNAT a través de su administración aduanera controlará las mercancías, relacionadas al comercio exterior, que ingresen, salgan o permanezcan en el territorio peruano. (Decreto Legislativo N° 1053)
- Reglamento de la Ley General de Aduanas (Decreto Supremo N° 010.2009-EF)

Según la Ley N°27790, el Mincetur está facultado de dirigir, ejecutar, coordinar y supervisar la política de comercio exterior y turismo del Perú, esta facultad no es extendida al tema arancelario, sin embargo, entre otras responsabilidades que tiene

dicho ministerio se encuentra la promoción de las exportaciones. Por otro lado, la Ley 27322 y el Decreto Supremo 048-2001-AG brindan la facultad al Servicio Nacional de Sanidad Agraria para “establecer las medidas necesarias respecto a operaciones de comercio exterior, en materia de Sanidad de la Flora y Fauna del País, de conformidad con los acuerdos internacionales suscritos por el Perú.” (p. 38)

Por otro lado, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2020) señala las siguientes normas legales de exportación:

- Tabla de Sanciones aplicables a las infracciones previstas en la Ley General de Aduanas (Decreto Supremo N°418-2019-EF)
- Procedimiento General de Exportación Definitiva (Resolución: 024-2020, versión 7)
- Procedimiento específico: Mandato Electrónico (Resolución N° 06-2017-SUNAT)

### **c) Modalidades de Exportación**

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013) da a conocer dos modalidades de exportación de mercancías, las cuales son indirecta y directa. Frecuentemente, cuando se están empezando con las exportaciones no se desea correr muchos riesgos es por ello que se realizan exportaciones de forma indirecta, una vez que se ha ganado experiencia vienen las exportaciones directas corriendo con un nivel de riesgo más alto.

- **Indirecta o Pasiva**

Durante esta modalidad habrá un intermediario que conecte al vendedor o productor con el mercado extranjero, los brókeres o los tradings companies, son solo unos ejemplos de los diferentes tipos de intermediarios que existen. Esta modalidad permite acceder a mercado internacionales de manera más fácil ya que no se realizará

todo el proceso exportador, desde la investigación de mercados hasta la gestión de internacionalizarse; lo cual les permitirá no tener que atravesar las dificultades de una exportación directa.

- **Directa o Activa**

A diferencia de la modalidad anterior en este caso, el exportador se encargará de internacionalizar sus productos, tendrá que realizar las negociaciones de forma directa con el comprador final del país extranjero. Este tipo de exportación es más ambiciosa, el exportador tendrá que analizar y realizar toda la gestión del ingreso al extranjero, se encargará desde analizar e identificar el mercado destino hasta realizar el cobro por el producto; de igual forma los beneficios que ofrece la exportación directa son principalmente las mayores ganancias y el control sobre todo el proceso exportador.

Se debe precisar que “Es la misma empresa productora la que establece contacto con el potencial importador y lleva a cabo todas las actividades requeridas para la exportación de sus productos.” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2013, p. 16)

#### **d) Cultura exportadora**

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2006) manifiesta en relación con la cultura exportadora del país, que se deben de abordar los siguientes puntos:

- Valor agregado: Agregar un valor extra a los productos que se oferten genera más ingresos, mejoras en la calidad, aumento de competitividad y productividad, así mismo para incursionar con éxito en los mercados extranjeros, el proceso de producción de los productos deberá contar con innovación y avances tecnológicos.

- Entorno: En el interior del Perú no se ha desarrollado una oferta exportable competitiva ya que poseen actitudes de desconfianza, conformismo y no ambiciosas. De igual, la informalidad repercute de forma negativa en las exportaciones ya que no se cuenta con la calidad y las exigencias necesarias para entrar a mercados internacionales.
- Calidad: Por medio de la globalización y la apertura comercial el consumidor ha podido determinar sus gustos y preferencias entre una amplia diversidad de productos, el tener acceso a diversas posibilidades conlleva que el consumidor tenga la libertad de escoger entre diferentes combinaciones de calidad y precio; por ende las exportaciones han tenido que obtener mayores niveles de productividad con mejores estándares de calidad, ya que estos dos elementos permitirán que los productos a exportar penetren de forma exitosa el mercado destino.
- Conocimientos y capacitación: Todavía no se ha consolidado como practica natural, dentro del proceso exportador, al conocimiento y la capacitación; a pesar de que estos mecanismos son fundamentales para la realización de las exportaciones. Es importante señalar que la capacitación y el conocimiento son prerrequisitos fundamentales para internacionalizar de forma exitosa un producto.
- Innovación y tecnología: La generación de una oferta exportable de calidad y competitiva se relaciona con el incremento de inversión de Investigación y Desarrollo, es importante que los exportadores entiendan que para lograr la competitividad se ha de contar con innovación y tecnología.

En el Perú, el desarrollo tecnológico e innovación, tiene un nivel bajo sobre todo en el interior del país, lo cual se debe a la falta de capacitaciones o a la escasa

inversión en la adquisición de nueva tecnología. Si se habla de cultura exportadora, esta no llegará a estar completa si no se trabaja en la importancia de la innovación y la tecnología, como se mencionó anteriormente contar con una oferta de calidad dependerá del nivel de Investigación y Desarrollo que se posea.

#### **1.2.4.3. Agroexportación**

Salas (2020) da a conocer que “la agroexportación es una actividad económica orientada a vender productos agrícolas a los mercados internacionales” (p. 10)

Por otro lado, el Diario El Comercio (2019) manifiesta que las agroexportaciones de enero a setiembre del 2019 lograron recaudar la suma de 5.042 millones de dólares, entre los principales productos exportados se encontraron las paltas, uvas, espárragos, mangos y otros. Entre los principales países hacia donde se enviaron las agroexportaciones son Estados Unidos, Holanda, España, Inglaterra, Ecuador, China, Alemania, Chile, Colombia y Canadá.

La Guía del AgroExportador (2020) señala que a pesar de haber atravesado un año complicado a causa del coronavirus, las agroexportaciones han crecido esto se debe a la demanda que existe por los súper alimentos peruanos. Respecto a cifras acumuladas, se menciona que, hasta noviembre del 2020, las agroexportaciones no tradicionales sumaron más de 4,044 millones de dólares, durante enero y agosto las exportaciones de frutas excedieron los 2,200 millones de dólares FOB, con ello se ha generado un incremento del 11% con relación al año 2019.

A pesar de lo mencionado anteriormente, según el Diario El Comercio (2020) durante enero a julio del 2020 las agroexportaciones se redujeron respecto al mismo periodo del año anterior en un 3.9%, este año durante el tiempo ya mencionado las agroexportaciones alcanzaron la suma de 3.654 millones de dólares; es claro que esta

reducción se debió a la crisis en la que todo el mundo se encontraba. Por otro lado, en el periodo ya dicho la balanza comercial agraria presento un superávit de 950 millones de dólares.

De igual forma el autor agrega que durante los primeros siete meses del 2020 las exportaciones de frutas alcanzaron los 1.898 millones de dólares, uno de los productos destacados fueron las uvas frescas cuyas exportaciones fueron de 439 millones de dólares, se subrayó también que dada la pandemia la demanda de cítricos aumento ya que estos ayudan a proteger y mejorar el sistema inmunológico.

Por otro lado, respecto al sector agropecuario, Diario El Comercio (2020) sugiere que el subsector agrícola creció en 2.1% durante los primeros diez meses del 2020 esto se debió fundamentalmente por la gran producción de arándanos la cual aumento 38%, seguida por la producción de paprika, arroz cáscara, cacao, entre otros. El autor enfatiza que, durante el mes de octubre, el sector agropecuario presento un crecimiento de 2.4%, es importante precisar que dicho sector forma parte del pequeño grupo de sectores que no ha entrado en recesión debió al covid19.

#### **a) Marco legal Agrario**

- Ley General de Sanidad Agraria, decreto Legislativo N°1059
- Reglamento de la Ley General de Sanidad Agraria, decreto Supremo N°018-2008-AG, el cual fue publicado del 31 de agosto de 2008 en el (Diario Oficial El Peruano, 2008)
- Ley que Modifica El Decreto Legislativo 1059, Decreto Legislativo que Aprueba la Ley General de Sanidad Agraria, fue publicado el 2014 en el (Diario Oficial El Peruano, 2014)
- Reglamento de Inocuidad Agroalimentaria, decreto Supremo N°004-2011-AG, el cual fue publicado en el 2011 en el (Diario Oficial El Peruano, 2011)

- Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Sistema Nacional de Plaguicidas de Uso Agrícola, decreto Supremo N° 001-2015-MINAGRI publicado en el (Diario Oficial El Peruano, 2015)
- Ley de Reconversión productiva agropecuaria, Ley N° 29736 publicada el 2011 en el (Diario Oficial El Peruano, 2011)
- Ley Marco de Sanidad Agraria, Ley N° 27322 publicada en el 2000 por el (Congreso de la Republica, 2000)

#### **1.2.4.4. Chirimoya**

Como afirma González (2013) la chirimoya remonta sus orígenes a “los Andes Peruanos y las montañas de Ecuador, donde crece espontáneamente, aunque algunos historiadores incluyen también las zonas andinas de Chile y Colombia” (p.55)

Las épocas de cosecha con mayor producción se dan entre los meses de abril a junio, esto sucederá cuando el fruto se encuentre duro pero ya haya cambiado de color verde a amarillento. Además, la chirimoya madura de 5 a 8 meses después de que ocurrió la polinización; hay que mencionar también que la cosecha se realiza de forma manual, desprendiendo el fruto del árbol, es recomendado el uso de tijeras al momento de realizar el proceso señalado. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015)

El Ministerio de Agricultura y Riego (2020) , dentro del periodo de referencia 2014 – 2019, señala que en la provincia de Huarochirí las cosechas inician en enero, sin embargo, estas aumentan de marzo a mayo, posteriormente desde octubre inicia una fuerte reducción.

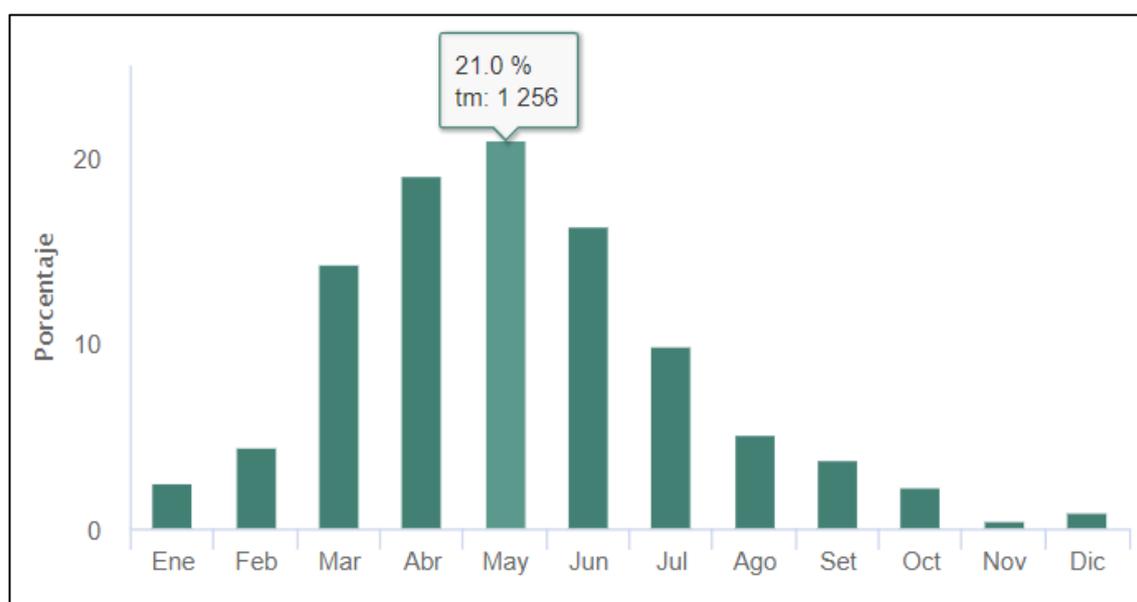
Se debe precisar que en mayo se dio la mayor cosecha, cuya producción fue de 1256 toneladas, ahora bien, la producción general dentro de la provincia fue de 8368

toneladas; además la distribución de las cosechas se da entre diferentes distritos, siendo San Mateo de Otao, el distrito con mayor porcentaje de producción, alcanzando una producción de 3931 toneladas; seguido de Callahuanca, San Antonio, San Pedro de Casta, Santa Eulalia, Ricardo Palma, Antioquia y otros.

**Tabla 3.**  
**Distribución Cosecha, periodo de referencia 2014 – 2019**

<b>Provincia: Huarochirí</b>	<b>Distrito.: San Mateo de Otao</b>
Superficie (ha): 1129	Superficie (ha): 562
Rendimiento (t/ha): 7.4	Rendimiento (t/ha): 7.0
Producción (tm): 8368	Producción (tm): 3931
Participación (%): 80.4	Participación (%): 51.3

Fuente: Elaboración propia. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Riego. (2020). Chirimoya: <http://siea.minagri.gob.pe/portal/calendario/>



**Figura 4. Cosecha mensual de Huarochirí**

*Nota:* Obtenido de Obtenido de Ministerio de Agricultura y Riego. (2020). Chirimoya: <http://siea.minagri.gob.pe/portal/calendario/>

#### 1.2.4.5. Oferta de Chirimoya Peruana

Es importante conocer la información comercial de la chirimoya, para ello el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (2020) da a conocer que la partida arancelaria del fruto es 810902000, cuya descripción es Chirimoya, guanábana y demás anonas (*annona spp.*) frescas. Igualmente, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo vía correo electrónico (Véase anexo V) da a conocer que la subpartida de las presentaciones de la chirimoya es para la conserva 2008999000, respecto a la presentación del producto congelado la subpartida es 0811909900 y para la presentación esencia sería 3302109000.

**Tabla 4.**  
**Exportación peruana de Chirimoya fresca, 2013 – 2019**

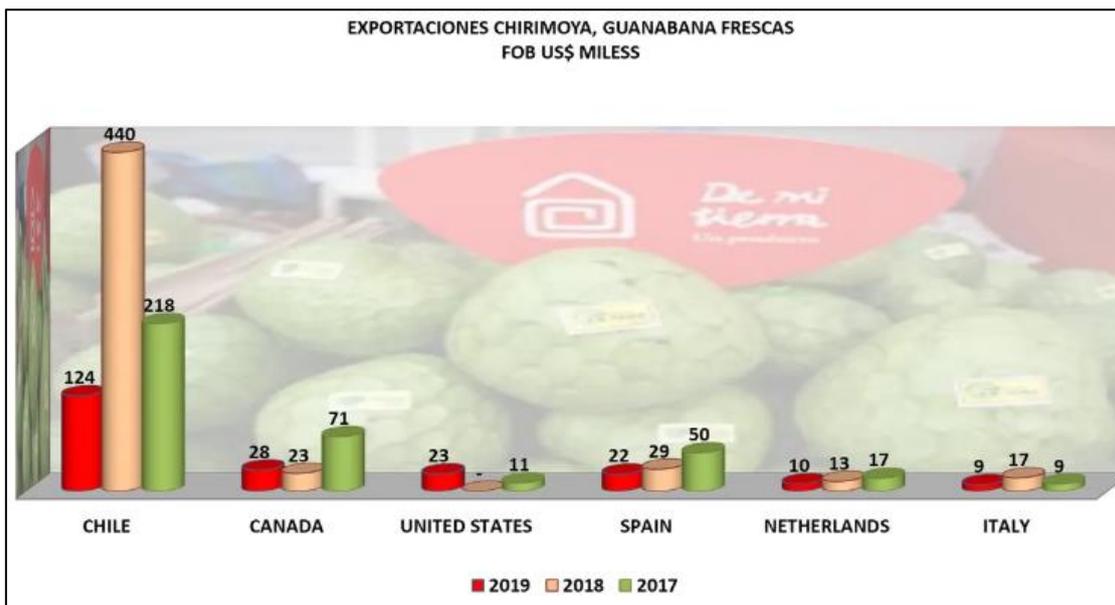
<b>Mes</b>	<b>2013</b> (Kilos)	<b>2014</b> (Kilos)	<b>2015</b> (Kilos)	<b>2016</b> (Kilos)	<b>2017</b> (Kilos)	<b>2018</b> (Kilos)	<b>2019</b> (Kilos)
Enero	2,946	1,789	5,426	-	1,257	2,121	473
Febrero	2,690	3,673	971	96,692	1,816	785	3,879
Marzo	4,039	3,498	481	27,179	24,305	1,376	1,599
Abril	7,520	4,678	1,112	102,113	20,473	25,504	3,660
Mayo	7,134	4,222	25,759	71,832	31,500	75,030	51,165
Junio	5,490	6,188	3,787	7,264	7,471	70,307	2,415
Julio	9,208	2,424	2,636	11,213	4,403	22,095	10,401
Agosto	7,606	1,464	50,540	7,828	45,957	6,614	1,729
Septiembre	8,756	4,032	50,134	27,520	1,053	1,394	1,407
Octubre	9,562	5,990	904	2,364	843	621	1,204
Noviembre	6,122	2,185	25,363	996	937	1,395	1,831
Diciembre	5,781	1,162	524	152	381	1,428	3,531
<b>TOTALES</b>	<b>76,854</b>	<b>41,305</b>	<b>167,637</b>	<b>355,153</b>	<b>140,396</b>	<b>208,670</b>	<b>83,294</b>

*Fuente:* Elaboración propia, adaptado de las publicaciones de Koo, W. en AgrodataPeru

Respecto a las exportaciones de chirimoya fresca, entre el año 2013 al 2019 (Véase la tabla 4), se encontraron dos fluctuaciones. Al inicio del periodo mencionado las exportaciones estaban en aumento, desde el 2013 al 2016 las exportaciones se encontraban creciendo exponencialmente pasaron de 76,854 kilos (2013) a 355,153 kilos (2016), sin embargo, en el 2017 se presentó la primera caída del periodo, las exportaciones se redujeron cerraron el año con 140,396 kilos exportados, decrecimiento fue de 60%. (Koo, 2018)

Por otro lado, en el 2018 los envíos al extranjero se recuperaron y crecieron dando como resultado un total de 208,670 kilos exportados, además durante el 2018 las exportaciones tuvieron un crecimiento promedio de 49% en comparación al año anterior; el cual no continuo ya que en 2019 las exportaciones se redujeron por segunda vez, dicha reducción fue del 60%. (Koo, 2019)

El segundo momento en donde las exportaciones cayeron fue el año 2019, según las estadísticas presentadas por Koo (2020), las exportaciones de chirimoya fresa se comprimieron considerablemente frente al año 2018, los envíos internacionales durante el 2019 cerraron en 83,294 kilos, el descenso fue de 60%. Se debe agregar que, el principal país destino en el año 2019 fue Chile, seguido por Canadá, Estados Unidos, España, Países Bajos e Italia.



**Figura 5. Principales países destino de Chirimoya fresca, 2017 - 2019**

*Nota:* Obtenido de Koo, W. (2020). Chirimoya, Guanábana Perú Exportación 2019 diciembre: <https://www.agrodataperu.com/2020/01/chirimoya-guanabana-peru-exportacion-2019-diciembre.html>

Por otro lado, continuando con las exportaciones de chirimoya, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo proporcionó vía correo electrónico, la siguiente información relacionada con las exportaciones de chirimoya:

**Tabla 5.**  
**Exportaciones de Chirimoya**

<b>Perú: Exportación de chirimoya por presentación</b> (US\$ Miles / Toneladas)					
<b>Presentación</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Valor</b>	<b>2,563</b>	<b>2,215</b>	<b>1,866</b>	<b>1,029</b>	<b>1,746</b>
Conserva	11	430	38	221	1,450
Fresco	700	1,087	365	541	255
Congelado	1,851	664	1,440	263	38
Esencia	1	34	23	4	3
<b>Volumen</b>	<b>873</b>	<b>798</b>	<b>740</b>	<b>396</b>	<b>712</b>
Conserva	2	145	10	83	593
Fresco	235	394	139	209	105
Congelado	635	256	589	104	14
Esencia	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

*Fuente:* Los datos son proporcionados por Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020)

**Tabla 6.**  
**Principales destinos de exportación**

<b>Perú: Exportación de chirimoya por destino</b> (US\$ Miles / Toneladas)					
<b>Destino</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Valor</b>	<b>2,563</b>	<b>2,215</b>	<b>1,866</b>	<b>1,029</b>	<b>1,746</b>
Chile	2,443	1,875	1,632	884	1,601
Bolivia	-	34	22	4	3
Estados Unidos	40	79	35	35	50
Canadá	39	90	73	23	28
Unión Europea	9	49	97	66	57
Otros	32	87	7	17	1
<b>Volumen</b>	<b>873</b>	<b>798</b>	<b>740</b>	<b>396</b>	<b>712</b>
Bolivia	-	3	2	0	0
Chile	844	708	674	349	662
Estados Unidos	8	19	8	8	15
Canadá	10	19	19	6	10
Unión Europea	3	19	34	27	21
Otros	8	29	2	5	0
<b>Nº de destinos</b>	<b>10</b>	<b>17</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>10</b>

*Fuente: Los datos son proporcionados por Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020)*

En base a las tablas anteriormente presentadas se concluye:

- En primer lugar, respecto a las exportaciones de chirimoya según sus diferentes presentaciones, durante el 2019 se puede apreciar que la conserva de chirimoya fue la mayor exportada tanto en valor como en volumen. Se exportó un valor de 1450 miles de dólares y respecto al volumen este fue de 593 toneladas. (Tabla 5)
- Asimismo, comparando el periodo del 2018 al 2019, se puede observar que en general las exportaciones de chirimoya aumentaron pasando de 1029 miles de dólares durante el 2018 a 1746 miles de dólares en el 2019. Sin embargo, se debe precisar que respecto a la exportación del producto fresco este tuvo una disminución, paso de exportarse 209 toneladas (2018) a 105 toneladas (2019). (Tabla 5)

- Con relación a los mercados destino, el número de países no ha aumentado en los últimos años, pasó de 13 destinos en el 2018 a 10 en el 2019. Durante el 2019, Chile es el principal país donde se envían Chirimoya, el volumen exportado a dicho país fue de 662 toneladas; seguido por la Unión Europea donde se enviaron 21 toneladas. (Tabla 6)

### 1.3. Definición de términos básicos

**Capacidad de desarrollo de productos:** Es la capacidad mediante la cual se generan un conjunto de procesos, acciones y actividades con el objetivo de crear o mejorar productos que cumplan con las expectativas del mercado.

**Capacidad de gestión:** Está relacionada con un grupo de acciones que permiten conocer las fortalezas y debilidades con el fin de desarrollar objetivos claros orientados a una posición competitiva. Asimismo, tiene relación con la planificación y administración de diferentes procesos orientados a lograr los objetivos trazados.

**Capacidad de Innovación:** Rodas y Vilca (2019) mencionan en su investigación que la capacidad de innovación hace referencia a la facilidad para convertir de forma continua el conocimiento y las ideas en nuevos productos, servicios o procesos que generen beneficios o ganancias.

**Capacidad económica y financiera:** Respecto a la capacidad económica, es para poder cubrir económicamente las operaciones relacionadas con la internacionalización del producto; del mismo modo la capacidad financiera permite conseguir financiamiento para solventar el proceso exportador. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2007)

**Capacidad estratégica:** Por medio de esta se puede desarrollar, implementar y controlar determinadas estrategias que resuelvan problemas o contribuyan a mejorar procesos.

**Capacidad tecnológica:** Está relacionada con la innovación y la tecnología, esta capacidad permite la creación e implementación de procesos y productos; de igual forma ayuda a mejorar la eficacia y da paso a la obtención de nuevos y mejores conocimientos.

**Cultura exportadora:** El Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (2015) menciona que la cultura exportadora genera que el empresario considere a la exportación como un factor fundamental para el crecimiento de la empresa, asimismo dicha cultura busca “desarrollar la capacidad de trasladar valores, forma de vida, costumbres, conocimientos y prácticas empresariales para lograr una actitud favorable a la competitividad que propicie una interacción natural con los mercados internacionales.” (p. 4)

**Disponibilidad de producto:** Hace referencia a la cantidad de producto que se encuentra disponible para ser ofertado en el mercado nacional como en el extranjero.

**Innovación:** La Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas y Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2006) propone que la innovación es la generación e incorporación de nuevos productos, productos mejorados, procesos, métodos de comercialización o de métodos organizativos.

**Oferta Exportable:** Se refiere a los productos que cuentan con las condiciones necesarias para ser exportados de forma constante, asimismo, estos deben de satisfacer los estándares de calidad internacional; se debe precisar que dentro del concepto de la oferta exportable se considera la disponibilidad de producto, la capacidad económica y de gestión.

## CAPÍTULO II

### HIPÓTESIS Y VARIABLES

Respecto a la hipótesis, Arias (2012) considera que es una presunción que manifiesta una posible relación entre dos o más variables, la cual se desarrolla para dar una respuesta tentativa a un problema de investigación.

#### **2.1. Formulación de Hipótesis Principal y Específicas**

##### **2.1.1. Hipótesis Principal**

La capacidad de innovación influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.

##### **2.1.2. Hipótesis Específicas**

- La Capacidad de desarrollo de productos influye significativamente en la Oferta Exportable de la Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.
- La cultura de capacidad de innovación influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.
- La capacidad estratégica influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.
- La capacidad tecnológica influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.

## 2.2. Variables y Definición Operacional

Como plantea Arias (2012) la definición operacional determina los indicadores que tendrá cada dimensión de la variable. En primer lugar, tomando en cuenta lo mencionado por Vicente et. al. (2015), la variable independiente capacidad de innovación, está distribuida en cuatro dimensiones; por otro lado, para la distribución de la variable dependiente oferta Exportable se tendrá en cuenta la información recabada en las bases teorías, precisando en lo mencionado por el Ministerio de Agricultura y Riego, por ende, dicha variable contará con tres dimensiones.

**Tabla 7.**  
**Variable Capacidad de Innovación**

<b>Variable Independiente: Capacidad de Innovación</b>	
Definición: Vicente et. al. (2015), dan a conocer que la capacidad de innovación se conceptualiza como la capacidad para generar nuevos productos destinados al mercado internacional, los cuales se realizan a través de la combinación de comportamientos innovadores, la capacidad estratégica y procesos tecnológicos internos.	
<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
Capacidad de desarrollo de productos	Nivel de desarrollo de productos
	Nivel de comprensión del mercado internacional
Cultura de Capacidad de Innovación	Nivel de generación de ideas y métodos
	Nivel de orientación a la innovación y a la creatividad
Capacidad estratégica	Nivel de generación de estrategias de innovación
	Nivel de implementación de estrategias de innovación
	Nivel de monitoreo de estrategias de innovación
Capacidad tecnológica	Nivel tecnológico
	Nivel de investigación y desarrollo

*Fuente: Los datos son proporcionados por Vicente et. al. (2015)*

**Tabla 8.**  
**Variable Oferta Exportable**

<b>Variable dependiente: Oferta Exportable</b>	
<p>Definición: La oferta exportable es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015, consulte párrafo 1).</p>	
<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
Disponibilidad de producto	Volúmenes exportados
Capacidad económica y financiera	Precios y costos de exportación Financiamiento
Capacidad de gestión	Cultura exportadora Requisitos de exportación Capacitaciones

*Fuente: Los datos son proporcionados Ministerio de Agricultura y Riego (s.f.)*

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En relación con el marco metodológico, Arias (2012) da a conocer que “la metodología del proyecto incluye el tipo o tipos de investigación, las técnicas y los instrumentos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación”. (p.110)

#### 3.1. Diseño Metodológico

El diseño de investigación es un plan que se lleva a cabo con el fin de poder recolectar la información requerida en una investigación y dar respuesta al planteamiento, se debe de agregar que el utilizar más de un tipo de diseño genera que se eleven los costos de la investigación. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

Referente al estudio de investigación:

- **Enfoque:** Cuantitativo, dado que permite medir la información, y porque se aplicará un cuestionario en escala de Likert con aproximadamente 53 preguntas divididas por los indicadores del estudio; tal como lo menciona Arias (2012) un estudio tendrá un enfoque cuantitativo cuando la finalidad sea describir características de un grupo empleando un cuestionario.
- **Alcance:** Explicativa, ya que específicamente se quiere analizar la influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable de la chirimoya. En relación con una investigación explicativa, Arias (2012) sostiene que un estudio explicativo a través de relaciones causa-efecto busca dar a conocer el porqué de ciertos hechos.
- **Diseño:** No experimental, debido a que no se manipularán las variables, de lo contrario solo se observarán y estudiarán los fenómenos tal y como suceden en

la realidad. Desde la perspectiva de Hernández, Fernández y Baptista (2014) la investigación no experimental es “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.” (p. 152)

- **Tipo:** Aplicada, según Arias (2012) la investigación aplicada comprende la generación de conocimientos nuevos aplicados en la solución de problemas prácticos; conforme a lo mencionado el presente estudio analizó la situación problemática con el objetivo de aplicar conocimientos científicos y poder otorgar soluciones que contribuyan positivamente a la sociedad.
- **Unidad de Análisis:** Un agricultor de chirimoya del distrito de San Mateo de Otao de la provincia de Huarochirí que labore en el proceso productivo agrícola del fruto, con miras a la exportación; conocido por Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego y el Instituto Nacional de Estadística e Informática como Productor Agropecuario.

### 3.2. Diseño Muestral

El departamento Administrativo Nacional de Estadística (2008) define al diseño muestral como la agrupación de estrategias y procedimientos orientados a la selección de una muestra de una población objeto de estudio, la cual ha de respetar un conjunto de características estadísticamente deseable. Asimismo, es un instrumento con el que se puede conocer cuáles son los individuos que son de interés para la investigación.

**Población:** Arias (2012) sostiene que la población es un grupo limitado o ilimitado de elementos con características parecidas, para los cuales se extenderán las conclusiones del estudio. Teniendo en cuenta lo mencionado, la población del estudio de investigación estará conformada por 300 agricultores de chirimoya, conocidos por el Ministerio de Desarrollo Agrario y riego como Productores/as Agropecuarios (Véase

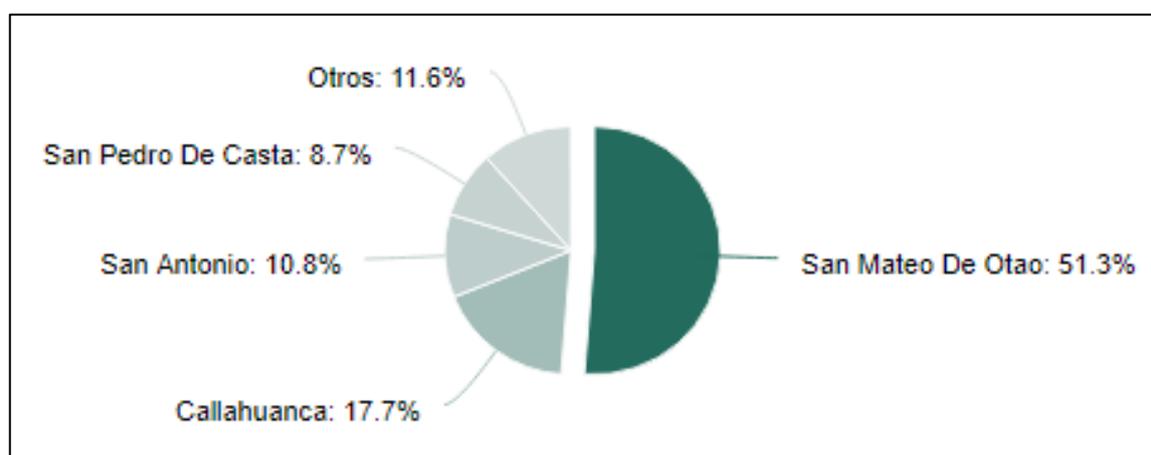
tabla 9), la locación será en el distrito de San Mateo de Otao, provincia de Huarochirí; dicha información proviene del IV Censo Nacional Agropecuario del 2012, se debe precisar que se pudo tener acceso a ella mediante solicitudes derivadas al Instituto Nacional de Estadística e Informática y al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Véase anexo V).

Es importante agregar que se eligió el distrito ya mencionado debido a que en esa área geográfica se encuentra la mayor cosecha de chirimoya en la provincia de Huarochirí un 51.3% durante el 2014 al 2019. (Véase figura 4)

**Tabla 9.**  
**Agricultores de Chirimoya**

Provincia	Distrito	Productores/as Agropecuarios con Chirimoya	Nº Parcela
Huarochirí	San Mateo de Otao	300	597

*Fuente:* Los datos son proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática y el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2020)



**Figura 6. Distribución de cosechas por distritos de la provincia de Huarochirí**

*Nota:* Obtenido de Obtenido de Ministerio de Agricultura y Riego. (2020). Chirimoya: <http://siea.minagri.gob.pe/portal/calendario/>

**Criterios de Inclusión:**

- Agricultores del distrito San Mateo de Otao, de la provincia de Huarochirí
- Personas mayores de 30 años

**Criterios de Exclusión:**

- Agricultores que no pertenezcan al distrito San Mateo de Otao, de la provincia de Huarochirí
- Personas menores de 30 años

**Muestra:** Con base en Arias (2012), se puede definir la muestra como “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p. 83). Asimismo, para poder determinar la muestra existen dos tipos de muestreo, el probabilístico o aleatorio y el no probabilístico. En base a lo expuesto anteriormente, el presente estudio utilizó el muestreo probabilístico, se les aplicó el instrumento a los agricultores pertenecientes al distrito de San Mateo de Otao.

**Nivel de Significancia:** Según Hernández et. al. (2014) es el porcentaje de riesgo a equivocarse, además cuando el investigador cuente con un 95% de confianza y 5% de riesgo que está dispuesto a correr, estará estableciendo un nivel de significancia de 0.05.

**Margen de error autor:** Arias (2012) plantea que es el error que se genera al extraer la muestra de la población, el cual se encuentra entre 1% a 5%.

En definitiva, después de lo mencionado la investigación contara con un nivel de confianza del 95% y un 5% de margen de error, puesto que no se tiene cercanía con la muestra y debido a que fue complicado obtener la información relacionada a la cantidad de agricultores. Hay que agregar también, que hay dificultades para contactar a las personas que integran la población, generando que la investigadora desconozca si las personas estarán dispuestas a responder las preguntas del instrumento. Por último, al

encontrarnos en una situación peligrosa debido al covid19, el riesgo de acceder al lugar donde se ubiquen los encuestados es mayor.

Con respecto a la investigación se aplicó la fórmula de muestreo aleatorio simple y por conglomerado, ya que es de un enfoque cuantitativo; en consecuencia, el número de agricultores a las que se les aplicó el instrumento es de 169, ubicados en el distrito de San Mateo de Otao, provincia de Huarochirí.

- Z: Nivel de confianza (95% de confianza)
- P: Probabilidad de éxito (en este caso,  $p = 0.5$ )
- Q: Probabilidad de fracaso (en este caso,  $q = 0.5$ )
- E: Margen de error 5%
- N: Población
- n: Tamaño de muestra

**Tabla 10.**  
**Formula de muestreo aleatorio**

Datos	
Z (0.975) =	1.95996
Z <sup>2</sup> =	3.841458821
N =	300
N-1 =	299
P =	0.5
Q =	0.5
E =	0.05
E <sup>2</sup> =	0.0025

Niveles de Confianza	a	Z(1-A/2)
90%	10%	Z (0.95) = 1.64485
95%	5%	Z (0.975) = 1.95996
99%	1%	Z (0.995) = 2.57583

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times Q \times N}{E^2 \times (N - 1) + Z_{1-\alpha/2}^2 \times P \times Q}$$

---

**Reemplazando valores en la fórmula**

n =	$\frac{288.1094116}{1.707864705}$	=	169
-----	-----------------------------------	---	-----

*Fuente:* Elaboración propia

### 3.3. Técnicas de Recolección de Datos

Desde la posición de Arias (2012), las técnicas de recolección de datos son las diversas formas de conseguir la información. Asimismo, los instrumentos de recolección de datos son medios por el cual se realizará la recolección y almacenamiento de la información. Específicamente respecto a la encuesta, es “una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular.” (p. 72). Por otro lado, el cuestionario es la modalidad de encuesta, debe ser llenado por el encuestado y sin que el encuestador intervenga.

Ahora bien, respecto a la Escala de Likert, Hernández et. al. (2014) establecen que el escalamiento de Likert es un grupo de ítems planteados en forma de afirmaciones, y frente a ellos los participantes deberán de reaccionar; las opciones en la escala de Likert pueden ser las siguientes; muy de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y muy en desacuerdo; entre otras.

En base a lo mencionado anteriormente respecto a las técnicas de recolección de datos, el instrumento que se utilizará para el presente estudio de investigación será el cuestionario, el cual contará con 53 preguntas, como alternativas se utilizó la escala de Likert ya definida en la parte superior, es necesario recalcar que el cuestionario se aplicará a agricultores de chirimoya del distrito de San Mateo de Otao, en consecuencia, la forma de aplicación a utilizar será directa, contactando directamente con la muestra y realizando las preguntas de forma oral.

### 3.4. Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de Información

Para realizar el procesamiento de la información recabada, Hernández et. al. (2014) considera que el SPSS, Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales, es uno de los programas más importantes para realizar el análisis de datos, el cual trabaja de manera sencilla abriendo una matriz de datos, la cual será analizada por las opciones que el investigador determine apropiadas.

A continuación, se detalla el análisis de Alfa de Cronbach del presente estudio de investigación:

- **Alfa de Cronbach:** El Grupo de Innovación Educativa de la Universidad de Valencia (2010) da a conocer que “el coeficiente Alfa de Cronbach es un modelo de consistencia interna, basado en el promedio de las correlaciones entre los ítems”. (p. 1) Por otro lado; agrega como ventaja, la viabilidad de calcular cuánto mejoraría o no la fiabilidad de la prueba si se elimina un ítem específico. Es importante señalar que el coeficiente Alfa de Cronbach según Chaves y Rodríguez (2018) se puede interpretar acorde a diferentes intervalos, los cuales tienen una valoración desde inaceptable a excelente, lo cual se puede apreciar en la siguiente tabla:

**Tabla 11.**  
**Análisis del Coeficiente Alfa de Cronbach**

Intervalo al que pertenece el Coeficiente Alfa de Cronbach	Valoración de la Fiabilidad
[ 0; 0,5 [	Inaceptable
[ 0,5; 0,6 [	Pobre
[ 0,6; 0,7 [	Débil
[ 0,7; 0,8 [	Aceptable
[ 0,8; 0,9 [	Bueno
[ 0,9; 1]	Excelente

Fuente: Los datos son proporcionados por Chaves-Barboza, E., & Rodríguez-Miranda, L. (2018). Revista Ensayos Pedagógicos: <https://doi.org/10.15359/rep.13-1.4>

En relación con el presente estudio, por medio del Alpha de Cronbach se realizó el análisis de confiabilidad obteniendo un valor de 0.907; el cual indica que las preguntas del cuestionario para evaluar las variables Capacidad de Innovación y Oferta Exportable son altamente confiables o excelentes; se debe agregar que el contenido del cuestionario se validó previamente a través del juicio de los expertos.

**Tabla 12.**  
**Estadísticas de fiabilidad de las variables**

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,907	53

*Fuente:* Elaboración propia

**Tabla 13.**  
**Estadísticas de los elementos de las variables**

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Considera usted que el producto que desarrolla se puede exportar	135,39	503,524	0,907
Cuenta usted con un plan de desarrollo de productos para la exportación	133,25	530,816	0,914
Asume usted un compromiso de innovación para el desarrollo de su producto para la exportación	134,62	491,974	0,906
Desarrolla usted productos que satisfacen las necesidades de los clientes internacionales	134,43	509,269	0,910
Considera usted indispensable conocer las necesidades de los clientes internacionales	135,03	505,159	0,909
Conoce usted los estándares internacionales para la exportación de la Chirimoya	134,09	503,619	0,908
Considera usted necesario desarrollar nuevas ideas que beneficien la exportación de la Chirimoya	135,17	508,563	0,908
Considera usted importante aplicar nuevos métodos para realizar sus actividades y operaciones de producción de la Chirimoya	134,91	496,762	0,907
Considera usted ventajoso implementar valor agregado al producto para satisfacer las exigencias del mercado internacional	135,16	523,907	0,911
Considera usted que sus objetivos están orientados hacia la innovación.	134,98	498,324	0,906
Considera usted necesaria la creatividad en la producción del producto	135,17	509,098	0,908
Considera usted necesaria la creatividad en la exportación del producto	135,38	500,007	0,905
Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto	134,31	493,697	0,906

Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la exportación del producto	133,69	475,785	0,902
Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la Chirimoya para el mercado internacional	133,54	501,601	0,907
Usted implementa estrategias de innovación para el desarrollo de su producto.	134,57	485,905	0,904
Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto	133,60	478,110	0,903
Usted implementa estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la Chirimoya para el mercado internacional	133,11	496,608	0,906
Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para el desarrollo de su producto, con el fin de asegurar la calidad	134,27	478,266	0,904
Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para la exportación de su producto, con el objetivo de asegurar la calidad	133,20	500,371	0,906
Usted monitorea y controla estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la Chirimoya para el mercado internacional	132,89	510,981	0,908
Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto	133,84	480,255	0,904
Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto	133,19	484,537	0,904
Considera usted que es importante el uso de la tecnología en los procesos de producción de la Chirimoya	134,79	502,608	0,908
Considera usted que es necesario el uso de la tecnología en el proceso de exportación de la Chirimoya	135,34	499,590	0,905
Considera usted que utilizar los medios electrónicos para la promoción internacional de la Chirimoya le otorgaría beneficios	134,55	502,732	0,909
Realiza usted actividades o proyectos de Investigación y Desarrollo para mejorar la capacidad tecnológica del proceso de producción de la Chirimoya	134,56	505,324	0,908
Realiza usted actividades o proyectos de Investigación y Desarrollo para mejorar la capacidad tecnológica del proceso de exportación de la Chirimoya	133,53	479,448	0,903
Realiza usted actividades o proyectos de Investigación y Desarrollo para mejorar la distribución de la Chirimoya	133,59	476,804	0,903
Realiza usted actividades o proyectos de Investigación y Desarrollo para mejorar el envase y embalaje de la Chirimoya para el mercado internacional	133,46	472,833	0,902
Considera usted importante contar con disponibilidad de volumen del producto para exportar	135,13	499,968	0,907
Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento que garanticen la calidad del producto	134,13	485,001	0,905
Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento adecuadas para la exportación del producto	132,95	487,311	0,904
Considera usted que tiene la capacidad de cumplir con la demanda extranjera	133,91	495,146	0,906
Considera usted que, durante el 2019, cumplió con todos los pedidos internacionales	133,56	508,566	0,909
Considera usted que los precios de exportación del producto son competitivos	135,05	509,349	0,908
Considera usted que tiene identificado los costos de la exportación de la Chirimoya	133,36	493,397	0,905

Considera usted que los costos del proceso de exportación de la Chirimoya a limitado su ingreso al mercado internacional	133,88	486,634	0,904
Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de producción del producto	134,61	498,789	0,907
Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto	133,47	475,360	0,903
Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de exportación	133,40	478,340	0,903
Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de producción	133,40	478,340	0,903
Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional	135,15	496,357	0,905
Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar la exportación de la Chirimoya	134,22	477,699	0,902
Considera usted que posee los conocimientos para realizar el proceso de exportación	134,11	473,827	0,902
Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación	134,38	483,961	0,904
Considera usted que conoce las normativas de exportación	133,85	482,181	0,904
Considera usted que cumple con las normativas de exportación	133,79	487,894	0,904
Considera usted que cuenta con los todos los permisos para realizar la exportación	133,41	473,694	0,902
Cuenta usted con los certificados de calidad del producto	134,30	502,343	0,909
Considera usted necesaria la capacitación constante en temas relacionados a la exportación	135,28	503,730	0,907
Considera usted importante la capacitación en temas relacionados con el envase y embalaje de la Chirimoya para el mercado internacional	135,20	503,829	0,908
Considera usted importante la capacitación en los estándares de la calidad del producto para exportación	135,32	505,659	0,907

*Fuente:* Elaboración propia

Por último, en el siguiente apartado se desarrolla el plan de análisis para el procesamiento de la información, y los puntos que se tocarán en ello son:

- **Prueba de Normalidad:** Romeo (2016), revela que “las pruebas de bondad de ajuste se utilizan para contrastar si los datos de la muestra pueden considerarse que proceden de una determinada distribución o modelo de probabilidad.” (p. 105) Por otro lado, el autor menciona que existen diferentes tipos de prueba de normalidad, entre ellas la Prueba de Kolmogorov – Smirnov, la cual se utiliza para comprobar si los datos de la muestra provienen de una distribución normal, además esta se utiliza para variables cuantitativas cuyo tamaño de muestra sea mayor de 50. Por otra parte, la Prueba de Normalidad Shapiro – Wilk a diferencia

de la anteriormente mencionada se utiliza cuando el tamaño de muestra es menor o igual a 50.

- **Correlación de Spearman:** Según Hernández et. al (2014), la correlación de Spearman es una medida que se utiliza para vincular de forma estadística escalas de tipo Likert.
- **Regresión lineal:** Acorde con Hernández et. al. (2014) la regresión lineal es un modelo estadístico que permite evaluar el efecto que causa una variable sobre otra.
- **Tabla de Frecuencias:** Desde el punto de vista de Guerrero, Victoria y Curieses (2007) la tabla de frecuencias está constituida por los valores y frecuencias de una variable cuantitativa, es preciso especificar que la frecuencia alude al número de repeticiones de un valor de la variable.

### 3.5. Aspectos Éticos

La Universidad de San Martín de Porres (2008), menciona que dentro de los principios éticos que deben de tener todos los miembros de la universidad se encuentra la búsqueda de la verdad; la honestidad, integridad y cumplimiento de compromisos, además de la búsqueda de la excelencia, la actitud innovadora, entre otros. Es importante agregar que el código de ética se da con el objetivo de desarrollar de forma efectiva las relaciones académicas, sociales y personales.

La presente investigación se considera ética puesto que la investigadora desarrolló el estudio con principios y valores éticos, buscando la verdad y haciendo uso de la honestidad y justicia para reconocer los trabajos de investigación pertenecientes a otros autores, de igual forma se desarrollará el trabajo de campo respetando a las personas y solicitando su participación en las encuestas de manera libre y voluntaria.

Como se menciona se respetará la autenticidad de otros trabajos de investigación como, tesis, libros, revistas, etc., los cuáles serán mencionados bajo las normas internacionales APA citando las fuentes de información. De igual modo, hay que agregar que la información se presenta de forma transparente y veraz, sin incurrir en el copiado y pegado, simultáneamente se la investigadora afirma que la información fue recabada de páginas confiables.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. Resultados de la Investigación

En el presente capítulo se presentan y detallan los resultados obtenidos, los cuales se sustentan en la aplicación de un cuestionario, a los agricultores de chirimoya del distrito de San Mateo de Otao, localizado en la provincia de Huarochirí. En primera instancia se realizó una prueba piloto con 20 agricultores, para comprobar que existe una aceptación de las preguntas del instrumento, frente a una buena aceptación se continuó con el recojo de información a la muestra, teniendo finalmente 183 agricultores encuestados.

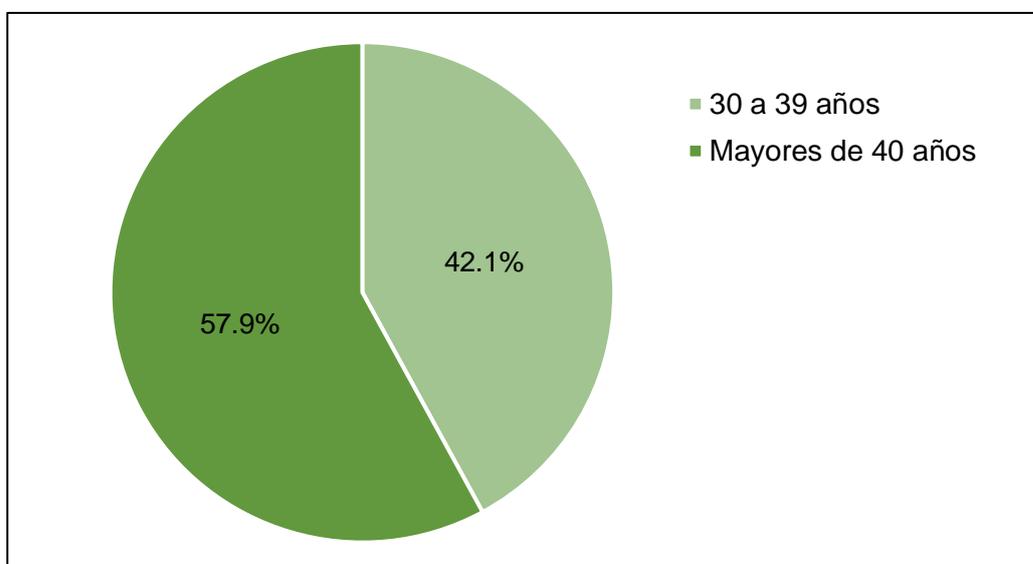
Para realizar la recopilación de datos, se viajó a los diferentes anexos pertenecientes al distrito de San Mateo de Otao, entre ellos Cumbe, Lanca, Otao, entre otros; de igual forma para poder tener acceso a los agricultores se escogió como días principales de aplicación de los cuestionarios, los jueves y domingos, debido a que en dichos días los agricultores realizan la actividad conocida como “pago de papeleta”, donde se reúnen de 6 am a 9 am en zonas determinadas, para poder realizar el pago de agua, inscripción de parcelas o recojo de trampas para la mosca de fruta.

En cuanto a la participación de los agricultores, al principio fue complicado tener acceso a ellos, sin embargo, para poder tener un mayor alcance se realizaron varios viajes a la zona con el fin de alcanzar a completar la muestra. Es importante precisar, que hubo varios agricultores dispuestos a colaborar y responder de forma eficaz, uno de ellos fue el presidente del comité distrital de sanidad.

#### 4.1.1. Descripción de la muestra

La muestra de la presente investigación fueron 183 agricultores de chirimoya del distrito de San Mateo de Otao, a quienes se les aplicó un cuestionado conformado por 53 preguntas en escala de Likert. Se debe precisar, que si bien se planteó una muestra de 169 agricultores se pudo tener acceso a un número mayor.

Por otro lado, como se muestra en la figura 5 de los 183 encuestados el 57.9% de estos son mayores de 40 años, y el 42.1% se encuentra en el rango de 30 a 39 años; dicha información es importante ya que uno de los criterios de inclusión es que los agricultores deben ser mayores de 30 años.



**Figura 7. Edad de la muestra**

*Nota:* Elaboración propia

Asimismo, respecto al análisis estadístico descriptivo, este se realizó para la totalidad de las preguntas que se elaboraron para el cuestionario, el cual como ya se ha mencionado anteriormente se aplicó a 183 agricultores de Chirimoya del distrito de San Mateo de Otao, Huarochirí. Se emplearon como datos la suma de las respuestas obtenidas por cada pregunta. Su posterior análisis, desde luego, se presenta acorde a la variable independiente y dependiente respectivamente. En ese sentido, se muestra

en la tabla 14, los estadísticos descriptivos más importantes como la media, la mediana, la varianza, desviación estándar, el mínimo y máximo que permiten representar y describir las variables de forma clara y resumida.

**Tabla 14.**  
**Información descriptiva de las variables.**

		<b>Estadístico</b>	<b>Desv. Error</b>
VI: Capacidad de Innovación	Media	76,3005	0,88589
	Mediana	78,0000	
	Varianza	143,618	
	Desv. Desviación	11,98407	
	Mínimo	51,00	
	Máximo	122,00	
VD: Oferta Exportable	Media	60,4973	0,92244
	Mediana	62,0000	
	Varianza	155,713	
	Desv. Desviación	12,47850	
	Mínimo	33,00	
	Máximo	84,00	

*Fuente:* Elaboración propia

#### 4.1.2. Resultados la variable Capacidad de Innovación

##### A. Dimensión capacidad de desarrollo de productos

**Tabla 15.**

**Pregunta 1: Considera usted que el producto que desarrolla se puede exportar**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	124	67,8	67,8	67,8
	De acuerdo	51	27,9	27,9	95,6
	En desacuerdo	8	4,4	4,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente:* Elaboración propia

Según la tabla 15, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao; un 67.8% de éstos está totalmente de acuerdo que el producto que está desarrollando se puede exportar, asimismo, un 27.9% estaría de acuerdo; sin embargo, 4.4% de ellos está en desacuerdo con la afirmación planteada.

**Tabla 16.**

**Pregunta 2: Cuenta usted con un plan de desarrollo de productos para la exportación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	10	5,5	5,5	5,5
	De acuerdo	15	8,2	8,2	13,7
	Indeciso	77	42,1	42,1	55,7
	En desacuerdo	27	14,8	14,8	70,5
	Totalmente en desacuerdo	54	29,5	29,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente:* Elaboración propia

Según la tabla 16, del 100% de agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao encuestados, un 42.1% está indeciso con la siguiente afirmación: cuenta usted con un plan de desarrollo de productos para la exportación, un 29.5% está totalmente en desacuerdo, asimismo un 14.8% de agricultores se encuentra en desacuerdo. A su

vez, el 8.2% está de acuerdo respecto con la afirmación planteada, de igual forma un 5.5% está totalmente de acuerdo con lo señalado.

**Tabla 17.**

**Pregunta 3: Asume usted un compromiso de innovación para el desarrollo de su producto para la exportación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	79	43,2	43,2	43,2
	De acuerdo	17	9,3	9,3	52,5
	Indeciso	70	38,3	38,3	90,7
	En desacuerdo	9	4,9	4,9	95,6
	Totalmente en desacuerdo	8	4,4	4,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 17, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao; el 43.2% está totalmente de acuerdo que asume un compromiso de innovación para el desarrollo de su producto para la exportación; por otro lado, el 38.3% de los encuestados manifestó estar indeciso con la afirmación señalada. Distinto del 9.3% que se encuentra de acuerdo; por último, un 4.9% de los agricultores está en desacuerdo con lo mencionado, al igual que el 4.4% que está totalmente en desacuerdo.

**Tabla 18.****Pregunta 4: Desarrolla usted productos que satisfacen las necesidades de los clientes internacionales**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	67	36,6	36,6	36,6
	De acuerdo	23	12,6	12,6	49,2
	Indeciso	52	28,4	28,4	77,6
	En desacuerdo	41	22,4	22,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 18, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao; un 36.6% está totalmente de acuerdo que los productos que desarrolla satisfacen las necesidades de los clientes internacionales, sin embargo, un 28.4% se encuentra indeciso. Por otra parte, un 22.4% está en desacuerdo; no obstante, un 12.6% de agricultores manifiesta estar de acuerdo con la afirmación señalada.

**Tabla 19.****Pregunta 5: Considera usted indispensable conocer las necesidades de los clientes internacionales**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	101	55,2	55,2	55,2
	De acuerdo	48	26,2	26,2	81,4
	Indeciso	16	8,7	8,7	90,2
	En desacuerdo	11	6,0	6,0	96,2
	Totalmente en desacuerdo	7	3,8	3,8	100,0
<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 19, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao; un 55.2% de éstos se encuentra totalmente de acuerdo que es indispensable conocer las necesidades de los clientes internacionales, del mismo modo

un 26.2% se encuentra de acuerdo con lo mencionado; sin embargo, un 8.7% está indeciso. Por otra parte, un 6% está en desacuerdo con la afirmación señalada, asimismo un 3.8% está totalmente en desacuerdo.

**Tabla 20.**

**Pregunta 6: Conoce usted los estándares internacionales para la exportación de la chirimoya**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Totalmente de acuerdo	28	15,3	15,3	15,3
	De acuerdo	56	30,6	30,6	45,9
	Indeciso	53	29,0	29,0	74,9
	En desacuerdo	33	18,0	18,0	92,9
	Totalmente en desacuerdo	13	7,1	7,1	100,0
<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 20, del total de agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao encuestados, un 30.6% está de acuerdo que conoce los estándares internacionales para la exportación de la chirimoya, a su vez, un 29% se encuentra indeciso referente a la afirmación señalada. Por otro lado, un 18% de los agricultores está en desacuerdo, en cuanto a un 15.3% de los encuestados está totalmente de acuerdo. Finalmente, solo el 7.1% de éstos se encuentra totalmente en desacuerdo.

## B. Dimensión cultura de capacidad de innovación

**Tabla 21.**

**Pregunta 7: Considera usted necesario desarrollar nuevas ideas que beneficien la exportación de la chirimoya**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	86	47,0	47,0	47,0
	De acuerdo	80	43,7	43,7	90,7
	Indeciso	17	9,3	9,3	100,0
<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 21, del 100% de agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao encuestados el 47% de éstos se encuentra totalmente de acuerdo en que es necesario desarrollar nuevas ideas que beneficien la exportación de la Chirimoya, del mismo modo un 43.7% se encuentra de acuerdo y solo el 9.3% está indeciso.

**Tabla 22.**

**Pregunta 8: Considera usted importante aplicar nuevos métodos para realizar sus actividades y operaciones de producción de la chirimoya**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	91	49,7	49,7	49,7
	De acuerdo	49	26,8	26,8	76,5
	Indeciso	16	8,7	8,7	85,2
	En desacuerdo	27	14,8	14,8	100,0
<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 22, del total de agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao encuestados, un 49.7% señaló estar totalmente de acuerdo que es importante aplicar nuevos métodos para realizar sus actividades y operaciones de producción de la Chirimoya; un 26.8% está de acuerdo con lo mencionado. Sin embargo, el 8.7% de encuestados está indeciso y el 14.8% de agricultores señalaron estar en desacuerdo.

**Tabla 23.**

**Pregunta 9: Considera usted ventajoso implementar valor agregado al producto para satisfacer las exigencias del mercado internacional.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	104	56,8	56,8	56,8
	De acuerdo	42	23,0	23,0	79,8
	Indeciso	37	20,2	20,2	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 23, del 100% de agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao encuestados, un 56.8% manifestó estar totalmente de acuerdo en considerar ventajoso implementar valor agregado al producto para satisfacer las exigencias del mercado internacional, de igual forma el 23% señaló estar de acuerdo con la afirmación; no obstante, un 20.2% de los agricultores está indeciso.

**Tabla 24.**

**Pregunta 10: Considera usted que sus objetivos están orientados hacia la innovación.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	86	47,0	47,0	47,0
	De acuerdo	55	30,1	30,1	77,0
	Indeciso	32	17,5	17,5	94,5
	En desacuerdo	10	5,5	5,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 24, del total de agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, un 47% está totalmente de acuerdo que sus objetivos están orientados hacia la innovación, además un 30.1% indicó que está de acuerdo con lo señalado. A diferencia del 17.5% de agricultores que señaló estar indeciso, el 5.5% manifestó estar en desacuerdo en considerar que sus objetivos están orientados hacia la innovación.

**Tabla 25.**  
**Pregunta 11: Considera usted necesaria la creatividad en la producción del producto.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	87	47,5	47,5	47,5
	De acuerdo	77	42,1	42,1	89,6
	Indeciso	19	10,4	10,4	100,0
<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 25, del total de agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao encuestados, el 47.5% está totalmente de acuerdo que es necesaria la creatividad en la producción del producto, del mismo modo el 42.1% está de acuerdo con la afirmación señalada. Sin embargo, el 10.4% de agricultores señalo estar indeciso.

**Tabla 26.**  
**Pregunta 12: Considera usted necesaria la creatividad en la exportación del producto**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	107	58,5	58,5	58,5
	De acuerdo	76	41,5	41,5	100,0
<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 26, del 100% de agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, un 58.5% está totalmente de acuerdo que es necesaria la creatividad en la exportación del producto, al mismo tiempo el 41.5% señaló estar de acuerdo con la afirmación planteada.

### C. Dimensión capacidad estratégica

**Tabla 27.**

**Pregunta 13: Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	33	18,0	18,0	18,0
	De acuerdo	69	37,7	37,7	55,7
	Indeciso	49	26,8	26,8	82,5
	En desacuerdo	22	12,0	12,0	94,5
	Totalmente en desacuerdo	10	5,5	5,5	100,0
<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 27, del total de agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao que participaron del estudio, un 37.7% está de acuerdo que planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto, sin embargo, un 26.8% está indeciso con lo señalado. No obstante, el 18% está totalmente de acuerdo, por el contrario, el 12% está en desacuerdo con la afirmación mencionada, al igual que el 5.5% que señaló estar totalmente en desacuerdo.

**Tabla 28.**

**Pregunta 14: Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la exportación del producto**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	27	14,8	14,8	14,8
	De acuerdo	16	8,7	8,7	23,5
	Indeciso	61	33,3	33,3	56,8
	En desacuerdo	69	37,7	37,7	94,5
	Totalmente en desacuerdo	10	5,5	5,5	100,0
<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 28, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, un 37.7% indico estar en desacuerdo que planifica y diseña estrategias de innovación para la exportación del producto; sin embargo, el 33.3% está indeciso con

lo señalado, por el contrario, el 14.8% está totalmente de acuerdo. Asimismo, el 8.7% de los agricultores está de acuerdo, pero el 5.5% está totalmente en desacuerdo.

**Tabla 29.**

**Pregunta 15: Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la Chirimoya para el mercado internacional**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	6	3,3	3,3	3,3
	De acuerdo	12	6,6	6,6	9,8
	Indeciso	105	57,4	57,4	67,2
	En desacuerdo	49	26,8	26,8	94,0
	Totalmente en desacuerdo	11	6,0	6,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 29, de un total de 183 agricultores de chirimoya de San Mateo de Otao, un 57.4% manifestó estar indeciso que planifica y diseña estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la chirimoya para el mercado internacional, además un 26.8% está en desacuerdo, por el contrario, el 6.6% está de acuerdo con la afirmación indicada. Finalmente, el 6% de los encuestados está totalmente en desacuerdo, sin embargo, el 3.3% se mostró totalmente de acuerdo.

**Tabla 30.****Pregunta 16: Usted implementa estrategias de innovación para el desarrollo de su producto.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	60	32,8	32,8	32,8
	De acuerdo	55	30,1	30,1	62,8
	Indeciso	47	25,7	25,7	88,5
	En desacuerdo	9	4,9	4,9	93,4
	Totalmente en desacuerdo	12	6,6	6,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 30, del 100% de agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao que participaron en el estudio, el 32.8% está totalmente de acuerdo que implementa estrategias de innovación para el desarrollo de su producto, del mismo modo el 30.1% indicó estar de acuerdo; sin embargo, el 25.7% de encuestados se mostró indeciso. En cuanto al 6.6% de agricultores éstos están totalmente en desacuerdo con lo señalado, asimismo el 4.9% está en desacuerdo.

**Tabla 31.****Pregunta 17: Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	27	14,8	14,8	14,8
	De acuerdo	7	3,8	3,8	18,6
	Indeciso	72	39,3	39,3	57,9
	En desacuerdo	56	30,6	30,6	88,5
	Totalmente en desacuerdo	21	11,5	11,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 31, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, un 39.3% está indeciso que implementa estrategias de innovación para

la exportación del producto, asimismo, el 30.6% está en desacuerdo frente a la afirmación señalada. Sin embargo, el 14.8% está totalmente de acuerdo, por el contrario, el 11.5% se encuentra totalmente en desacuerdo. Por último, el 3.8% de agricultores encuestados está de acuerdo.

**Tabla 32.**

**Pregunta 18: Usted implementa estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la chirimoya para el mercado internacional**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	De acuerdo	9	4,9	4,9	4,9
	Indeciso	76	41,5	41,5	46,4
	En desacuerdo	62	33,9	33,9	80,3
	Totalmente en desacuerdo	36	19,7	19,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 32, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, un 41.5% se encuentra indeciso frente a la afirmación: usted implementa estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la chirimoya para el mercado internacional. Por otra parte, el 33.9% está en desacuerdo con lo señalado, asimismo el 19.7% está totalmente en desacuerdo; por el contrario, solo el 4.9% de agricultores está de acuerdo.

**Tabla 33.**

**Pregunta 19: Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para el desarrollo de su producto, con el fin de asegurar la calidad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	50	27,3	27,3	27,3
	De acuerdo	56	30,6	30,6	57,9
	Indeciso	29	15,8	15,8	73,8
	En desacuerdo	27	14,8	14,8	88,5
	Totalmente en desacuerdo	21	11,5	11,5	100,0
<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 33, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, el 30.6% está de acuerdo que monitorea y controla las estrategias de innovación para el desarrollo de su producto, con el fin de asegurar la calidad, de igual forma el 27.3% manifestó estar totalmente de acuerdo con lo señalado, sin embargo, el 15.8% se mostró indeciso. Por otra parte, el 14.8% de agricultores está en desacuerdo, asimismo el 11.5% de éstos está totalmente en desacuerdo.

**Tabla 34.**

**Pregunta 20: Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para la exportación de su producto, con el objetivo de asegurar la calidad.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	12	6,6	6,6	6,6
	Indeciso	77	42,1	42,1	48,6
	En desacuerdo	67	36,6	36,6	85,2
	Totalmente en desacuerdo	27	14,8	14,8	100,0
<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 34, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, el 42.1% está indeciso que monitorea y controla las estrategias de innovación para la exportación de su producto, con el objetivo de asegurar la calidad,

en contraste a ello el 36.6% está en desacuerdo, además el 14.8% está totalmente en desacuerdo con lo señalado. Por el contrario, solo el 6.6% indico estar de acuerdo.

**Tabla 35.**

**Pregunta 21: Usted monitorea y controla estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la chirimoya para el mercado internacional**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	51	27,9	27,9	27,9
	En desacuerdo	97	53,0	53,0	80,9
	Totalmente en desacuerdo	35	19,1	19,1	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 35, de un total de 183 agricultores de chirimoya de San Mateo de Otao, un 53% indicó estar en desacuerdo que monitorea y controla estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la chirimoya para el mercado internacional, sin embargo, el 27.9% manifestó estar indeciso, por último, el 19.1% de agricultores está totalmente en desacuerdo.

#### D. Dimensión capacidad tecnológica

**Tabla 36.**

**Pregunta 22: Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	37	20,2	20,2	20,2
	De acuerdo	39	21,3	21,3	41,5
	Indeciso	29	15,8	15,8	57,4
	En desacuerdo	51	27,9	27,9	85,2
	Totalmente en desacuerdo	27	14,8	14,8	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 36, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, un 27.9% está en desacuerdo que cuente con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto, por el contrario, el 21.3% señaló estar de acuerdo con

el igual que el 20.2% que indicó estar totalmente de acuerdo. Finalmente, el 15.8% de agricultores está indeciso frente a lo señalado, pero el 14.8% está totalmente en desacuerdo.

**Tabla 37.**

**Pregunta 23: Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	19	10,4	10,4	10,4
	De acuerdo	9	4,9	4,9	15,3
	Indeciso	43	23,5	23,5	38,8
	En desacuerdo	65	35,5	35,5	74,3
	Totalmente en desacuerdo	47	25,7	25,7	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 37, de un total de 183 agricultores de chirimoya de San Mateo de Otao, un 35.5% está en desacuerdo que tiene capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto, del mismo modo el 25.7% está totalmente en desacuerdo con lo señalado, y el 23.5% se encuentra indeciso. En contraste, el 10.4% de encuestados está totalmente de acuerdo, asimismo el 4.9% está de acuerdo.

**Tabla 38.**

**Pregunta 24 Considera usted que es importante el uso de la tecnología en los procesos de producción de la Chirimoya.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	69	37,7	37,7	37,7
	De acuerdo	66	36,1	36,1	73,8
	Indeciso	25	13,7	13,7	87,4
	En desacuerdo	23	12,6	12,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 38, de un total de 183 agricultores de chirimoya de San Mateo de Otao, un 37.7% está totalmente de acuerdo que es importante el uso de la tecnología en los procesos de producción de la chirimoya, al igual que el 36.1% que se mostró de

acuerdo. Sin embargo, el 13.7% indicó estar indeciso, a su vez, el 12.6% de agricultores está en desacuerdo.

**Tabla 39.**

**Pregunta 25: Considera usted que es necesario el uso de la tecnología en el proceso de exportación de la Chirimoya.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	103	56,3	56,3	56,3
	De acuerdo	77	42,1	42,1	98,4
	Indeciso	3	1,6	1,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 39, del 100% de agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao encuestados, el 56.3% manifestó estar totalmente de acuerdo que es necesario el uso de la tecnología en el proceso de exportación de la chirimoya, asimismo, el 42.1% indicó estar de acuerdo, sin embargo, el 1.6% de los agricultores está indeciso frente a lo señalado.

**Tabla 40.**

**Pregunta 26: Considera usted que utilizar los medios electrónicos para la promoción internacional de la Chirimoya le otorgaría beneficios.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	67	36,6	36,6	36,6
	De acuerdo	54	29,5	29,5	66,1
	Indeciso	25	13,7	13,7	79,8
	En desacuerdo	24	13,1	13,1	92,9
	Totalmente en desacuerdo	13	7,1	7,1	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 40, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, un 36.6% está totalmente de acuerdo que utilizar los medios electrónicos para la promoción internacional de la chirimoya le otorgaría beneficios, de igual forma el 29.5% indicó estar de acuerdo con lo señalado. No obstante, el 13.7% de

encuestados se mostró indeciso, a su vez el 13.1% de agricultores está en desacuerdo, asimismo el 7.1% señaló estar totalmente en desacuerdo.

**Tabla 41.**

**Pregunta 27: Realiza usted actividades o proyectos de Investigación y Desarrollo para mejorar la capacidad tecnológica del proceso de producción de la chirimoya.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	32	17,5	17,5	17,5
	De acuerdo	84	45,9	45,9	63,4
	Indeciso	63	34,4	34,4	97,8
	Totalmente en desacuerdo	4	2,2	2,2	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 41, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, un 45.9% está de acuerdo que realiza actividades o proyectos de investigación y desarrollo para mejorar la capacidad tecnológica del proceso de producción de la chirimoya, pero el 34.4% de éstos se mostró indeciso. No obstante, el 17.5% de encuestados está totalmente de acuerdo con lo señalado, por el contrario, solo el 2.2% se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 42.**

**Pregunta 28: Realiza usted actividades o proyectos de investigación y desarrollo para mejorar la capacidad tecnológica del proceso de exportación de la chirimoya.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	21	11,5	11,5	11,5
	De acuerdo	18	9,8	9,8	21,3
	Indeciso	63	34,4	34,4	55,7
	En desacuerdo	53	29,0	29,0	84,7
	Totalmente en desacuerdo	28	15,3	15,3	100,0
<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 42, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, un 34.4% está indeciso que realice actividades o proyectos de

investigación y desarrollo para mejorar la capacidad tecnología del proceso de exportación de la Chirimoya, a su vez el 29% de agricultores está en desacuerdo con lo señalado, de igual modo el 15.3% está totalmente en desacuerdo. En contraste, el 11.5% de agricultores está totalmente de acuerdo, asimismo, el 9.8% está de acuerdo.

**Tabla 43.**

**Pregunta 29: Realiza usted actividades o proyectos de Investigación y Desarrollo para mejorar la distribución de la Chirimoya.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	27	14,8	14,8	14,8
	De acuerdo	19	10,4	10,4	25,1
	Indeciso	55	30,1	30,1	55,2
	En desacuerdo	53	29,0	29,0	84,2
	Totalmente en desacuerdo	29	15,8	15,8	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 43, de un total de 183, un 30.1% está indeciso frente al hecho de realizar actividades o proyectos de investigación y desarrollo para mejorar la distribución de la chirimoya, no obstante, el 29% está en desacuerdo con lo señalado, además el 15.8% indicó estar totalmente en desacuerdo. Por el contrario, el 14.8% de agricultores está totalmente de acuerdo, de igual forma el 10.4% señaló estar de acuerdo.

**Tabla 44.**

**Pregunta 30: Realiza usted actividades o proyectos de investigación y desarrollo para mejorar el envase y embalaje de la chirimoya para el mercado internacional**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Totalmente de acuerdo	27	14,8	14,8	14,8
	De acuerdo	11	6,0	6,0	20,8
	Indeciso	48	26,2	26,2	47,0
	En desacuerdo	68	37,2	37,2	84,2
	Totalmente en desacuerdo	29	15,8	15,8	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 44, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, un 37.2% está en desacuerdo que realizar actividades o proyectos de investigación y desarrollo para mejorar el envase y embalaje de la chirimoya para el mercado internacional, sin embargo, el 26.2% de éstos está indeciso, por otra parte, el 15.8% de agricultores señaló estar totalmente en desacuerdo. Finalmente, y en contraste, el 14.8% de encuestados indicó estas totalmente de acuerdo y el 6% señaló estar de acuerdo.

#### 4.1.3. Resultados de la variable Oferta Exportable

##### A. Dimensión disponibilidad de producto

Tabla 45.

**Pregunta 31: Considera usted importante contar con disponibilidad de volumen del producto para exportar.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	102	55,7	55,7	55,7
	De acuerdo	51	27,9	27,9	83,6
	Indeciso	21	11,5	11,5	95,1
	En desacuerdo	6	3,3	3,3	98,4
	Totalmente en desacuerdo	3	1,6	1,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 45, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao; un 55.7% de los encuestados está totalmente de acuerdo que es importante contar con disponibilidad de volumen del producto para exportar, en relación con ello el 27.9% está de acuerdo; sin embargo, el 11.5% se mostró indeciso frente a la afirmación señalada. Por otra parte, el 3.3% de agricultores indicó estar en desacuerdo y solo el 1.6% se encuentra totalmente en desacuerdo.

Tabla 46.

**Pregunta 32: Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento que garanticen la calidad del producto.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	47	25,7	25,7	25,7
	De acuerdo	33	18,0	18,0	43,7
	Indeciso	45	24,6	24,6	68,3
	En desacuerdo	49	26,8	26,8	95,1
	Totalmente en desacuerdo	9	4,9	4,9	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 46, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao; un 26.8% está en desacuerdo respecto a que cuenta con las condiciones de almacenamiento que garanticen la calidad del producto, en contraste el

25.7% está totalmente de acuerdo con la afirmación mencionada, sin embargo, el 24.6% se mostró indeciso. En cuanto al 18% de agricultores, estos están de acuerdo que poseen las condiciones de almacenamiento que garanticen la calidad del producto, por el contrario, el 4.9% de estos está totalmente en desacuerdo.

**Tabla 47.**

**Pregunta 33: Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento adecuadas para la exportación del producto.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	20	10,9	10,9	10,9
	Indeciso	48	26,2	26,2	37,2
	En desacuerdo	55	30,1	30,1	67,2
	Totalmente en desacuerdo	60	32,8	32,8	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 47, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao; un 32.8% está totalmente en desacuerdo que cuenta con las condiciones de almacenamiento adecuadas para la exportación del producto, asimismo el 30.1% está en desacuerdo. Sin embargo, el 26.2% se mostró indeciso, por el contrario, solo el 10.9% señaló estar de acuerdo con la afirmación planteada.

**Tabla 48. Pregunta 34: Considera usted que tiene la capacidad de cumplir con la demanda extranjera.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	16	8,7	8,7	8,7
	De acuerdo	39	21,3	21,3	30,1
	Indeciso	78	42,6	42,6	72,7
	En desacuerdo	50	27,3	27,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 48, del 100% de agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao que participaron en el estudio; un 42.6% señaló estar indeciso frente a que tiene la capacidad de cumplir con la demanda extranjera, en el mismo contexto el 27.3%

señaló estar en desacuerdo con lo planteado. En contraste, el 21.3% indicó estar de acuerdo que posee la capacidad de cumplir con la demanda internacional, de igual forma el 8.7% de agricultores está totalmente de acuerdo.

**Tabla 49.**

**Pregunta 35: Considera usted que, durante el 2019, cumplió con todos los pedidos internacionales.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	11	6,0	6,0	6,0
	De acuerdo	23	12,6	12,6	18,6
	Indeciso	73	39,9	39,9	58,5
	En desacuerdo	64	35,0	35,0	93,4
	Totalmente en desacuerdo	12	6,6	6,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 49, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao; un 39.9% de éstos señalo estar indeciso que, durante el 2019, cumplió con todos los pedidos internacionales, en cuanto al 35% indicó estar en desacuerdo, sin embargo, el 12.6% está de acuerdo con la afirmación planteada. Por otra parte, el 6.6% se mostró totalmente en desacuerdo que, durante el 2019, cumplió con todos los pedidos internacionales, por el contrario, el 6% mencionó estar totalmente de acuerdo.

## B. Dimensión capacidad económica y financiera

**Tabla 50.**

**Pregunta 36: Considera usted que los precios de exportación del producto son competitivos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	50	27,3	27,3	27,3
	De acuerdo	130	71,0	71,0	98,4
	Indeciso	3	1,6	1,6	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 50, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao; el 71% está de acuerdo que los precios de exportación del producto son competitivos, asimismo, el 27.3% está totalmente de acuerdo, solo el 1.6% se mostró indeciso.

**Tabla 51.**

**Pregunta 37: Considera usted que tiene identificado los costos de la exportación de la Chirimoya.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	15	8,2	8,2	8,2
	Indeciso	101	55,2	55,2	63,4
	En desacuerdo	39	21,3	21,3	84,7
	Totalmente en desacuerdo	28	15,3	15,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 51, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao; el 55.2% está indeciso que tiene identificado los costos de la exportación de la chirimoya, además el 21.3% está en desacuerdo al igual que el 15.3% de agricultores que está totalmente en desacuerdo con lo planteado. Por el contrario, solo el 8.2% está de acuerdo con la afirmación indicada.

**Tabla 52.**

**Pregunta 38: Considera usted que los costos del proceso de exportación de la chirimoya a limitado su ingreso al mercado internacional.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	15	8,2	8,2	8,2
	De acuerdo	32	17,5	17,5	25,7
	Indeciso	92	50,3	50,3	76,0
	En desacuerdo	41	22,4	22,4	98,4
	Totalmente en desacuerdo	3	1,6	1,6	100,0
<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 52, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao; el 50.3% está indeciso que los costos del proceso de exportación de la chirimoya a limitado su ingreso al mercado internacional, sin embargo, el 22.4% está en desacuerdo, mientras que el 17.5% de éstos está de acuerdo. Por otro lado, el 8.2% se encuentra totalmente de acuerdo que los costos del proceso de exportación a limitado su ingreso al extranjero, distinto del 1.6% que está totalmente en desacuerdo con ello.

**Tabla 53.**

**Pregunta 39: Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de producción del producto.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	54	29,5	29,5	29,5
	De acuerdo	76	41,5	41,5	71,0
	Indeciso	17	9,3	9,3	80,3
	En desacuerdo	36	19,7	19,7	100,0
<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 53, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao; un 41.5% está de acuerdo que su capital le permite cubrir los costos de producción del producto, de igual forma el 29.5% está totalmente de acuerdo con lo señalado. En cambio, el 19.7% está en desacuerdo con la afirmación planteada y solo el 9.3% está indeciso.

**Tabla 54.**

**Pregunta 40: Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	27	14,8	14,8	14,8
	De acuerdo	29	15,8	15,8	30,6
	Indeciso	26	14,2	14,2	44,8
	En desacuerdo	59	32,2	32,2	77,0
	Totalmente en desacuerdo	42	23,0	23,0	100,0
	<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 54, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, el 32.2% está en desacuerdo que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto, a su vez, el 23% se encuentra totalmente en desacuerdo. Por el contrario, el 15.8% se encuentra de acuerdo con lo planteado, al igual que el 14.8% que manifestó estar totalmente de acuerdo, mientras que el 14.2% de agricultores está indeciso.

**Tabla 55.**

**Pregunta 41: Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de exportación.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	20	10,9	10,9	10,9
	Indeciso	91	49,7	49,7	60,7
	En desacuerdo	31	16,9	16,9	77,6
	Totalmente en desacuerdo	41	22,4	22,4	100,0
	<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 55, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, un 49.7% está indeciso frente a la afirmación de contar con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de exportación, asimismo, el 22.4% está totalmente en desacuerdo, al igual que el 16.9% que manifestó estar en desacuerdo. Finalmente, solo el 10.9% de los agricultores indico estar totalmente de acuerdo.

Tabla 56.

**Pregunta 42: Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de producción.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	20	10,9	10,9	10,9
	Indeciso	91	49,7	49,7	60,7
	En desacuerdo	31	16,9	16,9	77,6
	Totalmente en desacuerdo	41	22,4	22,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 56, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, el 49.7% señaló estar indeciso que cuenta con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de producción, por otro lado, el 22.4% manifestó estar totalmente en desacuerdo y el 16.9% se mostró en desacuerdo con la afirmación planteada. Por el contrario, el 10.9% de agricultores está totalmente de acuerdo.

### C. Dimensión capacidad de gestión

Tabla 57.

**Pregunta 43: Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	80	43,7	43,7	43,7
	De acuerdo	88	48,1	48,1	91,8
	Indeciso	14	7,7	7,7	99,5
	En desacuerdo	1	,5	,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 57, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, un 48.1% está de acuerdo que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional, de manera similar el 43.7% está totalmente de acuerdo, en contraste el 7.7% indicó estar indeciso; finalmente, solo el 0.5% de agricultores está en desacuerdo con lo planteado.

**Tabla 58.**

**Pregunta 44: Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar la exportación de la chirimoya.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	34	18,6	18,6	18,6
	De acuerdo	59	32,2	32,2	50,8
	Indeciso	52	28,4	28,4	79,2
	En desacuerdo	26	14,2	14,2	93,4
	Totalmente en desacuerdo	12	6,6	6,6	100,0
	<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 58, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, el 32.2% está de acuerdo que cuenta con habilidades y capacidades para realizar la exportación de la chirimoya, en cambio el 28.4% indicó estar indeciso. Sin embargo, el 18.6% de encuestados está totalmente de acuerdo con la afirmación señalada, en contraste con el 14.2% que está en desacuerdo y el 6.6% que se encuentra totalmente en desacuerdo.

**Tabla 59.**

**Pregunta 45: Considera usted que posee los conocimientos para realizar el proceso de exportación.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	34	18,6	18,6	18,6
	De acuerdo	48	26,2	26,2	44,8
	Indeciso	56	30,6	30,6	75,4
	En desacuerdo	32	17,5	17,5	92,9
	Totalmente en desacuerdo	13	7,1	7,1	100,0
	<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 59, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao un 30.6% está indeciso frente a considerar que posee los conocimientos para realizar el proceso de exportación, a diferencia del 26.2% que está de acuerdo y el

18.6% que está totalmente de acuerdo. Por el contrario, el 17.5% de agricultores está en desacuerdo, al igual que el 7.1% que está totalmente en desacuerdo.

**Tabla 60.**

**Pregunta 46: Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	54	29,5	29,5	29,5
	De acuerdo	39	21,3	21,3	50,8
	Indeciso	49	26,8	26,8	77,6
	En desacuerdo	41	22,4	22,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 60, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, el 29.5% está totalmente de acuerdo que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación, diferente del 26.8% que se mostró indeciso. Por otro lado, el 22.4% de encuestados está en desacuerdo, en contraste con el 21.3% que está de acuerdo.

**Tabla 61.**

**Pregunta 47: Considera usted que conoce las normativas de exportación.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	27	14,8	14,8	14,8
	De acuerdo	27	14,8	14,8	29,5
	Indeciso	84	45,9	45,9	75,4
	En desacuerdo	19	10,4	10,4	85,8
	Totalmente en desacuerdo	26	14,2	14,2	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 61, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, un 45.9% está indeciso frente a considerar que conoce las normativas de exportación, a su vez, el 14.8% indicó estar totalmente de acuerdo, del mismo modo otro 14.8% de agricultores indico estar de acuerdo. Por otra parte, el 14.2% señaló estar

totalmente en desacuerdo con la afirmación planteada, algo similar ocurre con el 10.4% que indicó estar en desacuerdo.

**Tabla 62.**

**Pregunta 48: Considera usted que cumple con las normativas de exportación.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	8	4,4	4,4	4,4
	De acuerdo	50	27,3	27,3	31,7
	Indeciso	83	45,4	45,4	77,0
	En desacuerdo	16	8,7	8,7	85,8
	Totalmente en desacuerdo	26	14,2	14,2	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 62, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao un 45.4% se mostró indeciso a que cumple con las normativas de exportación, asimismo, el 27.3% está de acuerdo con lo planteado, en contraste con el 14.2% que señaló estar totalmente en desacuerdo. Además, el 8.7% de agricultores está en desacuerdo y solo el 4.4% está totalmente de acuerdo con la afirmación.

**Tabla 63.**

**Pregunta 49: Considera usted que cuenta con los todos los permisos para realizar la exportación.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	20	10,9	10,9	10,9
	De acuerdo	11	6,0	6,0	16,9
	Indeciso	61	33,3	33,3	50,3
	En desacuerdo	60	32,8	32,8	83,1
	Totalmente en desacuerdo	31	16,9	16,9	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 63, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao el 33.3% está indeciso que cuenta con los todos los permisos para realizar la exportación, el 32.8% manifestó estar en desacuerdo con la afirmación, similar al 16.9% que indicó estar totalmente en desacuerdo. Por el contrario, el 10.9%

de agricultores está totalmente de acuerdo y el 6% está de acuerdo con la afirmación planteada.

**Tabla 64.**

**Pregunta 50: Cuenta usted con los certificados de calidad del producto.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	52	28,4	28,4	28,4
	De acuerdo	56	30,6	30,6	59,0
	Indeciso	16	8,7	8,7	67,8
	En desacuerdo	50	27,3	27,3	95,1
	Totalmente en desacuerdo	9	4,9	4,9	100,0
	<b>Total</b>		<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 64, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao, un 30.6% está de acuerdo que cuenta con los certificados de calidad del producto, además el 28.4% está totalmente de acuerdo con lo mencionado, no obstante, el 27.3% está en desacuerdo. Finalmente, el 8.7% está indeciso y el 4.9% se mostró totalmente en desacuerdo.

**Tabla 65.**

**Pregunta 51: Considera usted necesaria la capacitación constante en temas relacionados a la exportación.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	110	60,1	60,1	60,1
	De acuerdo	62	33,9	33,9	94,0
	En desacuerdo	11	6,0	6,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 65, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao un 60.1% está totalmente de acuerdo que es necesaria la capacitación constante en temas relacionados a la exportación, al igual que el 33.9% que está de acuerdo con ello; en cambio el 6% que señaló estar en desacuerdo.

**Tabla 66.**

**Pregunta 52: Considera usted importante la capacitación en temas relacionados con el envase y embalaje de la chirimoya para el mercado internacional.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	111	60,7	60,7	60,7
	De acuerdo	53	29,0	29,0	89,6
	En desacuerdo	19	10,4	10,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 66, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao el 60.7% está totalmente de acuerdo que es importante la capacitación en temas relacionados con el envase y embalaje de la chirimoya para el mercado internacional, al igual que el 29% que está de acuerdo; mientras que el 10.4% indicó estar en desacuerdo.

**Tabla 67.**

**Pregunta 53: Considera usted importante la capacitación en los estándares de la calidad del producto para exportación.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	104	56,8	56,8	56,8
	De acuerdo	71	38,8	38,8	95,6
	Indeciso	8	4,4	4,4	100,0
	<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente: Elaboración propia*

Según la tabla 67, de un total de 183 agricultores de chirimoya del distrito San Mateo de Otao el 56.8% está totalmente de acuerdo que es importante la capacitación en los estándares de la calidad del producto para exportación, parecido al 38.8% que está de acuerdo, por el contrario, el 4.4% manifestó estar indeciso.

## 4.2. Estadística inferencial

### 4.2.1. Prueba de normalidad

Se utilizó la prueba de normalidad Kolmogorov – Smirnov, debido a que el tamaño de la muestra es mayor de 50, además con el fin de conocer si la distribución de los resultados es paramétrica o no paramétrica, y así poder definir la prueba de correlación a realizar.

**Tabla 68.**  
**Prueba de normalidad**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
VI: Capacidad de Innovación	0,109	183	0,000
VD: Oferta Exportable	0,150	183	0,000

*Fuente:* Elaboración propia

Se obtuvo como resultado que el nivel de significancia es menor a 0.05, por ende, se rechaza la hipótesis nula, y se concluye que los datos de la muestra no se distribuyen de manera normal; como consecuencia, se realizará la prueba de correlación de Spearman.

### 4.2.2. Correlación Rho Spearman

La prueba de correlación Rho Spearman, se utilizó con el objetivo de dar respuesta si existe o no una relación entre las variables del estudio. Ahora bien, se determinó utilizar esta prueba debido a que la distribución fue no normal, como se aprecia en la parte superior en la prueba de normalidad; dicho de otra manera, dado que los datos no se distribuyen de manera normal lo más óptimo es trabajar con la prueba de Rho Spearman.

**Tabla 69.**  
**Rho de Spearman de las variables del estudio**

		VI: Capacidad de Innovación	VD: Oferta Exportable
Rho de Spearman	VI: Capacidad de Innovación	1,000	0,607**
		Sig. (bilateral)	0,000
	VD: Oferta Exportable	0,607**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Fuente:* Elaboración propia

Después de aplicada la prueba de Rho de Spearman se dio a conocer cómo se observa en la tabla 69, la existencia de una relación directa positiva entre la variable independiente capacidad de innovación y la variable dependiente oferta exportable, ya que el nivel de significancia es 0.000. Asimismo, el coeficiente de correlación fue de 0.607 lo cual confirma la alta relación de forma positiva entre las variables, dando a conocer que cuando una aumenta la otra incrementará también.

#### 4.2.3. Contrastación de las hipótesis

##### A. Contrastación hipótesis principal

La Capacidad de Innovación influye significativamente en la Oferta Exportable de la chirimoya en el distrito de San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.

**Tabla 70.**  
**Rho de Spearman de la hipótesis principal**

			VD: Oferta Exportable
Rho de Spearman	VI: Capacidad de Innovación	Coeficiente de correlación	0,607**
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	183

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: *Elaboración propia*

Como se aprecia en la tabla 70, el coeficiente de correlación es de 0.607, con un valor de significancia de  $0.000 < 0.05$ . Frente a ello se determina que existe una relación directa positiva entre las variables, esto quiere decir que la capacidad de innovación si influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en el distrito de San Mateo de Otao; en consecuencia, cuando aumente la capacidad de innovación, entonces la oferta exportable también aumentará.

## B. Contratación hipótesis derivadas

### Primera hipótesis derivada:

La capacidad de desarrollo de productos influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.

**Tabla 71.**  
**Rho de Spearman de la primera hipótesis derivada**

			VD: Oferta Exportable
Rho de Spearman	D1VI: Capacidad de desarrollo de productos	Coeficiente de correlación	0,120
		Sig. (bilateral)	0,105
		N	183

*Fuente: Elaboración propia*

Como se aprecia en la tabla 71, el coeficiente de correlación es de 0.120, con un valor de significancia de  $0.105 > 0.05$ . Frente a ello se concluye que la capacidad de desarrollo de productos no influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao.

### Segunda hipótesis derivada:

La cultura de capacidad de Innovación influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.

**Tabla 72.**  
**Rho de Spearman de la segunda hipótesis derivada**

			VD: Oferta Exportable
Rho de Spearman	D2VI: Cultura de Capacidad de innovación	Coeficiente de correlación	0,244**
		Sig. (bilateral)	0,001
		N	183

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Fuente: Elaboración propia*

Como se observa en la tabla 72, el coeficiente de correlación es de 0.244, con un valor de significancia de  $0.001 < 0.05$ . En definitiva, se concluye que la cultura de capacidad de innovación si influye significativamente en la oferta exportable de la Chirimoya en San Mateo de Otao

**Tercera hipótesis derivada:**

La capacidad estratégica influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en san Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.

**Tabla 73.**  
**Rho de Spearman de la tercera hipótesis derivada**

			VD: Oferta Exportable
Rho de Spearman	D3VI: Capacidad estratégica	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	0,646** 0,000 183

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: *Elaboración propia*

Como se muestra en la tabla 73, el coeficiente de correlación es de 0.646, con un valor de significancia de  $0.000 < 0.05$ . Por lo cual, se concluye que la capacidad estratégica si influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao.

**Cuarta hipótesis derivada:**

La capacidad tecnológica influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.

**Tabla 74.**  
**Rho de Spearman de la cuarta hipótesis derivada**

			VD: Oferta Exportable
Rho de Spearman	D4VI: Capacidad tecnológica	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	0,412** 0,000 183

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: *Elaboración propia*

Como se puede ver en la tabla 74, el coeficiente de correlación es de 0.412, con un valor de significancia de  $0.000 < 0.05$ . Por lo cual, se concluye que la capacidad tecnológica si influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao.

#### 4.2.4. Modelo de regresión lineal

La función de una regresión lineal simple es adecuada para modelar una relación entre una variable dependiente y una independiente. Ahora bien, en base a la relación encontrada mediante la correlación de Rho Spearman, ya que ésta resultó ser significativa, se procedió a realizar la estimación del modelo de regresión lineal, con el fin de explicar el comportamiento de la variable dependiente oferta exportable, a partir de otra variable independiente capacidad de innovación, ya que éstas dos variables se comprobó que están relacionadas, en ese sentido, no nos vamos a centrar en el modelo matemático que hay detrás sino en la utilidad de ésta, asimismo, de los primeros resultados que obtendremos desde éste primer modelo base.

**Tabla 75.**  
**Resumen del modelo b**

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0,713 <sup>a</sup>	0,508	0,505	8,77687

a. Predictores: (Constante), VI: Capacidad de Innovación

b. Variable dependiente: VD: Oferta Exportable

Fuente: *Elaboración propia*

Como se aprecia en la tabla 75, el coeficiente de determinación (R cuadrado) o medida de bondad del ajuste determina la calidad del modelo para replicar los resultados y la proporción de variación de los resultados que puede explicarse por el modelo, ya que la capacidad explicativa de un modelo es mayor cuanto más elevado sea el valor que tome este coeficiente. En nuestro caso el coeficiente de determinación es 0.508 o 50.8%, de lo que se deduce que aproximadamente el 51% de la oferta exportable es explicada por la capacidad de innovación.

**Tabla 76.**  
**Coefficientes a**

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	Bg	Desv. Error	Beta		
1 (Constante)	3,871	4,193		0,923	0,357
VI: Capacidad de Innovación	0,742	0,054	0,713	13,67	,000

a. Variable dependiente: VD: Oferta Exportable

Fuente: *Elaboración propia*

Por otro lado, en la tabla 76 se muestran los coeficientes  $\beta_0=3.871$  y  $\beta_1=0.742$

Si el modelo se replicaría, la recta estimada sería:

$$\text{Oferta exportable} = 3.871 + 0.742 * \text{Capacidad de Innovación}$$

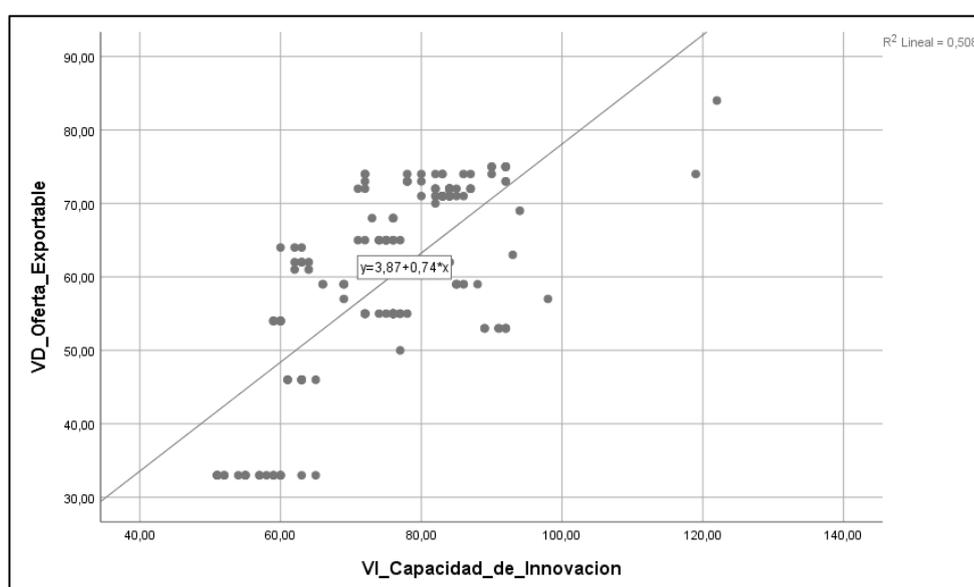
Frente a lo señalado, el modelo de regresión lineal simple tiene la siguiente interpretación, por cada unidad que incrementa la capacidad de innovación, la oferta exportable aumenta en promedio 0.742 unidades. De igual forma la “t” cuyo valor es 0.923, al estar cercano al uno verifica la relación positiva entre las variables, asimismo, la significancia es de 0.000, lo cual también valida la influencia de la variable independiente en la dependiente.

En consecuencia, la variable capacidad de innovación si tiene una capacidad predictiva para explicar la variable objetivo (oferta exportable).

A continuación, se detallan los cinco supuestos a cumplirse para desarrollar la regresión lineal, los cuales son linealidad, normalidad, homocedasticidad, autocorrelación y los valores atípicos, teniendo en cuenta que estos comprueban que los residuos deben de cumplir ciertas condiciones para que el modelo sea factible y replicable.

- **Linealidad:** En la siguiente figura se puede apreciar que en promedio las respuestas se aproximan a un comportamiento lineal, la gran mayoría de puntos se observan cercanos a la línea trazada, el coeficiente de linealidad lo da a conocer el R cuadrado lineal e indica que es 0.508.

Frente a ello y a pesar de la presencia de casos atípicos, se puede generar un modelo de regresión lineal con las variables capacidad de innovación y oferta exportable; por lo que se concluye que el supuesto de linealidad es aceptable.



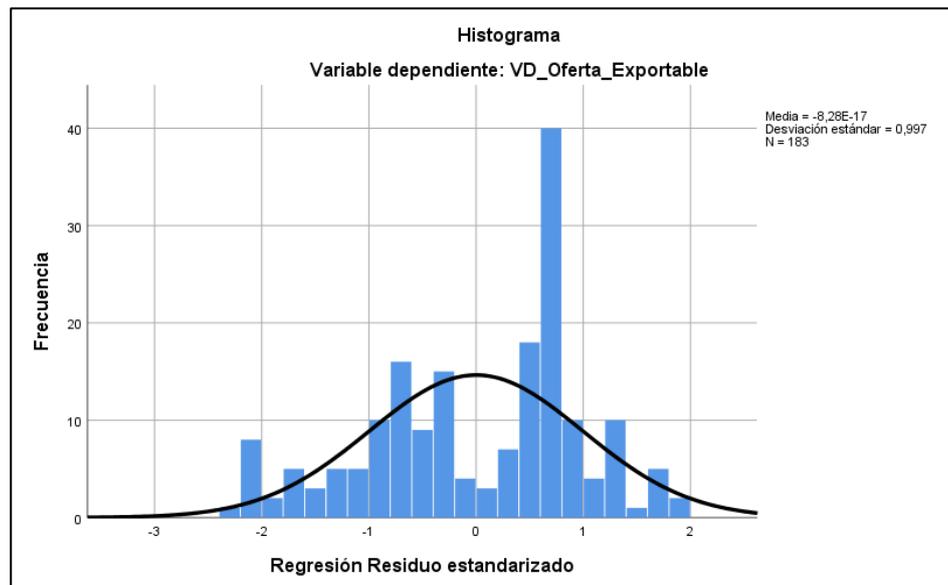
**Figura 8. Gráfico de linealidad**

*Nota: Elaboración propia*

- **Normalidad:** Es preciso detallar que este supuesto se explica a partir de los residuos del modelo de regresión, con ello se utilizó el gráfico de Histograma y del gráfico P-P normal para poder mostrar los resultados.

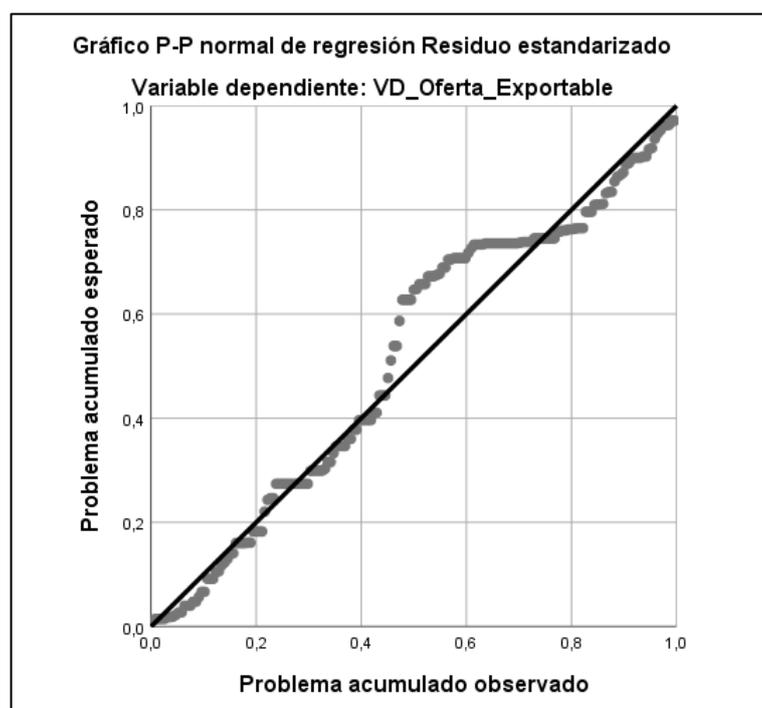
En primer lugar, como se muestra en la figura 9, la gran mayoría de los datos se encuentran dentro de la curva normal, a pesar de algunas pocas excepciones, las cuales se deben a la presencia de valores atípicos. En el caso de la figura 10, esta corrobora que la gran mayoría de valores residuales se encuentran

cercanos a los cuantiles normales. Frente a lo mencionado se concluye la aproximación de los valores residuales del modelo de regresión a la de una distribución normal, y con ello se acepta el supuesto.



**Figura 9. Histograma**

*Nota: Elaboración propia*

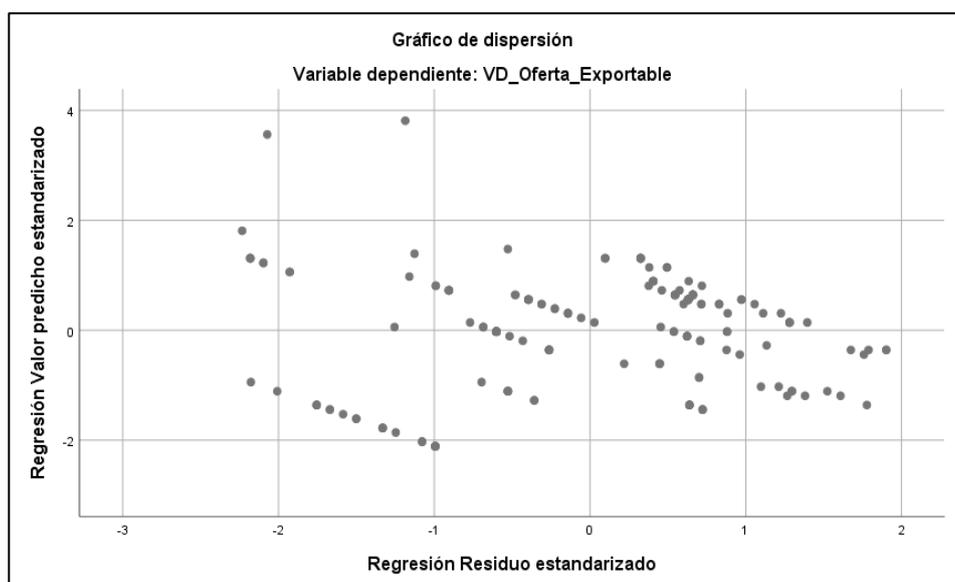


**Figura 10. Gráfico P-P normal**

*Nota: Elaboración propia*

- **Homocedasticidad:** El siguiente supuesto se halla a partir de los residuales del modelo de regresión, y se grafica por medio del gráfico de dispersión o de variabilidad.

Como se muestra en la figura 11, la mayoría de los valores residuales se concentran dentro de la franja de  $-2$  a  $2$ , asimismo, existen algunas pocas excepciones fuera de dicha franja, los cuales se deben a presencia de los valores atípicos, pero a pesar de ello, se puede concluir que la varianza de los residuos del modelo de regresión lineal está presentando varianza constante, por lo tanto, se cumple el supuesto.



**Figura 11. Gráfico de dispersión**

*Nota: Elaboración propia*

- **Autocorrelación:** El siguiente supuesto está ligado al tiempo, e igual que los dos anteriores se explica a partir de los residuos del modelo de regresión lineal.

Como se aprecia en la tabla 77, el valor de Durbin-Watson es de 2,101 el cual es próximo a 2 lo cual refleja que no hay presencia de autocorrelación, con ello se cumple el supuesto de no autocorrelación, ya que los residuales del modelo son independientes, y se procede a aceptar el supuesto.

**Tabla 77.**  
**Durbin-Watson**

Modelo	Durbin-Watson
1	2,101

*Fuente: Elaboración propia*

- **Valores atípicos y alta influencia:** Como se ha visto en los gráficos anteriores hay presencia de residuales atípicos, sin embargo, estos no son significativos para el modelo, esto se entiende que la exclusión de estos valores no afectará el ajuste del modelo de manera notable, ya que son pocos y no todos los atípicos tienen porque ser influyentes. Asimismo, se debe señalar que obviamente si se retiran los valores atípicos, el presente modelo de regresión mejoraría, pero a pesar de ello podemos inferir que las observaciones con la presencia de estos pocos atípicos se ajustan bien un modelo de regresión lineal.

Finalmente, después de presentar los supuestos detalladamente y con la aceptación de que todos ellos se satisfacen, se puede concluir que el modelo de regresión lineal es factible y viable para el estudio desarrollado.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 5.1. Discusión de resultados

En este capítulo se muestra la discusión de resultados al estudiar la influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021; investigación que se llevó a cabo bajo el enfoque cuantitativo, de alcance explicativo no experimental, cuya muestra fueron 183 agricultores de chirimoya a los que se les aplicó un cuestionario comprendido por 53 preguntas, todo ello con el objetivo de encontrar una influencia entre las variables.

#### **Hipótesis Principal:**

**La capacidad de innovación influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en el distrito de San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.**

A partir del procesamiento de las respuestas de los encuestados, se determinó que, si existe una influencia significativa de la capacidad de innovación debida a que el coeficiente de correlación arrojó un resultado de 0.607 con un valor de significancia de 0.000, lo cual aprueba la hipótesis planteada. Estos resultados coinciden con los resultados obtenidos por Gonzales (2019), al igual que los hallazgos de Uyar y Oralhan (2017), en donde existe una relación positiva de la capacidad de innovación en el desempeño exportador, ya que los resultados del análisis de correlación fueron de fue de 0.629.

Frente a lo mencionado se demuestra una relación muy significativa entre las variables, ya que la capacidad de innovación permite que los agricultores mejoren el desarrollo de sus productos, sus habilidades estratégicas, estén más orientados al

cambio, a la generación de ideas y puedan acceder a la tecnología, lo cual se verá reflejado en el incremento de la productividad. Del mismo modo que, obtendrían beneficios que les permitan desarrollar productos acordes con los estándares internacionales, ya que por medio de la capacidad de innovación incrementarían la investigación y desarrollo, lo cual facilitará la generación de una oferta exportable de calidad, que les permita cumplir con la demanda extranjera, posibilitando una mayor satisfacción, y competitividad.

Si bien es cierto, los agricultores de San Mateo de Otao se encuentran rezagados en cuanto a la mejora de su oferta exportable, esto se debe a que todavía no poseen una capacidad de innovación fuerte, faltan barreras que derribar como el miedo a la innovación, la falta de inversión, de capacitaciones o de investigación que mejoren sus procesos, al igual que la dependencia de intermediarios para concretar la exportación del producto.

#### **Hipótesis Específica 1:**

**La capacidad de desarrollo de productos influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.**

A continuación, conforme a las encuestas aplicadas, se determinó que, la capacidad de desarrollo de productos no influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya, puesto que el nivel de significancia fue de 0.105; dicho resultado mantiene una discrepancia con la investigación de Vicente et. al. (2015), ya que estos señalan que la capacidad de desarrollo tiene una fuerte influencia positiva que permite mejorar las exportaciones, ofertando productos acordes a los requisitos internacionales. Es así como los resultados mantienen una disconformidad debido a diferentes factores, en primer lugar, el estudio de Vicente et al., se realizó en Portugal

en el sector manufactura, asimismo, se enfocaron en pequeñas y medianas empresas; a diferencia de la presente investigación que se enfoca en agricultores.

Otros factores que no permitieron la similitud están relacionados con el desarrollo del producto, ya que se observó que la producción actual de algunos agricultores de chirimoya no está del todo orientada a la innovación, dado que suelen utilizar un método tradicional para la obtención del producto; de igual forma hay agricultores que no son capaces de generar de forma rápida diversos productos que satisfagan la demanda internacional, no hay una fácil adaptación al cambio, además del desconocimiento de los requisitos necesarios y de los estándares de calidad para la exportación, lo cual afecta al desarrollo de la oferta exportable.

#### **Hipótesis Específica 2:**

**La cultura de capacidad de Innovación influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.**

Después del procesamiento de información, los resultados arrojaron que, si existe una influencia de la cultura de capacidad de innovación en la oferta exportable de la Chirimoya, teniendo como resultado que el coeficiente de correlación fue de 0.244, con un valor de significancia de 0.001; algo similar ocurre en el estudio de Rodas y Vilca (2019), cuyos resultados fueron de un  $r$  igual a 0.772; se aprecia que en dicho estudio la influencia de sus variables es más fuerte, lo cual se puede deber al producto en el que basaron el estudio.

Asimismo, es preciso señalar que los resultados de la presente investigación reflejaron que una gran parte de agricultores están orientados a la búsqueda de nuevos métodos o ideas que mejoren el producto, a su vez, cuentan con la ayuda de entidades e ingenieros agrónomos, que permiten orientan sus objetivos a la innovación, y con ello aumente su receptividad al cambio y a la toma de riesgos, se ha de detallar que la cultura

de capacidad de innovación de los agricultores se encuentran en crecimiento, y a pesar de tener obstáculos que limiten la mejora e incremento de su producción consideran de gran importancia la implementación de la creatividad. Por lo que, cuando se logre aumentar la cultura de innovación, podrán aprovechar nuevas oportunidades, ofreciendo y desarrollando de forma rápida productos que aumenten la oferta exportable de la Chirimoya.

### **Hipótesis Específica 3:**

**La capacidad estratégica influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.**

A partir del procesamiento de las respuestas brindadas por los encuestados, se determinó que, la capacidad estratégica tiene una influencia altamente significativa en la oferta exportable de la chirimoya, puesto que los resultados fueron un coeficiente de correlación de 0.646 y un nivel de significancia de 0.000, al igual que la investigación de Vicente et. al. (2015) la cual determino que la capacidad estratégica influye en el desempeño exportador.

En contexto a los agricultores de San Mateo de Otao, cuando sean capaces de planificar, implementar y controlar las estrategias orientadas a la innovación se podrá alcanzar con éxito el aumento de la oferta del producto. Asimismo, por medio de estrategias de innovación podrán mejorar su competitividad, formulando estrategias innovadoras direccionadas a desarrollar productos de calidad, con los estándares y certificaciones demandadas por los mercados internacionales, de igual forma generalmente estos en su gran mayoría implementan estrategias innovadoras, más no las planifican ni las monitorean; ya que suelen utilizar las estrategias brindadas por entes como Senasa, el Instituto Nacional de Innovación Agraria o Agrorural.

**Hipótesis Especifica 4:**

**La capacidad tecnológica influye significativamente en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.**

En cuanto a la hipótesis planteada, se pudo aprobar la existencia de la influencia positiva y significativa de la capacidad tecnología en la oferta exportable de la chirimoya, dado que el resultado que se obtuvo fue un coeficiente de correlación de 0.412 con una significancia de 0.000. Lo cual concuerda con los hallazgos de la investigación de Rodas y Vilca (2019), obteniendo como resultado un coeficiente de correlación de 0.4064, similar al resultado del presente estudio.

Por ello, cuando se aumente el uso de la tecnología y a la realización de actividades de investigación y desarrollo, se mejoran los procesos productivos y la exportación, con ello aumenta el rendimiento de la oferta exportable del producto, además facilitando la adaptación a las tendencias de los mercados internacionales. De igual forma, es preciso señalar que los agricultores, consideran relevante el uso de la tecnología para la optimización e incremento de la producción, si bien es cierto ellos carecen de tecnología, si la tuvieran el alcance a ella, lograrían facilitar la producción y comercialización internacional de la chirimoya.

## CONCLUSIONES

Después de haber procesado y analizado en detalle los resultados obtenidos en la investigación, se concluye que:

- En conclusión, la capacidad de innovación influye en la oferta exportable de la chirimoya, debido a que se pudo validar la influencia positiva entre ellas, dado que para mejorar la oferta exportable del fruto y aumentar sus exportaciones se deberá de aumentar los siguientes indicadores; como el nivel de desarrollo de productos, la comprensión del mercado internacional, el aumento en la generación de ideas, al igual que el desarrollo, implementación y monitoreo de estrategias de innovación, sin dejar de lado la inversión y la mejora del nivel tecnológico de los agricultores.
- Se concluye que, la capacidad de desarrollo de productos no influye en la oferta exportable de la chirimoya, debido a la falta de rapidez para la elaboración, gestión y lanzamiento de nuevos productos para la exportación, ya que el 42.1% de agricultores se mostró indeciso frente a contar con un plan de desarrollo de productos para la exportación, a pesar de que el 43.2% estuvo totalmente de acuerdo en que asumen un compromiso con la innovación, hay falta de inversión y desconocimiento en temas relacionados a la exportación directa, ya que la gran mayoría cuentan con un intermediario que realice dicho proceso. Además, solo el 30.6% conoce de estándares internacionales, muchos otros consideran lo consideran importante, pero desconocen de ello.
- Por otro lado, la cultura de capacidad de innovación influye significativamente en la oferta exportable de la Chirimoya, debido a que un buen porcentaje de los agricultores se muestran abiertos a la creatividad, a la implementación de ideas, así como a la innovación; sin embargo, a pesar de contar con el interés para

mejorar sus actitudes, acciones y operaciones innovadoras, no cuentan con el suficiente apoyo para llevar a cabo, las nuevas ideas o procesos que van aprendiendo o investigando.

- De igual forma, la capacidad estratégica influye en la oferta exportable de la Chirimoya, se dio a conocer que los agricultores implementan a sus procesos productivo estrategias innovadoras, sin embargo, no suelen desarrollarlas y monitoréalas, esto se debe a que ocasionalmente cuentan con la ayuda de entidades que por medio de capacitaciones o charlas les brindan las herramientas necesarias para que puedan implementar de manera adecuada estrategias innovadoras, un ejemplo de esto, fue mejoras en la poda y en la polinización del fruto. Siendo así que cuando se aumente la capacidad estratégica por medio de los esfuerzos innovadores y la inversión se podrá visualizar resultados positivos en la oferta exportable de la fruta.
- Finalmente, la capacidad tecnológica influye positivamente en la oferta exportable de la chirimoya, dado que, con el aumento en los conocimientos técnicos, uso de la tecnología en los procesos, al igual que con el aumento en investigación y desarrollo, los agricultores producirán productos de alta calidad capaces de cumplir con los requisitos de los países destino. Asimismo, se visualiza una capacidad tecnológica baja, sin embargo, los agricultores señalan que es realmente necesario el uso de la tecnología para la exportación, ya que por medio de esta el producto podrá preservar su calidad hasta llegar a manos del consumidor final. Por otra parte, a pesar de que el 45.9% de agricultores se mostró de acuerdo en que realizan actividades de investigación y desarrollo en la producción, estas no se ponen en práctica por falta de capital económico.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los agricultores que, para lograr una correcta capacidad de innovación, se requiere que aumenten y mejoren diversos aspectos como la apertura a la implementación de estrategias, procesos o ideas innovadoras, la facilidad al cambio constante en pro de brindar más opciones que satisfagan a los clientes, el contar con los estándares y certificaciones requeridas, al igual que el cambio o modernización de procesos productivos, entre otros; con ello podrán ser capaces de mejorar la oferta exportable de la chirimoya.

En relación con lo antes mencionado, es importante el estudio de las variables de la presente investigación, no solo para aumentar el conocimiento en ellas, sino para poner en práctica lo aprendido y con ello mejorar la productividad y competitividad de la producción y de las exportaciones. De igual forma, los agricultores deberían tomar contacto con diversos programas y entidades, como el Instituto Nacional de Innovación Agraria o el Sistema Nacional de Innovación Agraria, el Concytec, PromPerú, Sierra y Selva Exportadora, el programa de Desarrollo Productivo Agrario Rural (AgroRural) o el Midagri, entre otros; con el objetivo de buscar ser capacitados y apoyados en los temas que desconozcan.

- Por otro lado, a pesar de que en el presente estudio la capacidad de desarrollo de productos no influye significativamente en la oferta exportable, hay investigaciones que demuestran lo contrario, es por ello que se recomienda realizar planes relacionados con la creación de productos con valor agregado, como la harina o la pulpa de Chirimoya, los cuales tendrían una buena aceptación en los mercados internacionales, ya que la Chirimoya se encuentra dentro de los principales super alimentos o “Super Food”. Se pueden desarrollar opciones de mejoras en las diversas presentaciones del producto, específicamente la harina de Chirimoya podría ser una oportunidad de

diferenciación ya que no es muy comercializada. Es recomendable promover el desarrollo del producto de forma orgánica, investigar formas de producción a través de las buenas prácticas o del comercio sostenible, y la investigación de los estándares internacionales de los diferentes mercados.

- Por consiguiente, respecto a la cultura de capacidad de innovación se recomienda que profesionales, expertos o entidades apoyen a los agricultores de Chirimoya del distrito de San Mateo de Otao para que puedan llevar a cabo, las nuevas ideas o procesos que estos van investigando, brindar capacitaciones o charlas relacionadas a la innovación sería beneficioso para que los agricultores sigan desarrollando una cultura orientada a la creatividad; eliminen el conformismo existente por parte de un porcentaje de agricultores, reduzcan el miedo a la toma de riesgos y al cambio en los procesos.
- Por otra parte, para mejorar la capacidad estratégica, importante que los agricultores desarrollen estrategias innovadoras en base a los problemas que les impiden mejorar la oferta exportable de la chirimoya, dichas estrategias deben de estar direccionadas a dar solución y a aumentar la innovación en sus procesos. Por otro lado, es importante el monitoreo de estas, ya que se podrá conocer en qué medida las estrategias aplicadas están funcionando adecuadamente o en que están fallando, para poder mejorarlas o cambiarlas. Se recomienda a entidades públicas o privadas la inversión económica, en el distrito de San Mateo de Otao para que la implementación de estrategias innovadoras se realice de forma efectiva.
- Finalmente, se recomienda la inversión en capacidad tecnológica, a través de maquinarias que mejoren la producción, contribuyan con el almacenamiento adecuado del producto y la exportación de este. Al igual que es recomendado aumentar las actividades investigación y desarrollo para mejorar el proceso

productivo orientándolo hacia la producción orgánica, o destinadas a aumentar las exportaciones del producto abarcando nuevos mercados.

Además, los profesionales o futuros profesionales podrían realizar investigaciones orientadas en los agricultores de San Mateo de Otao, como por ejemplo realizar planes de negocios que propicien las exportaciones de Chirimoya en diversas presentaciones y hacia diferentes mercados internacionales.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Agencia Peruana de Noticias Andina. (5 de Noviembre de 2020). Agroexportaciones peruanas crecieron 3.4% entre enero y setiembre. Lima, Lima, Perú. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de <https://andina.pe/agencia/noticia-agroexportaciones-peruanas-crecieron-34-entre-enero-y-setiembre-820475.aspx>
- Aguirre, L., & Olivares, T. (2020). *Elementos de la oferta exportable que influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014 al 2018*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado el 1 de Mayo de 2021, de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/651667/Aguirre\\_GL.pdf?sequence=3](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/651667/Aguirre_GL.pdf?sequence=3)
- Andina Agencia Peruana de Noticias. (11 de Julio de 2015). Productores de chirimoya de Huarochirí realizarán primera exportación a Canadá. Lima, Lima, Perú. Recuperado el 20 de Febrero de 2021, de <https://andina.pe/agencia/noticia-productores-chirimoya-huarochiri-realizaran-primera-exportacion-a-canada-565137.aspx>
- Arce, K., & Condor, T. (2019). *Análisis situacional de la oferta exportable para el proceso de exportación de la Asociación de productores de maca de la provincia de Junín – Perú*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado el 4 de Mayo de 2021, de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625791/Arce\\_ck.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625791/Arce_ck.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica* (Sexta ed.). Caracas, Venezuela: Episteme. Recuperado el 19 de Diciembre de 2020
- Ávila, J. (2006). *Economía*. Jalisco, Mexico: Umbral. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de <https://books.google.com.pe/books?id=0KksqC7ymJcC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Business Empresarial. (25 de Noviembre de 2018). ¿Cómo medir la capacidad de innovación en la empresa? Lima, Perú. Recuperado el 1 de Mayo de 2021, de <http://www.businessempresarial.com.pe/como-medir-la-capacidad-de-innovacion-en-la-empresa/>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (Marzo de 2012). Guía Exportadora. Lima, Perú. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/Pecex/lecturas\\_complementarias/10\\_ExportandoPaso\\_paso.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/lecturas_complementarias/10_ExportandoPaso_paso.pdf)
- Congreso de la Republica. (23 de Julio de 2000). Ley Marco de Sanidad Agraria. Lima, Perú. Recuperado el 11 de Diciembre de 2020, de [https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/herramientas/organizaciones/dgpa/agroin\\_nor3.pdf](https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/herramientas/organizaciones/dgpa/agroin_nor3.pdf)
- Cornell University, INSEAD, World Intellectual Property Organization. (2020). *Global Innovation Index 2020*. Recuperado el Marzo de 3 de 2021
- Daga, W. (29 de Mayo de 2013). Capacitación INIA Chirimoya. *Agencia Agraria de Noticias*. (A. Torres, Entrevistador) Recuperado el 20 de Febrero de 2021, de [https://www.youtube.com/watch?v=Dw59rymD7As&feature=emb\\_title](https://www.youtube.com/watch?v=Dw59rymD7As&feature=emb_title)
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2008). *Metodología Diseño Muestral Encuesta de Consumo Cultural*. Bogota. Recuperado el 19 de Diciembre de 2020

- Diario El Comercio. (11 de Noviembre de 2019). Minagri: Agroexportaciones suman US\$ 5.042 millones a setiembre. Lima, Perú. Recuperado el 11 de Diciembre de 2020, de <https://elcomercio.pe/economia/peru/minagri-agroexportaciones-suman-us-5042-millones-a-setiembre-noticia/>
- Diario El Comercio. (6 de Diciembre de 2020). Producción agropecuaria creció 0,9% entre enero y octubre, afirma el Midagri. Lima, Perú. Recuperado el 11 de Diciembre de 2020, de <https://elcomercio.pe/economia/peru/produccion-agropecuaria-crecio-09-entre-enero-y-octubre-afirma-el-midagri-nndc-noticia/?ref=signwall>
- Diario El Comercio. (14 de Septiembre de 2020). Minagri: agroexportaciones cayeron 3,9% en los primeros siete meses del año. Lima, Perú. Recuperado el 11 de Diciembre de 2020, de <https://elcomercio.pe/economia/peru/minagri-agroexportaciones-cayeron-39-en-los-primeros-siete-meses-del-ano-nndc-noticia/?ref=ecr>
- Diario Oficial El Peruano. (31 de Agosto de 2008). Normas Legales. Lima, Perú. Recuperado el 11 de Diciembre de 2020, de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/jer/GESTION/DS%20018-2008-AG.pdf>
- Diario Oficial El Peruano. (27 de Abril de 2011). Normas Legales. Lima, Perú. Recuperado el 11 de Diciembre de 2020, de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2015/07/DS.004-2011-AG-Rgto.-Inocuidad-Agroalimentaria.pdf>
- Diario Oficial El Peruano. (6 de Julio de 2011). Normas Legales. Lima, Perú. Recuperado el 11 de Diciembre de 2020, de [https://www.agropuno.gob.pe/files/documentos/normatividad/ley/Ley\\_29736.pdf](https://www.agropuno.gob.pe/files/documentos/normatividad/ley/Ley_29736.pdf)
- Diario Oficial El Peruano. (9 de Mayo de 2014). Normas Legales. Lima, Perú. Recuperado el 11 de Diciembre de 2020, de [https://www.agropuno.gob.pe/files/documentos/normatividad/ley/Ley\\_30190.pdf](https://www.agropuno.gob.pe/files/documentos/normatividad/ley/Ley_30190.pdf)
- Diario Oficial El Peruano. (29 de Enero de 2015). Normas Legales. Lima, Perú. Recuperado el 11 de Diciembre de 2020, de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-el-reglamento-del-sistema-nacion-decreto-supremo-n-001-2015-minagri-1194460-1/>
- Dirección de Investigación Agraria. (Marzo de 2011). Técnica polinización manual de Chirimoya. Lima, Perú. Recuperado el 20 de Febrero de 2021, de INIA: [http://repositorio.inia.gob.pe/bitstream/20.500.12955/526/1/Trip-Polinizacion\\_Chirimoya.pdf](http://repositorio.inia.gob.pe/bitstream/20.500.12955/526/1/Trip-Polinizacion_Chirimoya.pdf)
- Fresh Plaza. (24 de Junio de 2016). *Fresh Plaza*. (Nathaly@freshplaza.es, Editor) Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de Fresh Plaza: <https://www.freshplaza.es/article/98755/Per%C3%83%C2%BA-Exportaremos-un-15-procent-m%C3%83%C2%A1s-de-chirimoyas/>
- Galindo, M. (2009). *Diccionario de economía y empresa*. Madrid, España: Editorial del Economista. Recuperado el 3 de Abril de 2021
- Gonzales, F. (2019). *La influencia de la innovación en el desempeño exportador de las empresas exportadoras de café en el Perú 2019*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9122/1/2019\\_Gonzales-Saavedra.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9122/1/2019_Gonzales-Saavedra.pdf)
- González, M. (2013). Chirimoya (*Annona cherimola* Miller), frutal tropical y sub-tropical de valores promisorios. Cuba. Recuperado el 26 de Diciembre de 2020, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0258-59362013000300008](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0258-59362013000300008)
- González, R. (2011). Diferentes teorías del comercio internacional. *Ice Revista de economía*(858), 103 - 118. Recuperado el 27 de Febrero de 2021, de

- <https://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Diferentes%20teor%C3%ADas%20del%20comercio%20internacional.pdf>
- Grupo de Innovación Educativa de la Universitat de València. (2010). *InnovaMide*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2020, de InnovaMide: [https://www.uv.es/innomide/spss/SPSS/SPSS\\_0801B.pdf](https://www.uv.es/innomide/spss/SPSS/SPSS_0801B.pdf)
- Guerrero, A., Victoria, M., & Curieses, M. (2007). *Estadística Básica* (Primera ed.). Medellín, Colombia: Fondo Editorial ITM. Recuperado el 21 de Diciembre de 2020, de <https://books.google.com.pe/books?id=pLF16E8nF6gC&pg=PA31&dq=estadística+tabla+de+frecuencias&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjM9LPArOLtAhXhD7kGHb-dBZsQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=estadística%20tabla%20de%20frecuencias&f=true>
- Guía del AgroExportador Revista de proveedores. (Noviembre de 2020). Agroexportaciones Peruanas en Alza. Lima, Perú. Recuperado el 11 de Diciembre de 2020, de <https://indd.adobe.com/view/57226b86-9408-4d8e-b42c-ad8743cb427d>
- Hernández, J., & Ibarra, S. (2002). Lateoría de los recursos y las capacidades un enfoque actual en la estrategia empresarial. *Anales de estudios económicos y empresariales*(15), 63-89. Recuperado el 29 de Marzo de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=793552>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). Cuidada de México: McGraw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. Recuperado el 19 de Diciembre de 2020
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura y Fundación Colegio de Postgraduados en Ciencias Agrícolas. (2017). *La innovación para el logro de una agricultura competitiva*. México. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/6146/BVE17099261e.pdf;jsessionid=40B49E5E5F9CF3795CAF3FF85DB833A8?sequence=1>
- Instituto Nacional de Innovación Agraria. (23 de Septiembre de 2019). Con becas del INIA 332 productores agrarios realizarán pasantías nacionales e internacionales. Lima, Perú. Recuperado el 20 de Febrero de 2021, de <https://www.inia.gob.pe/2019-nota-119/>
- International Trade Center. (2019). *Trade Map*. Obtenido de Trade Map: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c0811909900%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c0811909900%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1)
- Koo, W. (5 de Febreo de 2018). *AgrodataPeru*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de AgrodataPeru: <https://www.agrodataperu.com/2018/02/chirimoya-peru-exportacion-2017-diciembre.html>
- Koo, W. (15 de Enero de 2019). *AgrodataPeru*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de AgrodataPeru: <https://www.agrodataperu.com/2019/01/chirimoya-guanabana-peru-exportacion-2018-diciembre.html>
- Koo, W. (21 de Enero de 2020). *AgrodataPeru*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de AgrodataPeru: <https://www.agrodataperu.com/2020/01/chirimoya-guanabana-peru-exportacion-2019-diciembre.html>
- Martínez, R., Charterina, J., & Araujo, A. (2010). Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la VBR: Capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16, 165-188. doi:10.1016/S1135-2523(12)60117-8
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2015). Ficha descriptiva de frutales. Lima, Lima, Perú. Recuperado el 26 de Diciembre de 2020, de <http://minagri.gob.pe/portal/32-sector-agrario/frutas/269-fichas-tecnicas>

- Ministerio de Agricultura y Riego. (2020). Calendario de Siembras y Cosechas. Lima, Perú. Recuperado el 26 de Diciembre de 2020, de <http://siea.minagri.gob.pe/portal/calendario/>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2020). *Plataforma digital única del Estado Peruano Gob.pe*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de Plataforma digital única del Estado Peruano Gob.pe: <https://www.gob.pe/institucion/inia/campa%C3%B1as/2037-capacitacion-tecnica-virtual-manejo-integral-de-plagas-y-enfermedades-del-cultivo-de-chirimoya>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (s.f.). *Instituto Nacional de Innovación Agraria*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de Instituto Nacional de Innovación Agraria: <https://www.inia.gob.pe/quienes-somos/>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (s.f.). *Ministerio de Agricultura y Riego*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de Ministerio de Agricultura y Riego: <http://minagri.gob.pe/portal/objetivos/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2006). *Plan Maestro de Cultura Exportadora*. Lima, Perú. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/Pecex/lecturas\\_complementarias/Documentos\\_normativos/PLAN\\_MAESTRO\\_CULTURA\\_EXPORTADORA.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/lecturas_complementarias/Documentos_normativos/PLAN_MAESTRO_CULTURA_EXPORTADORA.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2007). *Guía de Comercio Exterior*. Lima, Lima, Perú. Recuperado el 25 de Julio de 2021, de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/Pecex/herramientas/manual\\_docente.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/herramientas/manual_docente.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2013). *El ABC del comercio exterior guía de capacidades gerenciales* (Vol. I). Lima, Perú. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2013). *El ABC del comercio exterior guía práctica del exportador* (Vol. III). Lima, Perú. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/Pecex/lecturas\\_complementarias/03\\_GUIA\\_DEL\\_EXPORTADOR.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/lecturas_complementarias/03_GUIA_DEL_EXPORTADOR.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (Diciembre de 2018). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/estadisticas\\_y\\_publicaciones/estadisticas/exportaciones/2018/RMC\\_Diciembre\\_2018.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/estadisticas_y_publicaciones/estadisticas/exportaciones/2018/RMC_Diciembre_2018.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *Oficina Comercial del Perú en Argentina*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de Oficina Comercial del Perú en Argentina: <https://www.peruenargentina.com.ar/section.php?alias=oferta-exportable-peru>
- Montes, J. (14 de Mayo de 2015). Economipedia. *Exportación*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas y Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2006). *Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (Tercera edición ed.). (G. Tragsa, Ed.) Madrid, España. Recuperado el 24 de Noviembre de 2020, de [http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED\\_MAIN/LAUNIVERSIDAD/VICERECTORADOS/INVESTIGACION/O.T.R.I/DEDUCCIONES%20FISCALES%20POR%20INNOVACION/RESUMEN%20MANUAL%20DE%20OSLO/OECDOSLOMANUAL05\\_SPA.PDF](http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED_MAIN/LAUNIVERSIDAD/VICERECTORADOS/INVESTIGACION/O.T.R.I/DEDUCCIONES%20FISCALES%20POR%20INNOVACION/RESUMEN%20MANUAL%20DE%20OSLO/OECDOSLOMANUAL05_SPA.PDF)

- Oficina de Imagen y Comunicaciones. (27 de Agosto de 2017). MINAGRI culmina 3 obras de riego en Huarochirí y Canta dentro de plazos previstos. Lima, Perú. Recuperado el 20 de Febrero de 2021, de <https://www.agrorural.gob.pe/minagri-culmina-3-obras-de-riego-en-huarochiri-y-canta-dentro-de-plazos-previstos/>
- Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador. (2015). *Guía básica de exportación bienes*. San Salvador, El Salvador: Proesa. Recuperado el 3 de Abril de 2021
- Palma, A., & Machado, A. (2020). Visão baseada em recursos (VBR) na formulação das estratégias das indústrias de confecção do vestuário de sarandi (RS). *Revista Alcance*, 27, 63-81. doi:10.14210/alcance.v27n1(Jan/Abr).p63-81
- Redaccion Inforegión. (15 de Agosto de 2016). Productores de Huarochirí exportan chirimoya a Hong Kong y Canadá. Perú. Recuperado el 20 de Febrero de 2021, de <https://www.inforegion.pe/229524/productores-de-huarochiri-exportan-chirimoya-a-hong-kong-y-canada/>
- Rodas, M., & Vilca, J. (2019). *Relación entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador de Mypes exportadoras de pota 2018*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/handle/usil/9017>
- Rodríguez, P., Pico, B., & Méndez, F. (2013). Capacidad innovadora en la empresa familiar como área de oportunidad hacia el desarrollo de México. *Sociedad y Territorio, vol. Economía, Sociedad y Territorio, III(43)*, 779-794. Recuperado el 3 de Abril de 2021, de <http://www.scielo.org.mx/pdf/est/v13n43/v13n43a9.pdf>
- Romero, M. (Julio de 2016). Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal. *Revista Enfermería del Trabajo*, 105-114. Recuperado el 21 de Diciembre de 2020
- Salas, H. (2020). Agroexportaciones no tradicionales y su contribución al desarrollo económico Peruano. *Dominio de las Ciencias*, 6(1), 4-27. Recuperado el 3 de Abril de 2021
- SENASA. (16 de Octubre de 2017). SENASA asegura campaña de chirimoyas y paltas en Callahuanca. Lima, Perú. Recuperado el 20 de Febrero de 2021, de <https://www.senasa.gob.pe/senasacontigo/senasa-asegura-campana-de-chirimoyas-y-paltas-en-callahuanca/>
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2020). Partida Arancelaria del producto. Lima, Perú. Recuperado el 26 de Diciembre de 2020, de [https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page\\_=172.17100&\\_portletid\\_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc\\_fp\\_init&pproducto=%2069%20&pnomproducto=%20Chirimoya](https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=%2069%20&pnomproducto=%20Chirimoya)
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (s.f.). *Siicex*. Recuperado el 18 de Febrero de 2022, de [https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?\\_page\\_=172.17100&\\_portletid\\_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc\\_fp\\_init&pproducto=69&pnomproducto=Chirimoya](https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=69&pnomproducto=Chirimoya)
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2020). *SUNAT*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2020, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/normasLegales.html>
- Toala, G., Mendoza, A., Vincés, D., & Moreira, L. (2019). La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí. *Polo del Conocimiento*, 4(4), 71-87. doi:10.23857/pc.v4i4.936
- Universidad de San Martín de Porres. (Abril de 2008). Código de ética de la Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. Recuperado el 19 de Diciembre de 2020, de <https://www.usmp.edu.pe/nuesuniv/pdf/CODIGO%20DE%20ETICA.pdf>
- Uyar, K., & Oralhan, B. (2017). Innovation Capability and Export Performance of Turkish Export Firms. *Chinese Business Review*, 16, 481-495. doi:10.17265/1537-1506/2017.10.002

Vicente, M., Abrantes, J. L., & Teixeira, M. (2015). Measuring innovation capability in exporting firms: The Innovscale. *International Marketing Review*, 32, 29-51. doi:10.1108/IMR-09-2013-0208

**ANEXOS**

### Anexo I: Matriz de Consistencia

<b>Título de la tesis:</b>		La Influencia de la Capacidad de Innovación en la Oferta Exportable de la Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.			
<b>Problemas</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Metodología</b>
<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>			
¿De qué manera influye la Capacidad de Innovación en la Oferta Exportable de la Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021?	Determinar la influencia de la Capacidad de Innovación en la Oferta Exportable de la Chirimoya en de San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.	La Capacidad de Innovación influye significativamente en la Oferta Exportable de la Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.	V.I.: Capacidad de Innovación	Capacidad de desarrollo de productos Cultura de Capacidad de Innovación Capacidad estratégica Capacidad tecnológica	<b>Enfoque:</b> Cuantitativo  <b>Alcance:</b> Explicativo  <b>Tipo:</b> Aplicada  <b>Diseño:</b> No experimental  <b>Unidad de análisis:</b> Un Agricultor de Chirimoya del distrito de San Mateo de Otao, provincia de Huarochirí
			V.D.: Oferta Exportable	Disponibilidad de producto Capacidad económica y financiera Capacidad de gestión	
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumento:</b> Cuestionario Estructurado en Escala de Likert
¿De qué manera influye la Capacidad de desarrollo de productos en la Oferta Exportable de la Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021?	Determinar la influencia de la Capacidad de desarrollo de productos en la Oferta Exportable de la Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.	La Capacidad de desarrollo de productos influye significativamente en la Oferta Exportable de la Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.	Capacidad de desarrollo de productos	Nivel de desarrollo de productos Nivel de comprensión del mercado internacional	
			Oferta Exportable	Disponibilidad de producto Capacidad económica y financiera Capacidad de gestión	
¿De qué manera influye la Cultura de Capacidad de Innovación en la Oferta Exportable de la	Determinar la influencia de la Cultura de Capacidad de Innovación en la Oferta Exportable de	La Cultura de Capacidad de Innovación influye significativamente en la Oferta Exportable de la	Cultura de Capacidad de Innovación	Nivel de generación de ideas y métodos Nivel de orientación a la innovación y a la creatividad	

Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021?	la Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.	Chirimoya en San Mateo De Otao, Huarochirí el año 2021.	Oferta Exportable	Disponibilidad de producto Capacidad económica y financiera Capacidad de gestión	
¿De qué manera influye la Capacidad estratégica en la Oferta Exportable de la Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021?	Determinar la influencia de la Capacidad estratégica en la Oferta Exportable de la Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.	La Capacidad Estratégica influye significativamente en la Oferta Exportable de la Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.	Capacidad estratégica	Nivel de generación de estrategias de innovación Nivel de implementación de estrategias de innovación Nivel de monitoreo de estrategias de innovación	
			Oferta Exportable	Disponibilidad de producto Capacidad económica y financiera Capacidad de gestión	
¿De qué manera influye la Capacidad tecnológica en la Oferta Exportable de la Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021?	Determinar la influencia de la Capacidad tecnológica en la Oferta Exportable de la Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021.	La Capacidad Tecnológica influye significativamente en la Oferta Exportable de la Chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021	Capacidad tecnológica	Nivel tecnológico Nivel de investigación y desarrollo	
			Oferta Exportable	Disponibilidad de producto Capacidad económica y financiera Capacidad de gestión	

## Anexo II: Matriz de Operacionalización

**Tabla 78.**

### Matriz de Operacionalización de la Capacidad de Innovación

<b>Variable Independiente:</b> Capacidad de Innovación			
<b>Definición conceptual:</b> Vicente et. al. (2015), dan a conocer que la capacidad de innovación se conceptualiza como la capacidad para generar nuevos productos destinados al mercado internacional, los cuales se realizan a través de la combinación de comportamientos innovadores, la capacidad estratégica y procesos tecnológicos internos.			
<b>Instrumento:</b> Cuestionario		<b>Técnica:</b> Encuesta	
<b>Estatus Lógico:</b> Independiente			
<b>Unidad de Análisis:</b> Un Agricultor de Chirimoya de San Mateo de Otao, Huarochirí			
<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems (Enunciados o Preguntas)</b>	<b>Valores y Categorías (Escala de Likert)</b>
Capacidad de desarrollo de productos	Nivel de desarrollo de productos	Considera usted que el producto que desarrolla se puede exportar	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Cuenta usted con un plan de desarrollo de productos para la exportación	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Asume usted un compromiso de innovación para el desarrollo de su producto para la exportación	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Nivel de comprensión del mercado internacional	Desarrolla usted productos que satisfacen las necesidades de los clientes internacionales	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted indispensable conocer las necesidades de los clientes internacionales	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Conoce usted los estándares internacionales para la exportación de la Chirimoya	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

Cultura de Capacidad de Innovación	Nivel de generación de ideas y métodos	Considera usted necesario desarrollar nuevas ideas que beneficien la exportación de la Chirimoya	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted importante aplicar nuevos métodos para realizar sus actividades y operaciones de producción de la Chirimoya	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted ventajoso implementar valor agregado al producto para satisfacer las exigencias del mercado internacional	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Nivel de orientación a la innovación y a la creatividad	Considera usted que sus objetivos están orientados hacia la innovación.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted necesaria la creatividad en la producción del producto	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted necesaria la creatividad en la exportación del producto	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
Capacidad estratégica	Nivel de generación de estrategias de innovación	Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la exportación del producto	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la Chirimoya para el mercado internacional	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

	Nivel de implementación de estrategias de innovación	Usted implementa estrategias de innovación para el desarrollo de su producto.	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	
		Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	
		Usted implementa estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la Chirimoya para el mercado internacional	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	
	Nivel de monitoreo de estrategias de innovación	Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para el desarrollo de su producto, con el fin de asegurar la calidad	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	
		Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para la exportación de su producto, con el objetivo de asegurar la calidad	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	
		Usted monitorea y controla estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje de la Chirimoya para el mercado internacional	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	
	Capacidad tecnológica	Nivel tecnológico	Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
			Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
			Considera usted que es importante el uso de la tecnología en los procesos de producción de la Chirimoya	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

		Considera usted que es necesario el uso de la tecnología en el proceso de exportación de la Chirimoya	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted que utilizar los medios electrónicos para la promoción internacional de la Chirimoya le otorgaría beneficios	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Nivel de investigación y desarrollo	Realiza usted actividades o proyectos de Investigación y Desarrollo para mejorar la capacidad tecnológica del proceso de producción de la Chirimoya	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Realiza usted actividades o proyectos de Investigación y Desarrollo para mejorar la capacidad tecnología del proceso de exportación de la Chirimoya	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Realiza usted actividades o proyectos de Investigación y Desarrollo para mejorar la distribución de la Chirimoya	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Realiza usted actividades o proyectos de Investigación y Desarrollo para mejorar el envase y embalaje de la Chirimoya para el mercado internacional	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

**Tabla 79.**  
**Matriz de Operacionalización de la Oferta Exportable**

<b>Variable Dependiente:</b> Oferta Exportable			
<p><b>Definición conceptual:</b> La oferta exportable es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2015, consulte párrafo 1).</p>			
<b>Instrumento:</b> Cuestionario		<b>Técnica:</b> Encuesta	
<b>Estatus Lógico:</b> Dependiente			
<b>Unidad de Análisis:</b> Un Agricultor de Chirimoya de San Mateo de Otao, Huarochirí			
<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems (Enunciados o Preguntas)</b>	<b>Valores y Categorías (Escala de Likert)</b>
Disponibilidad de producto	Volúmenes exportados	Considera usted importante contar con disponibilidad de volumen del producto para exportar	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento que garanticen la calidad del producto	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento adecuadas para la exportación del producto	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted que tiene la capacidad de cumplir con la demanda extranjera	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted que, durante el 2019, cumplió con todos los pedidos internacionales	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

Capacidad económica y financiera	Precios y costos de exportación	Considera usted que los precios de exportación del producto son competitivos	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted que tiene identificado los costos de la exportación de la Chirimoya	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted que los costos del proceso de exportación de la Chirimoya a limitado su ingreso al mercado internacional	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Financiamiento	Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de producción del producto	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de exportación	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de producción	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
Capacidad de gestión	Cultura exportadora	Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar la exportación de la Chirimoya	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

		Considera usted que posee los conocimientos para realizar el proceso de exportación	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Requisitos de exportación	Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted que conoce las normativas de exportación	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted que cumple con las normativas de exportación	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Considera usted que cuenta con los todos los permisos para realizar la exportación	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Cuenta usted con los certificados de calidad del producto	Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
		Capacitaciones	Considera usted necesaria la capacitación constante en temas relacionados a la exportación
	Considera usted importante la capacitación en temas relacionados con el envase y embalaje de la Chirimoya para el mercado internacional		Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
	Considera usted importante la capacitación en los estándares de la calidad del producto para exportación		Totalmente de acuerdo De acuerdo Indeciso En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

### Anexo III: Instrumento de validación de expertos

#### VARIABLE 1: CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

Nombre del Instrumento motivo de evaluación		Cuestionario estructurado en Escala de Likert					
Autora del Instrumento		Melissa Alexandra del Rosario Camacho Quispe					
Variable 1		Independiente					
Población		Agricultores de Chirimoya de San Mateo de Otao, Huarochirí					
Dimensión	Indicadores	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Dimensión: Capacidad de desarrollo de productos	Nivel de desarrollo de productos	Lanza usted productos para la exportación.					
		Cuenta usted con un sistema de gestión y desarrollo de productos para la exportación					
		Considera usted que está comprometido con la innovación al momento de desarrollar los productos para la exportación.					
	Nivel de comprensión del mercado internacional	Desarrolla usted productos que satisfacen las necesidades de los clientes internacionales					
		Considera usted que cuenta con la capacidad de entender las necesidades de los clientes internacionales					
Dimensión: Cultura de Capacidad de Innovación	Nivel de generación de ideas y métodos	Considera usted que desarrolla nuevas ideas para realizar la exportación del producto					
		Considera usted que utiliza nuevos métodos para realizar sus actividades u operaciones.					
		Usted busca nuevas formas de satisfacer las necesidades de los clientes					
	Nivel de orientación a la innovación y a la creatividad	Considera usted que sus objetivos están orientados hacia la innovación.					
		Considera usted necesaria la creatividad en la producción del producto					
		Considera usted necesaria la creatividad en la exportación del producto					

Dimensión: Capacidad estratégica	Nivel de generación de estrategias de innovación	Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto					
		Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la exportación del producto					
	Nivel de implementación de estrategias de innovación	Usted implementa estrategias de innovación para el desarrollo de su producto.					
		Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto					
	Nivel de monitoreo de estrategias de innovación	Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para el desarrollo de su producto, con el fin de asegurar la calidad					
		Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para la exportación de su producto, con el objetivo de asegurar la calidad					
Dimensión: Capacidad tecnológica	Nivel tecnológico	Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto					
		Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto.					
		Considera usted que es importante el uso de la tecnología en los procesos de producción del producto					
		Considera usted que es necesario el uso de la tecnología en el proceso de exportación del producto					
	Nivel de investigación y desarrollo	Realiza usted actividades de Investigación y Desarrollo para mejorar la capacidad tecnología del proceso de producción					
		Realiza usted actividades de Investigación y Desarrollo para mejorar la capacidad tecnología del proceso de exportación.					

<b>Firma de validador experto</b>	
-----------------------------------	--

**VARIABLE 2: OFERTA EXPORTABLE**

<b>Nombre del Instrumento motivo de evaluación</b>		Cuestionario estructurado en Escala de Likert					
<b>Autora del Instrumento</b>		Melissa Alexandra del Rosario Camacho Quispe					
<b>Variable 2</b>		Dependiente					
<b>Población</b>		Agricultores de Chirimoya de San Mateo de Otao, Huarochirí					
<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Suficiencia</b>	<b>Claridad</b>	<b>Coherencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Observaciones y/o recomendaciones</b>
Dimensión: Disponibilidad de producto	Volúmenes exportados	Considera usted importante contar con disponibilidad de volumen del producto para exportar					
		Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento que garanticen la calidad del producto					
		Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento adecuadas para la exportación del producto					
		Considera usted que tiene la capacidad de cumplir con la demanda extranjera					
		Considera usted que, durante el 2019, cumplió con todos los pedidos internacionales					
Dimensión: Capacidad económica y financiera	Precios y costos de exportación	Considera usted que los precios de exportación del producto son competitivos					
		Considera usted que tiene identificado los costos de realizar la exportación del producto.					
	Financiamiento	Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de producción del producto					
		Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto					
		Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los gastos de exportación					
		Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los gastos de producción					

Dimensión: Capacidad de gestión	Cultura exportadora	Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional					
		Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar el proceso de exportación					
		Considera usted que posee los conocimientos para realizar el proceso de exportación					
	Requisitos de exportación	Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación					
		Considera usted que conoce las normativas de exportación					
		Considera usted que cumple con las normativas de exportación					
		Considera usted que cuenta con los todos los permisos para realizar la exportación					
		Cuenta usted con los certificados de calidad del producto					
	Capacitaciones	Considera usted que se capacita constantemente en temas relacionados a la exportación					
		Considera usted que se capacita en temas relacionados a mejorar la calidad del producto					

<b>Firma de validador experto</b>	
-----------------------------------	--

## Anexo IV: Validación de expertos

### Experto 1: Dr. Laos López, José Enrique



### 3. FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

#### VARIABLE 1: CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

Nombre del Instrumento motivo de evaluación		Cuestionario estructurado en Escala de Likert					
Autora del Instrumento		Melissa Alexandra del Rosario Camacho Quispe					
Variable 1		Independiente					
Población		Agricultores de Chirimoya de San Mateo de Otao, Huarochirí					
Dimensión	Indicadores	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Dimensión: Capacidad de desarrollo de productos	Nivel de desarrollo de productos	Lanza usted productos para la exportación.	4	4	3	3	
		Cuenta usted con un sistema de gestión y desarrollo de productos para la exportación		3	3	3	
		Considera usted que está comprometido con la innovación al momento de desarrollar los productos para la exportación.		3	3	3	
	Nivel de comprensión del mercado internacional	Desarrolla usted productos que satisfacen las necesidades de los clientes internacionales	2	3	3	3	
		Considera usted que cuenta con la capacidad de entender las necesidades de los clientes internacionales		3	3	3	
	Dimensión: Cultura de Capacidad de Innovación	Nivel de generación de ideas y métodos	Considera usted que desarrolla nuevas ideas para realizar la exportación del producto	4	3	3	3
Considera usted que utiliza nuevos métodos para realizar sus actividades u operaciones.			3		2	3	
Usted busca nuevas formas de satisfacer las necesidades de los clientes			3		3	3	
Nivel de orientación a la innovación y a la creatividad		Considera usted que sus objetivos están orientados hacia la innovación.	4	3	3	3	
		Considera usted necesaria la creatividad en la producción del producto		3	3	3	
		Considera usted necesaria la creatividad en la exportación del producto		3	3	3	

Dimensión: Capacidad estratégica	Nivel de generación de estrategias de innovación	Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto	2	3	3	3	
		Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la exportación del producto		3	3	3	
	Nivel de implementación de estrategias de innovación	Usted implementa estrategias de innovación para el desarrollo de su producto.	2	3	3	3	
		Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto		3	3	3	
	Nivel de monitoreo de estrategias de innovación	Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para el desarrollo de su producto, con el fin de asegurar la calidad	2	3	3	3	
		Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para la exportación de su producto, con el objetivo de asegurar la calidad		3	3	3	
Dimensión: Capacidad tecnológica	Nivel tecnológico	Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto	4	3	3	3	
		Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto.		3	3	3	
		Considera usted que es importante el uso de la tecnología en los procesos de producción del producto		3	3	3	
		Considera usted que es necesario el uso de la tecnología en el proceso de exportación del producto					
	Nivel de investigación y desarrollo	Realiza usted actividades de Investigación y Desarrollo para mejorar la capacidad tecnología del proceso de producción	2	3	3	3	
		Realiza usted actividades de Investigación y Desarrollo para mejorar la capacidad tecnología del proceso de exportación.		3	3	3	
Firma de validador experto							

**VARIABLE 2: OFERTA EXPORTABLE**

Nombre del Instrumento motivo de evaluación		Cuestionario estructurado en Escala de Likert					
Autora del Instrumento		Melissa Alexandra del Rosario Camacho Quispe					
Variable 2		Dependiente					
Población		Agricultores de Chirimoya de San Mateo de Otao, Huarochiri					
Dimensión	Indicadores	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Dimensión: Disponibilidad de producto	Volúmenes exportados	Considera usted importante contar con disponibilidad de volumen del producto para exportar	4	3	3	3	
		Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento que garanticen la calidad del producto		3	3	3	
		Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento adecuadas para la exportación del producto		3	3	3	
		Considera usted que tiene la capacidad de cumplir con la demanda extranjera		3	3	3	
		Considera usted que, durante el 2019, cumplió con todos los pedidos internacionales		3	3	3	
Dimensión: Capacidad económica y financiera	Precios y costos de exportación	Considera usted que los precios de exportación del producto son competitivos	2	3	3	3	
		Considera usted que tiene identificado los costos de realizar la exportación del producto.		3	3	3	
	Financiamiento	Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de producción del producto	4	3	2	3	
		Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto		3	2	3	
		Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los gastos de exportación		3	3	3	
		Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los gastos de producción		3	3	3	

Dimensión: Capacidad de gestión	Cultura exportadora	Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional	4	3	3	3	
		Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar el proceso de exportación		3	3	3	
		Considera usted que posee los conocimientos para realizar el proceso de exportación		3	3	3	
	Requisitos de exportación	Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación	4	3	3	3	
		Considera usted que conoce las normativas de exportación		3	3	3	
		Considera usted que cumple con las normativas de exportación		3	3	3	
		Considera usted que cuenta con los todos los permisos para realizar la exportación		3	3	3	
		Cuenta usted con los certificados de calidad del producto		3	3	3	
	Capacitaciones	Considera usted que se capacita constantemente en temas relacionados a la exportación	2	3	3	3	
		Considera usted que se capacita en temas relacionados a mejorar la calidad del producto		3	3	3	

Firma de validador experto	
----------------------------	---



Facultad de  
Ciencias Administrativas  
y Recursos Humanos

### INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno ( <input checked="" type="checkbox"/> )          Externo (    ) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	LAOS LÓPEZ, JOSÉ ENRIQUE
Sexo:	Hombre ( <input checked="" type="checkbox"/> )    Mujer (    )
Profesión:	
Grado académico	Licenciado <sup>1</sup> (    )                  Maestro (    )                  Doctor ( <input checked="" type="checkbox"/> )
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (    )          De 11 a 15 (    )          De 16 a 20 (    )          De 21 a más ( <input checked="" type="checkbox"/> )

Solamente para validadores externos

Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento del bachiller. Por teléfono (    )                  Por correo electrónico (    )

  
Firma Validador Experto

<sup>1</sup> Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

## Experto 2: Jackeline Amelia Martin Gonzáles Del Valle

### 3. FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

#### VARIABLE 1: CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

Nombre del Instrumento motivo de evaluación		Cuestionario estructurado en Escala de Likert				
Autora del Instrumento		Melissa Alexandra del Rosario Camacho Quispe				
Variable 1		Independiente				
Población		Agricultores de Chirimoya de San Mateo de Otao, Huarochirí				
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Dimensión: Capacidad de desarrollo de productos	Lanza usted productos para la exportación.	4	4	4	4	
	Cuenta usted con un sistema de gestión y desarrollo de productos para la exportación	4	4	4	4	
	Considera usted que está comprometido con la innovación al momento de desarrollar los productos para la exportación.	3	4	4	4	
	Desarrolla usted productos que satisfacen las necesidades de los clientes internacionales	4	4	4	4	
	Considera usted que cuenta con la capacidad de entender las necesidades de los clientes internacionales	4	3	4	4	
Dimensión: Cultura de Capacidad de Innovación	Considera usted que desarrolla nuevas ideas para realizar la exportación del producto	4	4	4	4	
	Considera usted que utiliza nuevos métodos para realizar sus actividades u operaciones.	3	3	4	4	
	Usted busca nuevas formas de satisfacer las necesidades de los clientes	4	4	4	4	
	Considera usted que sus objetivos están orientados hacia la innovación.	4	4	4	4	
	Considera usted necesaria la creatividad en la producción del producto	4	4	4	4	
	Considera usted necesaria la creatividad en la exportación del producto	4	4	4	4	

Dimensión: Capacidad estratégica	Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto	4	4	4	4	
	Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la exportación del producto	4	4	4	4	
	Usted implementa estrategias de innovación para el desarrollo de su producto.	4	4	3	2	
	Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto	4	4	3	2	
	Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para el desarrollo de su producto, con el fin de asegurar la calidad	4	4	4	4	
	Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para la exportación de su producto, con el objetivo de asegurar la calidad	4	4	4	4	
Dimensión: Capacidad tecnológica	Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto	4	4	4	4	
	Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto.	4	4	4	4	
	Considera usted que es importante el uso de la tecnología en los procesos de producción del producto	4	4	4	4	
	Considera usted que es necesario el uso de la tecnología en el proceso de exportación del producto	4	4	4	4	
	Realiza usted actividades de Investigación y Desarrollo para mejorar la capacidad tecnología del proceso de producción	4	4	4	4	
Realiza usted actividades de Investigación y Desarrollo para mejorar la capacidad tecnología del proceso de exportación.	4	4	4	4		

Firma de validador experto	
----------------------------	--

**VARIABLE 2: OFERTA EXPORTABLE**

Nombre del Instrumento motivo de evaluación		Cuestionario estructurado en Escala de Likert				
Autora del Instrumento		Melissa Alexandra del Rosario Camacho Quispe				
Variable 2		Dependiente				
Población		Agricultores de Chirimoya de San Mateo de Otao, Huarochiri				
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Dimensión: Disponibilidad de producto	Considera usted importante contar con disponibilidad de volumen del producto para exportar	4	4	4	4	
	Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento que garanticen la calidad del producto	4	4	4	4	
	Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento adecuadas para la exportación del producto	4	4	4	4	
	Considera usted que tiene la capacidad de cumplir con la demanda extranjera	4	4	4	4	
	Considera usted que, durante el 2019, cumplió con todos los pedidos internacionales	4	4	4	4	
Dimensión: Capacidad económica y financiera	Considera usted que los precios de exportación del producto son competitivos	4	4	4	4	
	Considera usted que tiene identificado los costos de realizar la exportación del producto.	4	4	4	4	
	Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de producción del producto	4	4	4	4	
	Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto	4	4	4	4	
	Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los gastos de exportación	4	4	4	4	
	Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los gastos de producción	4	4	4	4	

Dimensión: Capacidad de gestión	Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional	4	4	4	4	
	Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar el proceso de exportación	4	4	4	4	
	Considera usted que posee los conocimientos para realizar el proceso de exportación	4	4	4	4	
	Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación	4	4	4	4	
	Considera usted que conoce las normativas de exportación	4	4	4	4	
	Considera usted que cumple con las normativas de exportación	4	4	4	4	
	Considera usted que cuenta con los todos los permisos para realizar la exportación	4	4	4	4	
	Cuenta usted con los certificados de calidad del producto	4	4	4	4	
	Considera usted que se capacita constantemente en temas relacionados a la exportación	4	4	4	4	
	Considera usted que se capacita en temas relacionados a mejorar la calidad del producto	4	4	4	4	

Firma de validador experto	
-------------------------------	--

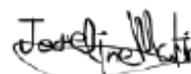
### INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

<b>Tipo de validador:</b>	Interno ( <input type="checkbox"/> )          Externo ( <input checked="" type="checkbox"/> ) [Docente USMP]
<b>Apellidos y nombres:</b>	Martin Gonzáles Del Valle Jackeline Amelia
<b>Sexo:</b>	Hombre ( <input type="checkbox"/> )    Mujer ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Profesión:</b>	Ciencias de la Comunicación
<b>Grado académico</b>	Licenciado <sup>1</sup> ( <input checked="" type="checkbox"/> )          Maestro ( <input type="checkbox"/> )          Doctor ( <input type="checkbox"/> )
<b>Años de experiencia laboral</b>	De 5 a 10 ( <input checked="" type="checkbox"/> )          De 11 a 15 ( <input type="checkbox"/> )          De 16 a 20 ( <input type="checkbox"/> )          De 21 a más ( <input type="checkbox"/> )

Solamente para validadores externos

<b>Organización donde labora:</b>	Tándem Perú Digital
<b>Cargo actual:</b>	CEO & Directora
<b>Área de especialización</b>	Marketing y Publicidad
<b>N° telefónico de contacto</b>	923527728
<b>Correo electrónico de contacto</b>	<a href="mailto:jackelinemv@gmail.com">jackelinemv@gmail.com</a>
<b>Medio de preferencia para contactarlo</b>	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento del bachiller. Por teléfono ( <input type="checkbox"/> )          Por correo electrónico ( <input checked="" type="checkbox"/> )



Firma Validador Experto

<sup>1</sup> Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

### Experto 3: MBA. Claudia Amparo Torres Linares



### 3. FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

#### VARIABLE 1: CAPACIDAD DE INNOVACIÓN

Nombre del Instrumento motivo de evaluación		Cuestionario estructurado en Escala de Likert					
Autora del Instrumento		Melissa Alexandra del Rosario Camacho Quispe					
Variable 1		Independiente					
Población		Agricultores de Chirimoya de San Mateo de Otao, Huarochirí					
Dimensión	Indicadores	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Dimensión: Capacidad de desarrollo de productos	Nivel de desarrollo de productos	Lanza usted productos para la exportación.	4	4	4	4	
		Cuenta usted con un sistema de gestión y desarrollo de productos para la exportación	4	4	4	4	
		Considera usted que está comprometido con la innovación al momento de desarrollar los productos para la exportación.	4	4	4	4	
	Nivel de comprensión del mercado internacional	Desarrolla usted productos que satisfacen las necesidades de los clientes internacionales	4	4	4	4	
		Considera usted que cuenta con la capacidad de entender las necesidades de los clientes internacionales	4	4	4	4	
Dimensión: Cultura de Capacidad de Innovación	Nivel de generación de ideas y métodos	Considera usted que desarrolla nuevas ideas para realizar la exportación del producto	3	4	4	4	
		Considera usted que utiliza nuevos métodos para realizar sus actividades u operaciones.	4	4	4	4	
		Usted busca nuevas formas de satisfacer las necesidades de los clientes	3	4	4	4	
	Nivel de orientación a la innovación y a la creatividad	Considera usted que sus objetivos están orientados hacia la innovación.	4	4	4	4	
		Considera usted necesaria la creatividad en la producción del producto	4	4	4	4	

		Considera usted necesaria la creatividad en la exportación del producto	4	4	4	4	
Dimensión: Capacidad estratégica	Nivel de generación de estrategias de innovación	Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto	4	4	4	4	
		Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la exportación del producto	4	4	4	4	
	Nivel de implementación de estrategias de innovación	Usted implementa estrategias de innovación para el desarrollo de su producto.	4	4	4	4	
		Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto	4	4	4	4	
	Nivel de monitoreo de estrategias de innovación	Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para el desarrollo de su producto, con el fin de asegurar la calidad	4	4	4	4	
		Usted monitorea y controla las estrategias de innovación para la exportación de su producto, con el objetivo de asegurar la calidad	4	4	4	4	
Dimensión: Capacidad tecnológica	Nivel tecnológico	Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto	4	4	4	4	
		Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto.	4	4	4	4	
		Considera usted que es importante el uso de la tecnología en los procesos de producción del producto	4	4	4	4	
		Considera usted que es necesario el uso de la tecnología en el proceso de exportación del producto	4	4	4	4	
	Nivel de investigación y desarrollo	Realiza usted actividades de Investigación y Desarrollo para mejorar la capacidad tecnológica del proceso de producción	4	4	4	4	
		Realiza usted actividades de Investigación y Desarrollo para mejorar la capacidad tecnológica del proceso de exportación.	4	4	4	4	

MBA. TORRES LINARES CLAUDIA A.

*Claudia Torres Linares*

**VARIABLE 2: OFERTA EXPORTABLE**

Nombre del Instrumento motivo de evaluación		Cuestionario estructurado en Escala de Likert					
Autora del Instrumento		Melissa Alexandra del Rosario Camacho Quispe					
Variable 2		Dependiente					
Población		Agricultores de Chirimoya de San Mateo de Otao, Huarochirí					
Dimensión	Indicadores	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Dimensión: Disponibilidad de producto	Volúmenes exportados	Considera usted importante contar con disponibilidad de volumen del producto para exportar	4	4	4	4	
		Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento que garanticen la calidad del producto	4	4	4	4	
		Considera usted que cuenta con las condiciones de almacenamiento adecuadas para la exportación del producto	4	4	4	4	
		Considera usted que tiene la capacidad de cumplir con la demanda extranjera	4	4	4	4	
		Considera usted que, durante el 2019, cumplió con todos los pedidos internacionales	4	4	4	4	
Dimensión: Capacidad económica y financiera	Precios y costos de exportación	Considera usted que los precios de exportación del producto son competitivos	4	4	4	4	
		Considera usted que tiene identificado los costos de realizar la exportación del producto.	4	4	4	4	
	Financiamiento	Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de producción del producto	4	4	4	4	
		Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto	4	4	4	4	

		Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los gastos de exportación	4	4	4	4	
		Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los gastos de producción	4	4	4	4	
Dimensión: Capacidad de gestión	Cultura exportadora	Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional	4	4	4	4	
		Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar el proceso de exportación	4	4	4	4	
		Considera usted que posee los conocimientos para realizar el proceso de exportación	4	4	4	4	
	Requisitos de exportación	Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación	4	4	4	4	
		Considera usted que conoce las normativas de exportación	4	4	4	4	
		Considera usted que cumple con las normativas de exportación	4	4	4	4	
		Considera usted que cuenta con todos los permisos para realizar la exportación	4	4	4	4	
		Cuenta usted con los certificados de calidad del producto	4	4	4	4	
	Capacitaciones	Considera usted que se capacita constantemente en temas relacionados a la exportación	4	4	4	4	
		Considera usted que se capacita en temas relacionados a mejorar la calidad del producto	4	4	4	4	

MBA. TORRES LINARES CLAUDIA A



### INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

<b>Tipo de validador:</b>	Interno (X)                      Externo ( ) [Docente USMP]
<b>Apellidos y nombres:</b>	TORRES LINARES CLAUDIA AMPARO
<b>Sexo:</b>	Hombre ( )    Mujer (X)
<b>Profesión:</b>	LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
<b>Grado académico</b>	Licenciado <sup>1</sup> ( )                      Maestro (X)                      Doctor ( )
<b>Años de experiencia laboral</b>	De 5 a 10 ( )                      De 11 a 15 ( X )                      De 16 a 20 ( )                      De 21 a más ( )

Solamente para validadores externos

<b>Organización donde labora:</b>	UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES
<b>Cargo actual:</b>	DOCENTE
<b>Área de especialización</b>	-----
<b>N° telefónico de contacto</b>	-----
<b>Correo electrónico de contacto</b>	ctorresl@usmp.pe
<b>Medio de preferencia para contactarlo</b>	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento del bachiller. Por teléfono ( )                      Por correo electrónico (X)




---

 Firma Validador Experto

<sup>1</sup> Los validadores internos, docentes de otras universidades de prestigio o investigadores, deben poseer el grado académico de Maestro o Doctor; para los profesionales especializados y los empresarios con experiencia en el tema de investigación del alumno, se podrá considerar a profesionales con la licenciatura correspondiente.

**Anexo V: Evidencias del trabajo de campo**

**Evidencia 1: Aplicación de cuestionario a los agricultores**









## Evidencia 2: Solicitud de acceso a la información pública al Mincetur

### Solicitud de acceso a la información pública



Melissa Camacho

Lun 7/12/2020 09:40

Para: ydiaz@mincetur.gob.pe



Buenos días estimada:

Le escribe Melissa Camacho Quispe, el motivo del presente correo es para solicitar por favor su apoyo con proporcionarme en detalle la siguiente información:

1. Número de exportaciones de chirimoya en sus diferentes formas
2. Exportadores registrados de la fruta chirimoya

Agradezco anticipadamente su atención, puesto que la información que solicito es de suma importancia para el desarrollo de mi trabajo de investigación.

Melissa Camacho Quispe

DNI: 71632266

Número de contacto: 963848905

J

Jorge Enrique Malca Castañeda <jmalca@mincetur.gob.pe>

Lun 14/12/2020 23:21

Para: Usted

CC: Eileen Ivonne Plaza Guzman



CARTA N° 493 - 2020 - MINC...  
146 KB



Chirimoya - Exp. 1377265.xlsx  
26 KB



MemorándumN°117-2020-M...  
142 KB

3 archivos adjuntos (314 KB) [Descargar todo](#) [Guardar todo en OneDrive](#)

Sra. **MELISSA CAMACHO QUISPE**, buenas tardes, me dirijo a usted por especial encargo de la Sra. Yvonne Diaz Salazar, Directora General de Administración y Funcionaria Responsable de la Ley de Transparencia y Acceso a la Administración Pública en el MINCETUR, a fin de remitirle la Carta N° **493-2020-MINCETUR/SG/OGA LEY 27806**, en atención a su solicitud requerida. Mucho agradeceré se sirva confirmar el día de hoy la recepción del presente mail.

### Evidencia 3: Solicitud de acceso a la información pública al Instituto Nacional de Estadística e Informática



The image is a screenshot of a web notification window. It has a light blue border and a white background. In the top right corner, there is a small grey circle with an 'x' icon and the word 'cerrar' below it. The main content is centered and reads: 'Solicitud registrada exitosamente' in bold. Below that, it says 'Estimado, **Melissa Alexandra del Rosario Camacho Quispe**'. The next line states 'Su solicitud ha sido registrada satisfactoriamente con el siguiente número **SAI-021915-2020**'. The following paragraph explains the processing time: 'Su requerimiento será atendido en un plazo de 7 días hábiles prorrogables, de conformidad a lo dispuesto por la ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.' The final line provides contact information: 'Para conocer el estado de su solicitud, llámenos al teléfono 203-2640 - Anexos 9238 y 9242.' On the right side of the notification, there is a vertical scrollbar.

**Solicitud registrada exitosamente**

Estimado, **Melissa Alexandra del Rosario Camacho Quispe**

Su solicitud ha sido registrada satisfactoriamente con el siguiente número **SAI-021915-2020**

Su requerimiento será atendido en un plazo de 7 días hábiles prorrogables, de conformidad a lo dispuesto por la ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Para conocer el estado de su solicitud, llámenos al teléfono 203-2640 - Anexos 9238 y 9242.