



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

**FACTORES QUE LIMITAN LA OFERTA EXPORTABLE DE
PALTA HASS HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE
LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO DE 27 DE NOVIEMBRE
PROVINCIA DE HUARAL, 2019**

**PRESENTADA POR
ANGEL ANTONIO ALVAREZ SALINAS**

**ASESOR
CÉSAR AUGUSTO BELLIDO PUGA**

TESIS

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

LIMA – PERÚ

2019



CC BY-NC

Reconocimiento – No comercial

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

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



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

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

**FACTORES QUE LIMITAN LA OFERTA EXPORTABLE DE
PALTA HASS HACIA EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE
LOS PRODUCTORES DEL DISTRITO DE 27 DE NOVIEMBRE
PROVINCIA DE HUARAL, 2019**

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

**PRESENTADO POR:
ANGEL ANTONIO ALVAREZ SALINAS**

**ASESOR:
Mg. CESAR AUGUSTO BELLIDO PUGA**

LIMA, PERU

2019

Dedicatoria

A mi madre Maritza y mi abuela Olinda, por estar siempre a mi lado, dándome todo su apoyo incondicional y a mi hijo Adao por ser mi motor y motivación constante en todo lo que hago.

Agradecimiento

La presente investigación se la dedico a mis padres Marcos Álvarez F. y Maritza Salinas C. por estar siempre a mi lado, dándome todo su apoyo incondicional. A ellos les dedico mi trabajo de investigación, que espero sea de mucha ayuda a los productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral.

TABLA DE CONTENIDO

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO.....	23
1.1. Antecedentes	23
1.1.1. Antecedentes internacionales	23
1.1.2. Antecedentes nacionales	25
1.2. Bases teóricas.....	29
1.2.1. Oferta exportable	29
1.2.2. Producción de palta a nivel mundial	32
1.2.3. Precios internacionales de la palta	34
1.2.4. Exportación de palta en el mundo.....	37
1.2.5. Importación de palta en el mundo	38
1.2.6. Elección del mercado objetivo	40
1.2.7. Exportación de palta del Perú hacia el mercado estadounidense..	41
1.2.8. Evolución de la exportación peruana de palta	42
1.2.9. Beneficios a los productores	44

1.2.10. Estudio del mercado de EE. UU	46
1.2.10.1. Regulaciones arancelarias a las importaciones.	47
1.2.10.2. Impuestos y tasas que afectan a la importación.	48
1.2.10.3. Indicadores de los aspectos considerados en las importaciones estadounidenses.....	49
1.2.10.4. Descripción de las tendencias de los consumidores en el mercado estadounidense.....	50
1.2.10.5. Perfil del consumidor estadounidense de palta.....	51
1.2.10.6. Importaciones de palta del mercado estadounidense.....	51
1.2.11. Acuerdos comerciales entre Perú y Estados Unidos	54
1.2.12. Departamentos del Perú productores de palta.....	55
1.2.13. Descripción de propiedades de la palta	59
1.2.14. Características de la Palta Hass	60
1.2.15. Comercialización de palta en el exterior	62
1.2.16. Asociatividad.....	63
1.2.16.1. Ventajas de la asociatividad.....	65
1.2.16.2. Actitud hacia la asociatividad.	67
1.2.17. Visión empresarial	68
1.2.18. Calidad del producto	72
1.2.18.1. Factores que afectan a la calidad.	73
1.2.18.2. La gestión de la calidad.	74
1.2.19. Cantidad de cosecha	76

1.2.20. Conocimiento de procesos y requisitos de exportación.	79
1.3. Definiciones conceptuales.....	82
CAPÍTULO II HIPÓTESIS Y VARIABLES	85
2.1. Formulación de hipótesis	85
2.1.1. Hipótesis principal	85
2.1.2. Hipótesis específicas.....	85
2.2. Variables y definición operacional.....	86
2.2.1. Variables	86
2.2.2. Definición operacional.....	86
CAPÍTULO III METODOLOGÍA.....	90
3.1 Diseño metodológico.....	90
3.2 Diseño muestral	91
3.1.1. Población.....	91
3.1.1. Muestra	91
3.3 Técnicas de recolección de datos	92
3.1.1. Descripción de los instrumentos.....	92
3.3.2. Validez y confiabilidad de los instrumentos	93
CAPÍTULO IV RESULTADOS.....	96
4.1 Resultados de la investigación.....	96
4.1.1 Oferta exportable actual de la Palta Hass producida por los agricultores productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre.	96

4.1.2	Calidad de la Palta Hass cosechada por los productores del distrito 27 de noviembre de acuerdo con los estándares requeridos por el mercado de Estados Unidos.....	100
4.1.3	Cantidad de cosecha de palta Hass del distrito 27 de noviembre para abastecer la exportación al mercado de Estados Unidos	104
4.1.4	Nivel de asociatividad de los productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre para exportar al mercado de Estados Unidos	108
4.1.5	Visión empresarial de los productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre para exportar al mercado de Estados Unidos	115
4.1.6	Nivel de conocimiento de los productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre sobre los procesos y requisitos de exportación hacia el mercado de Estados Unidos.....	121
4.1.7	Principales factores limitantes de la oferta exportable de palta Hass en los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, hacia el Mercado de Estados Unidos	129
CAPÍTULO V DISCUSIÓN		130
CONCLUSIONES.....		133
RECOMENDACIONES		136
FUENTES DE INFORMACIÓN		139
ANEXOS		148

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Producción mundial de paltas en toneladas.....	33
Tabla 2. Comparación de indicadores comerciales de EE. UU y Canadá para la elección del mercado objetivo para el propósito del estudio	40
Tabla 3. Importaciones de palta de Estados Unidos (en toneladas)	53
Tabla 4. Comparación de indicadores comerciales de EE. UU y Canadá para la elección del mercado objetivo para el propósito del estudio	58
Tabla 5. Operacionalización de la variable oferta exportable.....	88
Tabla 6. Operacionalización de los factores limitantes: Calidad, cantidad, asociatividad, visión empresarial y Conocimiento de procesos y requisitos de exportación.....	88
Tabla 7. <i>Comparación de los resultados obtenidos de la variable oferta exportable en dos momentos diferentes</i>	94
Tabla 8. Comparación de los resultados obtenidos de los factores limitantes en dos momentos diferentes	94
Tabla 9. ¿Considera que le falta algún recurso para mejorar su volumen de cosecha mensual?	106
Tabla 10. ¿Ha desarrollado programas para mejorar la venta de su producto?	117
Tabla 11. ¿Ha desarrollado programas para mejorar la calidad de su producto?	118
Tabla 12. ¿Cuáles son las características que debe tener el medio físico en que se transporta la palta?	124
Tabla 13. ¿Cómo se realiza el proceso de control de la calidad de la palta?	128

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución de las exportaciones mundiales de palta. Tomado de Ministerio de Agricultura y Riego (2019).	38
Figura 2. Evolución de las importaciones mundiales de palta. Tomado de Ministerio de Agricultura y Riego (2019).	40
Figura 3. Evolución de las exportaciones peruanas de palta. Tomado de Ministerio de Agricultura y Riego (2019).	43
Figura 4. Flujograma de la exportación de palta hass de Perú a Estados Unidos. Tomado del documento de Oficina de Promoción Comercial e Inversores (2011).	46
Figura 5. Evolución de las importaciones de palta realizadas por el mercado estadounidense. Tomado de Ministerio de Agricultura y Riego (2019).	52
Figura 6. Evolución de los precios de la palta realizadas por el mercado estadounidense. Tomado de Ministerio de Agricultura y Riego (2019).	54
Figura 7. Superficie cosechada por región en el Perú en el año 2015 y 2016. Tomado del informe elaborado por el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima (2017).	56
Figura 8. ¿El cultivo de palta es su principal actividad económica?.....	96
Figura 9. ¿Cuenta usted con mochilas de fumigar y motoguadañas sofisticadas en el mantenimiento o desarrollo de producción de palta?..	97
Figura 10. ¿Cuenta usted con un sistema de riego para el desarrollo del cultivo de palta?.....	97
Figura 11. ¿Cuenta con los recursos económicos suficientes para poder llevar a cabo la siembra y cosecha de la palta?	98

Figura 12. ¿Cuenta con la disponibilidad de créditos suficientes para poder desarrollar mayor siembra y cosecha de la palta? ..	99
Figura 13. ¿Considera usted que los ingresos por comercializar palta le generan beneficios económicos para continuar con la siembra y cosecha de palta? ..	99
Figura 14. ¿Ha establecido estándares de calidad específicas para clasificar la palta en la cosecha? ..	101
Figura 15. ¿Ha segmentado la calidad de su producto de acuerdo a su tipo de clientes?.....	101
Figura 16. ¿Conoce usted los requisitos de calidad para la exportación de la palta a Estados Unidos?.....	102
Figura 17. ¿Considera que la palta que produce cumple con adecuados estándares de calidad para ser exportada?..	103
Figura 18. ¿El peso de sus Paltas se encuentra en un peso promedio de 200 a 300 g?..	103
Figura 19. ¿Sus cosechas, logran cubrir con las cantidades de palta que le son requeridas?..	104
Figura 20. ¿A Cuánto asciende su cosecha de palta mensual?.....	105
Figura 21. ¿Cuál es la menor cantidad de palta que ha cosechado en un mes? ..	105
Figura 22. ¿Cuántas hectáreas de cultivo de palta posee?..	107
Figura 23. ¿Quisiera pertenece a alguna asociación de agricultores productores de palta?.....	108
Figura 24. ¿Asumiría el compromiso de asociarse a otras instituciones o productores para lograr exportar su producto? ..	108

Figura 25. ¿Usted realiza la comercialización de palta de manera asociada o de forma individual?	109
Figura 26. ¿Según su criterio cree usted que las asociaciones de agricultores buscan que el logro de objetivos favorezca a todos sus miembros?.....	110
Figura 27. ¿Ha determinado objetivos y metas que puedan lograr que su producto se sume a la oferta exportable de palta del país?.....	111
Figura 28. ¿Cuenta con un equipo de trabajo encargado de analizar los diversos escenarios y aspectos necesarios para la exportación?..	112
Figura 29. ¿Conoce usted el rol específico que cumple el gobierno regional y local en las asociaciones de agricultores?	113
Figura 30. ¿Conoce cuáles son las principales entidades públicas que brindan apoyo al sector agro?.....	114
Figura 31. ¿Cuenta usted con políticas internas que le permitan efectivizar la siembra y cosecha de su producto?.....	115
Figura 32. ¿Ha proyectado exportar palta?.....	116
Figura 33. ¿Planifica los procesos a seguir en la siembra y cosecha?..	119
Figura 34. ¿A partir de su experiencia ha establecido procedimientos a seguir para optimizar la siembra de palta?..	120
Figura 35. ¿A partir de su experiencia ha establecido procedimientos a seguir para optimizar la cosecha de palta?.....	121
Figura 36. ¿Ha recibido alguna capacitación respecto a las condiciones que debe tener el lugar en que se almacena la palta para que ésta logre conservar su buen estado?.....	121
Figura 37. ¿Aproximadamente qué cantidad de palta se llega a perder por incidentes en el transcurso de traslado hacia el punto de almacenamiento?..	122

Figura 38. ¿Conoce usted cuál es el proceso documentario que se sigue para exportar la palta?.....	123
Figura 39. ¿Conoce cómo debe ser el embalaje de la palta para que pueda ser transportada sin sufrir daños?.....	123
Figura 40. ¿Usualmente se presentan pérdidas significativas al transportar la palta?	125
Figura 41. ¿Conoce que es una certificación de calidad?.....	126
Figura 42. ¿Conoce los requisitos para obtener una certificación de calidad?	126
Figura 43. ¿Conoce cuáles son las características que debe tener la palta para ser exportada?	127

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general Identificar los principales Factores limitantes de la oferta exportable de Palta Hass en los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, al Mercado de Estados Unidos. Se desarrolló con un enfoque cuantitativo, tipo básica, nivel relacional y diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 12 productores de Palta Hass del distrito de 27 de noviembre, provincia de Huaral. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, y el instrumento el cuestionario, el cual fue validado y sometido a la prueba de fiabilidad.

Dentro de los resultados se encontró que los productores de palta del distrito 27 de noviembre no logran producir la calidad y cantidad de palta requerida por el mercado estadounidense, asimismo, su nivel de asociatividad, visión empresarial y conocimientos es bajo, por ende, dichos factores se encuentran limitando la oferta exportable de Palta Hass al mercado de Estados Unidos.

Palabras clave: Oferta exportable, cantidad, calidad, asociatividad, visión empresarial, conocimientos de exportación.

ABSTRACT

The present investigation entitled “Factors that limit the exportable offer to the United States market in Hass avocado producers in the district of November 27, province of Huaral 2019”. Its general objective was to identify the main limiting factors of the exportable supply of Hass avocado in the producers of the district November 27, province of Huaral, Towards the United States Market. It was developed with a quantitative approach, basic type, relational level and non-experimental design. The sample consisted of 12 Hass avocado producers from the district of November 27, province of Huaral. The data collection technique was the survey, and the instrument the questionnaire, which was validated and subjected to the reliability test.

Among the results, it was found that avocado producers in the 27 November district fail to produce the quality and quantity of avocado required by the US market, and their level of associativity, business vision and knowledge is low, therefore, these factors They are limiting the exportable supply of Hass avocado to the United States market.

Keywords: Exportable supply, quantity, quality, associativity, business vision, export knowledge.

INTRODUCCIÓN

El proceso que atraviesa toda empresa para exportar, sin importar el rubro económico en el que se encuentre, resulta ser complejo si no se tienen los conocimientos necesarios y las estrategias pertinentes para lograr internacionalizar su producto. Para ello además, resulta clave que la empresa cuente con la capacidad para cubrir la demanda del mercado internacional en cantidades y calidad, planificando estrategias para dotar de mejores condiciones y características a sus productos, pero sobretodo, identificar todas aquellas barreras y trabas que pueden estar frenando su proceso de exportación o podrían convertirse en un potencial riesgo a medida que se desarrolla el proceso (Galiana, 2018).

En Ecuador se han presentado una serie de factores que han imposibilitado que los pequeños empresarios saquen adelante su proceso de exportación, dentro de los cuales resalta la falta de infraestructura y maquinaria adecuadas para obtener un producto acorde a las exigencias en calidad y cantidad. Asimismo, los bajos niveles de asociatividad se presentan como un factor potencial que ha sido un impedimento para consolidar procesos de exportación, debido sobre todo a la falta de consolidación de los objetivos y estrategias de los miembros, así como a la falta de capacidad gerencial para dirigir de manera exitosa a las asociaciones. No obstante, y pese a las deficiencias reflejadas en los censos de agricultura del país, las autoridades no han tomado cartas en el asunto, y, además, por parte de los agricultores existe una falta de planificación y desconocimiento de los principales factores que les impiden despegar la comercialización de sus productos. Señalando la gran mayoría de los agricultores que sus procesos de siembra, cosecha y

comercialización son realizados de manera empírica y por tanto, no se logra detectar las posibles mejoras a realizar de manera organizada (España, 2019).

Referente a la situación de Ecuador Ortega (2019) señalaba que lamentablemente la agricultura de exportación del país no ha tenido mejoras significativas en los últimos años, debido en gran medida a la falta de apoyo de la política agraria, pero sobre todo a la falta de un plan estratégico por parte de los agricultores para reconocer y hacer frente a los factores que debilitan su proceso de exportación.

De igual manera, son muchos los factores que influyen en el desempeño de los agricultores colombianos en sus procesos de exportación, siendo muchos de ellos responsabilidad de los propios agricultores. Estando algunos de los principales problemas asociados con las características fitosanitarias de los productos, un escaso conocimiento en el manejo de la comercialización internacional, prácticas agrícolas indebidas, y aunado a ello la falta de programas agrícolas para incentivar la agro exportación. Todo ello ha determinado que Colombia tenga dificultades a lo largo de los últimos tiempos para incrementar su oferta exportadora (Portafolio, 2018).

Asimismo, a través del sitio web CONtextoganadero (2019) se realizó un informe sobre los principales limitantes que enfrentan los agricultores colombianos para exportar sus productos, señalando que el escaso conocimiento de los agricultores sobre temas relevantes de la exportación, la falta de gremios de pequeños productores y carencia de certificaciones de los agricultores, son los causantes que muchos de los agricultores no puedan exportar sus productos. Además, se destacaba que lo más preocupante es que ellos no llegan a reconocer las deficiencias presentadas y, por tanto, no pueden

realizar mejoras para lograr sus fines. También se presentan deficiencias en la comercialización de los productos agrícolas en el mercado exterior, haciéndose necesario mejorar los mecanismos de venta, buscando alianzas estratégicas, es decir, asociaciones, que permitan dar realce a sus productos, y representar un porcentaje significativo de producción para el mercado internacional (El Nuevo Siglo, 2017).

En Perú, también se presentan diversos limitantes para la exportación de los productos agrícolas, los cuales provienen de las deficiencias en los procesos de cosecha y pos cosecha de los agricultores, derivándose ello en productos que no tienen adecuados estándares de calidad, lo mismo que, impide cumplir con los volúmenes de palta que demanda el mercado internacional. Asimismo, la falta de apoyo entre agricultores es también uno de los factores que no permite prosperar al proceso de exportación (Ramos, 2017).

Por su parte, el diario Gestión (2018) señalaba que la asociatividad es importante sobre todo para los pequeños productores, lo cual sería un impulso para acceder a mercados internacionales y poder negociar precios más estables, además indicó que el ánimo de los pequeños agricultores por exportar se encuentra presente, sin embargo, el desconocimiento de todos aquellos aspectos relevantes para exportar ha ocasionado en muchas ocasiones que los agricultores fracasen en el intento y no tengan la posibilidad de controlar las deficiencias y efectivizar su producción para poder acceder a los mercados internacionales.

Además, se destacó que el desconocimiento del proceso de exportación en los agricultores se en gran parte porque la población no tiene estudios básicos, siendo necesaria la intervención del estado para capacitar a dicho

sector, siendo otros de los problemas la complicada asociatividad y la falta de financiamiento, aunando a ello los agricultores no han alcanzado una visión empresarial adecuada que les permita fijar objetivos y estrategias que les permitan avanzar y consolidar el proceso de exportación (Ramos, 2019).

En el distrito 27 de noviembre ubicado en Huaral los agricultores dedicados a la producción de palta Hass se encuentran interesados en exportar su producto al mercado de Estados Unidos ya que, actualmente, la palta que producen la comercian en el mercado nacional y algunas de las cantidades llega a ser exportada, pero a través de intermediarios. Asimismo, su interés por la exportación surge por la acogida que tiene la palta en el mercado de Estados Unidos, y dados los precios nacionales que no son atractivos para dichos agricultores. Sin embargo, pese a la disposición y voluntad para internacionalizar su producto, aún no han logrado tal fin debido a múltiples causas que derivarían de diversos factores que estarían limitando su oferta exportable, pero que ellos no han logrado identificar para contrarrestarlos.

La situación descrita se traduce y se ha manifestado a través de diversas circunstancias tales como pérdidas de palta por un inadecuado manejo de procesos de almacenado y transporte, o deficiente gestión en el proceso de cosecha, también se ha observado que en algunos casos no han logrado cubrir la demanda de los intermediarios exportadores por falta de calidad de la palta o cantidades insuficientes. Ante tal escenario se hace necesario el estudio de los principales factores que estarían siendo limitantes de la oferta exportable de los productores de Palta Hass, ya que, de continuar con ese panorama, los agricultores en mención no lograrán concretar la exportación de sus productos,

además, podrían tener problemas de carácter financiero que afecte sus campañas de siembra y cosecha.

Dado el panorama descrito anteriormente, el estudio se planteó como problema general: ¿Cuáles son los principales factores que limitan la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del Distrito 27 de noviembre, Provincia de Huaral, 2019?, y para abordar en mayor amplitud la problemática se plantearon las siguientes problemas específicos: ¿Es la calidad un factor que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019?, ¿La cantidad resulta ser un factor que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019?, ¿El nivel de asociatividad es un factor que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019?, ¿La visión empresarial constituye un factor limitante de la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019?, ¿El nivel de conocimientos de procesos y requisitos de exportación es uno de los factores que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019?.

Además, se estableció como objetivo general: Identificar los principales factores que limitan la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019. Siendo los objetivos específicos los siguientes: Determinar si la

calidad es un factor que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019; evaluar si la cantidad resulta ser un factor que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019; determinar si el nivel de asociatividad resulta ser un factor que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019; establecer si la visión empresarial es uno de los factores que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del Distrito 27 de noviembre, Provincia de Huaral, 2019; precisar si el nivel de conocimiento de procesos y requisitos de exportación es un factor que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019.

La importancia de la presente investigación, la cual radica en el hecho de realizar una investigación que pueda identificar puntualmente aquellos factores que estaría limitando la oferta exportable y de aquellos aspectos que engloban cada uno de ellos, de modo tal, que constituyan aporte de conocimiento significativo los cuales incluso pueden ser útiles a la sociedad para determinar en base a ellos medidas correctivas y adoptar estrategias de mejora que impulsen la capacidad de los productores del Distrito 27 de noviembre para exportar su producto, generando beneficios sobre su economía y la economía del país y ,además, siendo la investigación útil para la comunidad interesada en emprender un proceso exportador.

Asimismo, cabe destacar que al realizar la investigación no se presentaron mayores limitantes, estando los agricultores dispuestos a colaborar brindando los datos oportunos para desarrollar el estudio, y hallándose la literatura pertinente para los fines de la investigación, por ende, se podría considerar como única limitante al acceso del lugar debido a la distancia del lugar para poder observar más de cerca la realidad.

Es así que, la investigación se abordó bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básica, en la razón que su aporte buscó constituir conocimientos significativos en la materia, además el estudio se realizó a un nivel descriptivo y con un diseño no experimental de corte transversal.

Además, para el logro de sus fines la investigación fue estructurada en los siguientes capítulos:

Capítulo I: Marco teórico, el cual comprende los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y las definiciones conceptuales.

Capítulo II: Hipótesis y variables, comprende la formulación de hipótesis y presenta a las variables y su operacionalización.

Capítulo III: Metodología, el cual contiene el diseño metodológico, el diseño muestral, las técnicas de recolección de datos, las técnicas estadísticas para el procesamiento de información y los aspectos éticos.

Capítulo V: Discusiones, contiene la discusión de los resultados con estudios previos.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

1.1.1. Antecedentes internacionales

Sánchez (2018) en su tesis: "*Análisis de los factores que influyen en la internacionalización de las PYME que utilizan la herramienta exporta fácil caso: Yanapi S.A.*". Pontificia Universidad Católica de Ecuador. Esmeralda, Ecuador. El propósito de esta investigación fue analizar cuáles son los factores que influyen en la internacionalización de las PYME que utilizan la herramienta exporta fácil. Dicho estudio se caracterizó por ser de tipo cualitativo, descriptivo. Para la muestra se utilizó al personal administrativo que labora en la empresa Yanapi S.A. En cuanto al instrumento empleado en la investigación, se realizaron entrevistas. La investigación llegó a la conclusión que la empresa no busca ni renueva la idea de buscar empresas aliadas que le permitan ofrecer sus productos en el exterior, por lo que esto se considera un limitante para dicho propósito. Este estudio sirve como pilar para conocer los factores limitantes que influyen en una empresa al momento de internacionalizarse.

Martínez (2016). En su tesis: "*Estrategias y determinantes en la internacionalización de PYME en el contexto del Mercosur, Caso Uruguay*". Universidad Católica San Antonio de Murcia. Murcia, España. El objetivo principal de esta investigación fue definir los factores de éxito a partir de las estrategias de internacionalización desarrolladas por PYME para países en desarrollo, como los que pertenecen al Mercosur y, en particular, para el caso

específico de Uruguay. La investigación se caracterizó por ser de tipo exploratoria. Para la muestra se utilizaron 400 empresas PYME. El instrumento empleado fue una encuesta. El estudio concluyó que uno de los factores de éxito que poseen las estrategias de internacionalización es tanto la antigüedad de la empresa como el dominio de diversos idiomas por parte de los trabajadores. Esta investigación puede servir como guía para conocer qué factores pueden garantizar el éxito al momento de internacionalizar una empresa y qué estrategias pueden ser las más pertinentes para aplicarlas.

Rodríguez (2014) en su tesis: "*Factores que limitan la inserción de las flores peruanas en los mercados de exportación*". Universidad de Buenos Aires, Argentina. Esta investigación tuvo como objetivo identificar y describir los factores que limitan el ingreso de las flores peruanas a los mercados internacionales. La investigación fue de tipo aplicada, nivel descriptivo, y diseño no experimental de corte transversal. La muestra consideró 15 productores de flores peruanas. La técnica de estudio fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. Llegando a concluir que: los factores positivos para la exportación de flores peruanas son la cantidad de hectáreas disponibles para el cultivo y abundante mano de obra, sin embargo, existen diversos factores que limitan la exportación de dichos productos, dentro de los cuales están las técnicas de siembra y cosecha poco especializadas y desfasadas, la falta de asistencia técnica y capacitación a los productores, la poca inversión en la adquisición de recursos y herramientas innovadores, además, de la falta de asociatividad. Este antecedente resulta útil, ya que provee de contenido teórico para conocer respecto a los factores limitantes de un proceso exportador.

1.1.2. Antecedentes nacionales

Esquivel (2018) en su tesis: "Factores que limitan la asociatividad de exportación de los agricultores de Palta Hass del Distrito de Chao - 2018". Universidad César Vallejo. Trujillo, Perú. El estudio dispuso como propósito determinar los factores que limitan la asociatividad para la exportación de los agricultores de Palta Hass del Distrito de Chao - 2017. La investigación se caracterizó por ser no experimental, transversal, descriptiva. Como muestra se tomaron a 87 agricultores de Palta Hass del Distrito de Chao. Como instrumento se utilizó una encuesta. Llegándose a determinar que el nivel de conocimiento de los agricultores respecto al proceso de exportación es bajo, además, la voluntad de asociarse es baja, asimismo, existe poca confianza y un escaso apoyo de las autoridades. Este trabajo sirve como pilar para descubrir los factores limitantes más comunes en la asociatividad de exportación de los agricultores.

Gutiérrez (2017), en su tesis: "Factores que limitan la Asociatividad para exportar Palta Hass en el Centro Poblado Buenavista - Chao, La Libertad - 2017". Universidad César Vallejo. Trujillo - Perú. Esta investigación tuvo como propósito determinar los factores que limitan la Asociatividad para la exportación de la Palta Hass en el Centro Poblado de Buenavista - Chao. La Libertad - 2017. El estudio se caracterizó por ser de tipo no experimental, transversal. Como muestra se utilizaron 2503 pobladores que se dedican a la agricultura de Palta Hass. Como instrumento para la recolección de datos se implementó una encuesta y un análisis documental. El estudio concluyó que los limitantes más significativos que afecta la asociatividad para exportar la Palta Hass son la

desconfianza, la falta de asistencia técnica y voluntad de los agricultores para lograr objetivos comunes, además, se establece que las cantidades producidas son poco significativas para cubrir las cantidades requeridas por el mercado internacional, asimismo, no cuentan con planes estratégicos para lograr un adecuado proceso de exportación. Este trabajo sirve como guía para identificar los factores limitantes que afectan la asociatividad de exportación.

Naupari (2017) en su tesis: "*Estrategias para desarrollar la exportación de Palta Hass en Estados Unidos por parte de los productores del Valle de Huayan-Huaral*". Universidad de San Martín de Porres. Lima, Perú. Esta investigación tuvo como propósito establecer qué estrategias se implementarían para desarrollar la exportación de Paltas Hass a Estados Unidos entre los productores del Valle de Huayan-Haural. El estudio se caracterizó por ser de tipo exploratorio, cualitativo. Se utilizó como muestra a 40 productores de Palta Hass. Los instrumentos implementados para la recolección de datos fueron un cuestionario y entrevistas. La investigación dentro de sus conclusiones determinó a la asociatividad como una de las estrategias eficientes para el proceso de exportación, no obstante, halló que la asociatividad no es efectiva en los agricultores, debido a que no tienen la voluntad para cumplir objetivos dentro de una asociación y además no confían en los buenos resultados, por tanto, comercializan de manera individual sus productos, además se halló que uno de los limitantes para llevar a cabo adecuadas estrategias de exportación es el recurso financiero, asimismo, la calidad de los productos no cumple con los estándares adecuados para ser exportado dado el desconocimiento de los agricultores respecto a los requisitos. Este trabajo sirve como guía para conocer

las estrategias más eficaces que deben aplicarse para llevar a cabo los procesos de exportación exitosos.

Fernández y Rivera (2016) en su tesis: "*Análisis de los factores que limitan la exportación de carne de Cuy (Cavia Porcellus) hacia el mercado de Estados Unidos, en el departamento de Cajamarca en el año 2016*". Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Lambayeque, Perú. El propósito principal del estudio fue analizar los principales factores que limitan la exportación de carne de Cuy (Cavia Porcellus), que impidan su traslado hacia el mercado de Estados Unidos, en el Departamento de Cajamarca, en el año 2016. La investigación se caracterizó por ser de tipo exploratorio, descriptivo, no experimenta, Transversal. Para la muestra se tomaron a 602 productores de Cuy (Cavia Porcellus). Como instrumento se implementaron las entrevistas. Dentro de las conclusiones se halló que la poca cantidad, la gestión empresarial deficiente motivada por el desconocimiento de los requisitos y los procedimientos para la internacionalización comercial, así como por el desconocimiento del apoyo dado por el gobierno para los exportadores, además de los deficientes procesos logísticos realizados son los principales factores que limitan la exportación hacia el mercado de Estados Unidos. Este trabajo sirvió como base para conocer que limitantes de para emprender la exportación.

Vidal (2016), en su tesis: "*Estudio de Pre-factibilidad para la exportación de Paltas Hass a Estados Unidos*". Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú. El objetivo de la investigación se basó en analizar los diversos factores del ambiente interno y externo para formular estrategias adecuadas que

incentiven la calidad de producción exportado. El estudio se caracterizó por ser de tipo descriptivo, documental. Como muestra se utilizó la palta empaquetadora de Lima, Huaral. Como instrumento se empleó una matriz de análisis. La investigación tuvo como conclusión que uno de los factores internos y externos que deben emplearse como estrategia de producción y exportación es la implementación de costos más bajos que la competencia. Este trabajo sirve como pilar para establecer las estrategias adecuadas que mejoren el nivel de calidad de los productos y su exportación.

Cruz y Chachapoyas (2016): "*Factores en la cadena de valor que limitan el proceso de comercialización internacional de la Palta Hass en la Asociación Augusta López Arenas de Pitipo-Lambayeque en el 2014*". Universidad Privada Juan Mejías Baca. Chiclayo, Perú. El objetivo de su investigación fue determinar los factores en la cadena de valor que limitan el proceso de comercialización internacional de Palta Hass en la Asociación antes mencionada. El estudio se caracterizó por ser de tipo de tipo descriptivo, no experimental. Como muestra se consideró 13 agricultores productores asociados a la Palta Variedad Hass. Para el instrumento se implementó una guía de entrevistas. La investigación concluyó señalando que dentro de los principales problemas para la exportación están la desorganización y la forma empírica en la que llevan a cabo la gestión de su producción, además, la falta de una adecuada asociatividad entre los pequeños agricultores para exportar la palta. Este trabajo sirvió como base para conocer los factores limitantes en el proceso de comercialización internacional.

Cárdenas y Figueroa (2015) en su tesis: "*El mercado Canadiense; Una oportunidad de negocios para exportaciones de Palta Hass Peruana; Período 2016-2020*". Universidad Privada del Norte. Trujillo, Perú. El objetivo principal de esta investigación fue analizar en qué medida el mercado canadiense constituiría una oportunidad de negocios para las exportaciones de palta peruana Hass durante el período 2016-2020. El estudio fue de tipo no experimental, longitudinal. Como muestra de tomaron las exportaciones de Palta Hass entre Perú y Canadá. El instrumento utilizado para la recolección de datos fueron las entrevistas. Dentro de las conclusiones de la investigación se determinó que el mercado Canadiense influyó mucho en cuanto a las exportaciones peruanas durante el período 2009-2014. Este trabajo puede servir como base para conocer la influencia que poseen los mercados internacionales en exportaciones de Palta Peruanas.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Oferta exportable

Según el Ministerio de Agricultura y Riego del Perú (MINAGRI), la oferta exportable no se enfoca solo en el cumplimiento de los volúmenes y de los requisitos solicitados por un cliente determinado de orden internacional, sino que, a su vez, se centra en el análisis de los siguientes aspectos: La capacidad financiera, la capacidad económica y la gestión de empresa (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 4). En ese sentido, la oferta exportable abarca los siguientes elementos:

- a. Disponibilidad del producto: La empresa debe determinar el volumen que es válido para el mercado externo. El volumen tiene que

ofrecerse de una forma continua o estable, de la misma forma, el producto debe cumplir con los requerimientos y normativas que exige el mercado objetivo.

- b. Capacidad económica y financiera de la empresa: La empresa debe contener los recursos respectivos para poder asumir cada uno de los costos que implica la exportación, de igual manera mantener los precios a un nivel competitivo dentro del mercado internacional, en caso de que la empresa no posea los recursos que son necesarios para asumir cada uno de los costos antes dichos, tiene que contar con una capacidad importante de endeudamiento y buscar un financiamiento a través de terceros.
- c. Capacidad de gestión: La compañía debe poseer una cultura de exportación, haciendo la identificación sólidamente de sus debilidades y capacidades, asimismo, sus objetivos deben estar fijados claramente.

Cuando se trata de la oferta exportable que tiene una empresa se habla precisamente de esa capacidad y disposición que tiene toda empresa para poder exportar dicha potencialidad en torno al producto que va a vender en el mercado; eso sí, teniendo presente cuánta cantidad de producto es capaz de producir para la exportación, el costo de ésta y evaluando cuales son las herramientas y el personal con el que cuenta para realizar todos los procesos dentro del mercado internacional (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 4). En pocas palabras, implicaría tener la certeza de tener un volumen de mercancía pedida y pagada por un cliente determinado o, tener esa cantidad de producto que

requiere un mercado externo y, además, poder suministrar dicha cantidad de manera estable o continua.

Para tener una adecuada oferta exportable aparte de cumplir con todos los requerimientos y requisitos del país destino, se debe tomar en cuenta las exigencias culturales, geográficas y económicas (Valera & Rueda, 2016, pág. 132).

Es importante contar con una determinada cantidad que resulte suficiente para comercializar en el exterior de manera regular y significativa, es así que, la oferta exportable está relacionada de manera directa con la capacidad exportable para poder cubrir las cantidades demandadas por el mercado internacional. Pudiendo ser designarla como la capacidad que posee una empresa para producir los volúmenes solicitados por un determinado importador y que dichos productos cuenten con los requisitos y estándares establecidos por el mercado de destino (Macha R. , 2018, pág. 62).

- a. **Capacidad exportable de los productores:** Aquí va a influir el tamaño que tenga la empresa, pues, aunque el tamaño en sí mismo no es un impedimento para que el producto vaya al mercado internacional, si lo es para el volumen que se quiera enviar a dicho mercado. En ese sentido, las empresas pequeñas suelen tener problemas ya que no tienen los recursos económicos ni la cantidad de personal para poder realizar grandes exportaciones, sobre todo si los trabajadores deben desplazarse al exterior por ello. De ahí que sea sumamente importante analizar la capacidad productiva que tenga la empresa y cuál es su nivel para ello, sobre todo, para saber si realmente se está trabajando a la máxima

capacidad de producción y así evaluar cómo aumentarla. Por eso es importante tener pleno control de la producción, el tiempo de reacción de la empresa, los desvíos de plazos y el grado del compromiso que puede tener la organización (Ortega & Espinosa, 2015, págs. 102-105).

a. Capacidad instalada: Corresponde a la capacidad máxima disponible de producción permanente de la empresa. Está referida directamente a la disponibilidad de infraestructura que tiene la organización para producir un servicio o bien determinado, y está ligada intrínsecamente a la cantidad de producción que puede manejar. Esto se debe a que todo sistema de producción requiere de recursos físicos, tecnológicos, humanos y económicos que le permitan utilizar la maquinaria y la materia prima necesarios y de la mejor calidad para poder elaborar el producto o servicio que se va a prestar. Lo que significa que, a mayor capacidad instalada, mayor será la infraestructura y habrá una mayor capacidad de producción (Pedraza, 2014, págs. 64-66).

1.2.2. Producción de palta a nivel mundial

En la actualidad, existen más de 500 variedades de palta alrededor del mundo, siendo de estas las que más se cultivan la palta Fuerte, Hass, Reed, Bacon, Pikerton, Gween y más, constituyendo a nivel mundial el 80% del comercio de este fruto el de variedad Hass. Como se observa en las estadísticas más recientes de FAOSTAT, la producción de palta dentro del mundo demuestra un crecimiento de hasta un 5.1% por año dentro del período 2000-2017, salvo en el 2008. Debido a la respuesta de expansión de su consumo en el mundo, para el 2017 se alcanzó la cifra de producción más elevada con 6.048 mil

toneladas. México es el principal productor, consumidor y exportador de palta en el mundo, representando en el 2018 hasta el 34% de la producción a nivel mundial, con una tasa de crecimiento de 5.09% en promedio (2000-2017); le sigue en posición República Dominicana con un 11% de la participación y un incremento por año de 13.3%. En el tercer puesto en volumen de producción de palta se encuentra Perú, con un 8% de participación, siendo la nación que demuestra una tasa mayor de crecimiento en su producción con un 14.4% en promedio por año, superando a países como Estados Unidos en el 2007, a Chile en el 2008, Indonesia en el 2014 y Colombia en el 2015, tal tasa de crecimiento, posiblemente para el 2021 igualará su producción a la de República Dominicana (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 8).

Tabla 1.
Producción mundial de paltas en toneladas

País	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
México	142	162	230	107	264	316	467	520	644	889	029
Rep. Dominicana	892	429	973	135	141	104	837	695	226	354	886
Perú	183	188	184	285	295	290	387	513	526	601	637
Indonesia	468	139	357	590	081	011	546	961	438	349	688
Colombia	121	136	157	184	213	268	288	349	367	455	466
Brasil	720	303	415	370	662	525	387	317	110	394	758
Kenya	201	244	257	224	275	294	289	307	382	304	363
Venezuela	635	215	642	278	953	200	901	326	530	938	157
Chile	193	183	189	205	215	255	294	288	309	294	314
EE.UU	996	968	029	443	089	384	997	739	852	389	275
	154	147	139	153	160	159	157	156	180	196	213
	096	214	089	189	376	903	482	699	652	422	041
	93	103	145	202	149	166	177	218	136	176	194
	639	523	204	294	241	948	799	692	420	045	279
	83	71	68	83	107	116	112	121	128	130	133
	304	771	701	618	301	964	670	576	601	290	922
			232								
	209	122	200	166	156	160	165	160	148	140	133
	645	633	2	382	247	000	000	000	459	558	636
	193	105	270	158	205	238	166	179	207	124	132
	100	230	813	150	432	495	106	124	750	860	730

	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Otros	106	068	127	203	223	247	237	337	379	423	429
países	004	196	262	695	738	320	212	333	564	923	136
	3	3	4	3	4	4	4	5	5	5	6
	683	533	002	974	266	513	744	153	411	735	048
Total	499	621	687	144	261	854	937	462	602	5 22	508

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego (2019).

Elaboración: Propia

Su crecimiento promedio en el mundo ha sido de apenas un 0.2%, lo quiere decir que casi se ha mantenido en el estancamiento en los últimos años; no obstante, hay que resaltar el elevado incremento en el rendimiento de paltas por parte de República Dominicana, y es que, durante los últimos años se ha elevado de las 26 toneladas en el 2007 a unas 43 toneladas en el 2017, lo que implica todo un récord; mientras El Salvador, Brasil y Kenia demuestran un rendimiento de unas 17.1 toneladas, 16.5 toneladas y 16.7 toneladas respectivamente. Perú por su parte representa un incremento de rendimiento de hasta unos 8.7 toneladas en 2005 a 11.2 toneladas en el 2014 y para el 2017 se puede ver un incremento de 11.8 kilos (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 8).

1.2.3. Precios internacionales de la palta

La palta y en específico su variedad Hass, es uno de los productos que hasta hace más de una década era considerada como un producto exótico, incluso en la actualidad hay naciones donde sus poblaciones aún no conocen la forma de consumir tal fruto. No obstante, en otras regiones su consumo se ha vuelto más bien habitual y su demanda ha ido creciendo en cada una de las clases sociales de los mercados principales, tales como: Estados Unidos, Francia, Inglaterra y el en bloque de la Unión Europea liberada por Holanda; y un poco más allá en Japón y Canadá, entre los países de mayor importancia.

Estados Unidos es, de lejos, el consumidor mayor e importador de paltas a nivel mundial, y es una de las naciones fijadoras de los precios en el mercado a nivel internacional. La Unión Europea le sigue, mercado que se ha disparado su consumo en los últimos años. Por un lado, muy a pesar de que no es un producto que sea muy consumido en China, su demanda ha aumentado en los últimos tiempos, provocando que las exportaciones al continente desde Latinoamérica se dupliquen por año (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 9).

Es así como el consumo global va en aumento de una tasa mayor que su aumento de producción. El mercado es grande para los productores, puesto que, en China, Norteamérica y Europa han demostrado su solidez en la importación de paltas. De ahí que, en el largo plazo, el crecimiento del precio unitario de importancia promedio anual (puerto entrada), demuestra un comportamiento ondulante en función de la estacionalidad de la producción, no obstante, con una tendencia de crecimiento sostenido. Como puede apreciarse en la gráfica, los precios promedios por año registran año a año niveles crecientes. Algunos de los mercados de destino más importantes demuestran un precio por encima del precio promedio, como es el caso de Japón (el más alto), Canadá y de forma reciente el mercado chino (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 9).

Mientras, hay mercados como Estados Unidos, Francia y Holanda donde los precios se elevan de forma moderada, tales son mercados que son consolidados y/o mercados que permiten la reexportación hacia otros mercados que son más lejanos, como lo son Asia, Europa del Este, Asia o Medio Oriente. Es en ese sentido, se puede observar un comportamiento oscilante durante el año, con niveles menores en los precios durante los meses de junio y diciembre de cada año que, es cuando hay afluencia mayor en la producción mundial o

simplemente su producción cubre los mercados a nivel internacional. Mientras, entre los meses de enero y febrero (además, de agosto) es cuando los precios en los mercados se elevan, en especial el mercado holandés y norteamericano (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 9).

En el mercado de Estados Unidos desde enero se inicia una demanda fuerte denominada “oro verde”, para el mes de febrero los precios mejoran, y entre esos días se lleva a cabo el mayor evento conocido en tal nación: el “Super Bowl”, la cual es la final del fútbol americano, tiempo en el cual los norteamericanos consumen toneladas de palta en diversas formas, sobre todo en guacamoles. Es así, como las que se consumen en este tiempo provienen de hasta en un 80% de México y, cada año poseen mayor publicidad en tal nación para que los ciudadanos puedan tener la fruta para su guacamole (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 9).

Cabe destacar que la denominada “época dorada” de la palta llevó la venta de tal producto a unas cifras récord, puesto que, en tan solo 2016 la final de la Súper Bowl fue un gran motivo para que se vendieran alrededor de 278 millones de estos frutos en el territorio estadounidense (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 9).

Para el 2018 se estima que la demanda ha sido de hasta unas 100 mil toneladas de paltas con un precio de 1.3 euros por kilogramo durante la Súper Bowl. A su vez, en sitios como Minneapolis (sitio donde se celebró) hay negocios que se aprovechan de la gran popularidad de tal plato tradicional en la gran final de la NFL para poder cobrar precios estratosféricos. Mientras, en el mercado holandés, Ine Potting, el director de abastecimiento global del mayorista holandés en verduras y frutas Scherperhuizen, estima que los volúmenes

importados de la palta fueron de alrededor de unos 40-70% más elevados. En comparación al mismo período del año pasado, mientras que la demanda creció alrededor de un 10 a 20%, tal situación estaría afectando de forma sensible la caída de los precios en Europa, muy en especial en el segundo semestre del 2018 (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 9).

1.2.4. Exportación de palta en el mundo

En un porcentaje del 33% de la producción mundial de palta que se exporta, casi un 95% del volumen comercializado es perteneciente a la variedad de Hass, el incremento de las exportaciones en los últimos diecisiete años es en el promedio por año un 12%, lo que demuestra que tal producto está siendo valorado recién en tal magnitud y conocido en todo el mundo. Para el año 2017, alcanzó la cifra récord de exportación mundial de uno 1.9 millones de toneladas. Siendo México durante muchos años el líder mundial de la producción y exportación a nivel mundial, en el 2017 representó el 45% del total exportado, no obstante, anualmente por los últimos años no ha dejado de crecer (con un promedio de 17%), en la misma medida que van ingresando nuevos proveedores de mayor dinamismo, mientras que tal país va bajando su nivel relativo de participación (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 11).

En segundo lugar, el puesto le corresponde al Perú con unas 247 mil toneladas (12.4% del total), es uno de los países más dinámicos en el sector exportador, y ha ido creciendo con una tasa promedio de unos 32% al año, durante el período 2000 al 2017, logrando superar en ese período a los países proveedores y comercializadores más importantes en el mundo. Si se cuantificara en bloques a las naciones de la Unión Europea, ésta sería la segunda economía exportadora más grande; no obstante, el desempeño del

comercio mundial se ha ido evaluando de forma individual, siendo en tal sentido lo Países Bajos (191 mil toneladas) una nación eminente en el comercio, importando de diversos países de América Latina y como centro para distribución mundial, por su logística disponible, reexporta hacia los mercados muy lejanos como lo es Europa del Este, Oceanía y Asia. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 11).

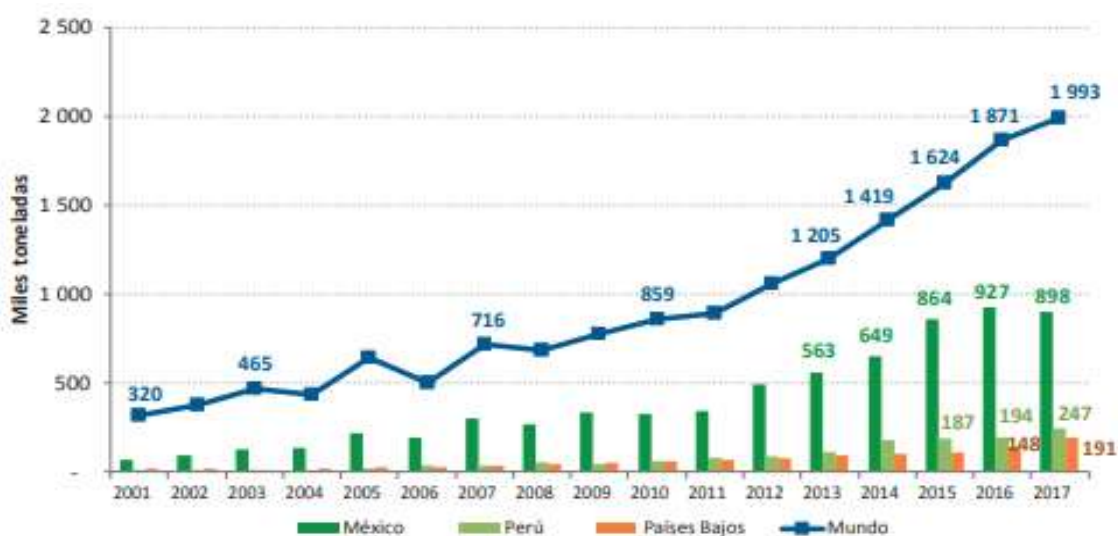


Figura 1. Evolución de las exportaciones mundiales de palta. Tomado de Ministerio de Agricultura y Riego (2019).

1.2.5. Importación de palta en el mundo

De manera general, el desempeño de las importaciones de la palta ha sido positivo en los registros de las últimas décadas, presentándose un incremento importante de las importaciones, motivado por la creciente demanda de los mercados. Se han consolidado como los mayores importadores de palta en el mundo Estados Unidos y la Unión Europea, destacando EE.UU como el principal mercado que además presenta una tendencia al alza, con proyecciones

de demanda al 2020 de hasta 1 a 1.2 millones de toneladas (Arias & Montoya , 2018, págs. 26-27).

Asimismo, el Ministerio de Agricultura y Riego (2019) señalaba que las importaciones de palta en el mundo son realizadas por apenas 145 países, y además, han experimentado un crecimiento sostenido, observándose en el periodo 2001 – 2017 una tasa de crecimiento equivalente a 12.5% por año. De modo tal que en a largo de 18 años las importaciones a nivel mundial han experimentado un crecimiento de alrededor seis veces su volumen, estando por encima del millón de toneladas en el 2012. Y de los 2 millones en el año 2017, alcanzando en tal fecha una cifra histórica equivalente a 2.08 millones de toneladas. Cabe destacar que Estados Unidos y la Unión Europea, respectivamente, representan la mayor demanda de palta a nivel mundial, abarcando al 2017 aproximadamente el 80.7% del total importado a nivel mundial, sumándose a ellos otros mercados de importante y permanente presencia en la importación, sobretudo en la última década, tales como Canadá, Japón, China, Hong Kong, Corea del Sur, Singapur, Arabia Saudita, Emiratos Árabes, existiendo además la presencia de algunos países centroamericanos quienes constituyen un pequeño mercado que anualmente llega a superar las 25 mil toneladas importadas (p. 16). A continuación, se presenta un gráfico que contiene el detalle de los principales importadores de palta a nivel mundial:

	2001	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Mundo	315 353	603 210	887 465	942 026	1 110 766	1 270 357	1 535 424	1 756 367	1 943 541	2 081 026
EE.UU.	59 385	212 635	345 010	415 306	502 566	571 827	729 142	867 364	859 606	900 198
Unión Europea	186 236	272 500	344 074	340 506	363 298	413 672	504 828	558 039	697 240	780 132
Canadá	13 064	18 244	35 646	36 127	49 027	57 488	61 087	70 020	77 845	79 892
Japón	10 821	28 150	44 552	37 173	58 555	60 458	57 600	57 588	73 915	60 635
China	-	51	2	32	154	1 498	4 066	15 989	25 128	32 137
Hong Kong	1 310	1 015	1 976	2 361	2 606	2 597	4 242	7 800	16 749	21 018
Arabia Saudita	344	45	1 230	1 762	7 254	9 752	10 312	16 697	17 527	20 451
Rusia	694	2 371	8 367	9 474	11 157	13 948	14 404	11 837	12 248	19 120
Argentina	1 106	1 553	8 358	5 494	9 179	9 621	13 208	10 807	12 784	19 033
Emiratos A.U.		1 957			7 287	10 077	13 250	15 841	17 000	16 555
Australia	4 743	9 540	10 572	16 166	9 627	10 941	19 889	15 214	19 757	16 407
Suiza	3 602	4 078	6 152	6 789	7 340	7 915	9 516	11 376	13 823	14 694
Noruega	1 416	2 467	5 154	6 553	7 090	8 787	10 496	11 673	12 411	12 422
El Salvador	8 816	9 796	9 308	9 262	13 754	12 666	12 213	12 269	12 570	12 005
Honduras	2 278	673	9 032	6 426	10 412	11 405	10 263	11 379	9 972	10 613
Otros países	21 538	38 135	58 032	48 595	51 460	67 705	60 908	62 474	64 966	65 714

Figura 2. Evolución de las importaciones mundiales de palta. Tomado de Ministerio de Agricultura y Riego (2019).

1.2.6. Elección del mercado objetivo

Para la elección del mercado objetivo como parte del propósito del estudio, se tomaron en cuenta diversos indicadores para determinar el estudio de la exportación de palta Hass con destino a Estados Unidos, siendo dichos indicadores presentados en la siguiente tabla:

Tabla 2.
Comparación de indicadores comerciales de EE. UU y Canadá para la elección del mercado objetivo para el propósito del estudio

Indicador	EE.UU	Canadá
PBI	Las proyecciones indican una tendencia creciente, situándose el PBI en el 2018 en USD 20 250,83 mil millones.	Situado en el 2018 en USD 1.584.797 mil millones. Las proyecciones de crecimiento se encuentran por debajo de las de Estados Unidos.
Comercio transfronterizo	País con uno de los mayores niveles de exportación e importación.	Su comercio transfronterizo se fue restableciendo a partir del 2009, luego de que experimentara una crisis en el 2008.

Importación de palta	Estados Unidos es el principal importador de palta a nivel mundial.	Canadá es el tercer importador de palta a nivel mundial.
Apertura comercial	Perú ha entablado acuerdos comerciales con EE. UU, gracias a lo cual se hace posible entablar relaciones comerciales con beneficios para ambos países.	En el 2018 estableció un acuerdo comercial con México, quien es el principal competidor de Perú en exportación de palta.
Exportaciones de palta de Perú hacia EE.UU	Al 2018 el Perú cubría aproximadamente el 27% de las importaciones de Palta del mercado estadounidense, lo cual equivale aproximadamente a 81 893 toneladas.	Al 2018 el Perú exportó aproximadamente 757 toneladas

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016) y Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2018).
Elaboración: Propia

Como se puede observar en la tabla al comparar a EE. UU con Canadá en cuanto a sus indicadores de desempeño comercial, se observa que EE. UU muestra mejores indicadores que lo constituyen en el mercado idóneo y de demanda creciente en cuanto a la importación de palta, lo cual motivó la elección de tal mercado como caso de estudio para las exportaciones de palta.

1.2.7. Exportación de palta del Perú hacia el mercado estadounidense

El elevado incremento de las importaciones de palta de Estados Unidos, el cual proviene de diversos países durante enero-octubre del 2018, con respecto al período del año anterior, se ha elevado con una tasa que se remonta hasta unos 17.3%. Perú, luego de casi una década de gestión administrativa ha logrado que el ente APHIS en el país norteamericano establezca un protocolo

fitosanitario con el fin de poder ingresar al mercado norteamericano desde los últimos meses del 2010. En tal sentido, se han observado las cifras marginales desde el 2011, aunque, con los años siguientes va en aumento sus colocaciones a una tasa promedio por año de 141%, elevándose en un 104% en el 2017 con respecto al año anterior (64 mil toneladas), constituyéndose así en el segundo proveedor más importante de Estados Unidos y desplazando a República Dominicana y Chile (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 20).

Para el 2017, Perú representa el 7.2% del total que es importado por Estados Unidos. Según las cifras norteamericanas, durante el período enero-octubre del 2018, las importaciones norteamericanas desde el territorio peruano se han elevado hasta un 27%. La tasa más elevada de todas las naciones. Contrario a la situación del territorio peruano, la vecina nación Chile durante este período ha bajado su nivel de exportación a Estados Unidos en un 49% (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 20).

1.2.8. Evolución de la exportación peruana de palta

Las exportaciones de palta se registran desde finales de los años 90, cuando se opta por hacer el cultivo de la variedad Hass, cuyas características hacen más fácil el poder transportarla y manejarla luego de la cosecha y son los que poseen una gran aceptación dentro del mercado internacional. Si bien las exportaciones del Perú fueron incrementando de forma lenta los primeros años en la década anterior, en términos absolutos poseían aun poco significado. Para el año 2001 apenas se hacía la exportación de 2.8 mil toneladas de palta el 100% al mercado de Europa, no obstante, se fueron diversificando de forma lenta los mercados de destino. Ello permitió que la economía de país andino entrar en una etapa de fortalecimiento y apuesta por las agro exportaciones, dadas las

características de gran particularidad, en especial la zona de la costa donde al disponer de agua para su riego por goteo y no depender de las lluvias, es permitido la planificación de las siembras y orientar los cultivos en función de los mercados (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 36).

En los años siguientes se inició el incremento de la producción para las exportaciones, el mercado a nivel mundial ofrece precios excepcionales por la palta. La demanda fue mucho mayor que la oferta, para el 2005 se estaba exportando alrededor de 31.7 millones de toneladas de este fruto, para el 2010 alcanza la cifra de los 59.5 mil toneladas, pero para el 2015 se triplica el volumen de exportación a unos 175.7 mil toneladas. Para el 2018 se estima una exportación de 359 mil toneladas, lo que representa un 100% más al respecto del 2015 y un 47% para el año 2017, lo que le vuelve todo un récord de crecimiento exportador (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019, pág. 36).

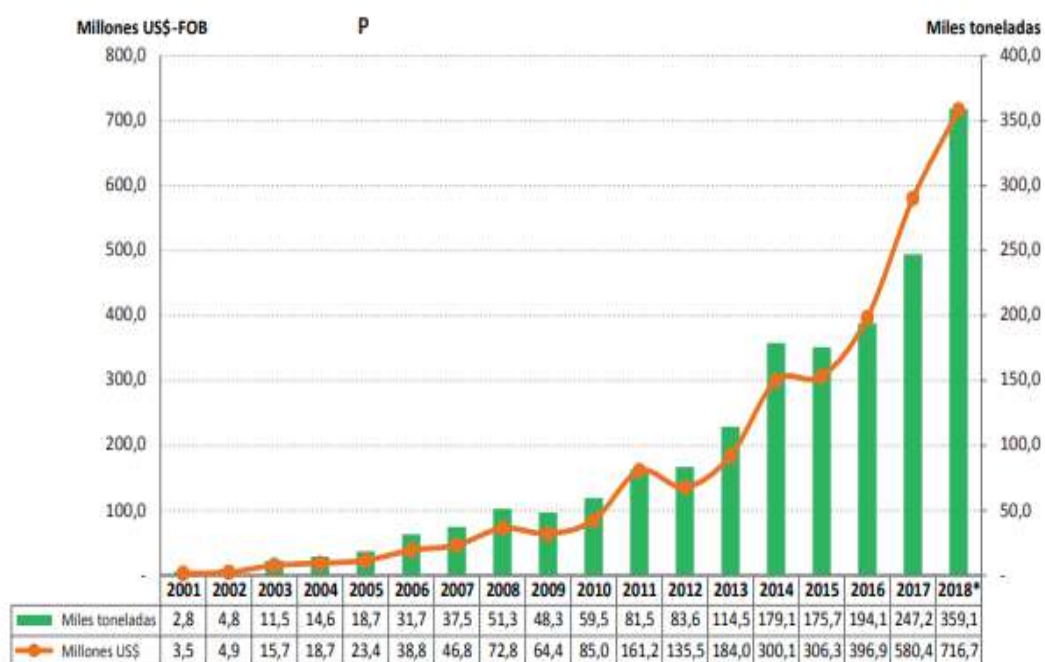


Figura 3. Evolución de las exportaciones peruanas de palta. Tomado de Ministerio de Agricultura y Riego (2019).

1.2.9. Beneficios a los productores

La palta es uno de los productos agrícolas que ha tenido una demanda progresiva y positiva en el plano internacional, y ha favorecido al Perú puesto que en los últimos años los niveles de exportación desde este país han ido en aumento, lo mismo que implica un mejor desempeño del sector agrícola y con ello a la economía local y nacional del país dada la importancia del sector agrícola en el PBI. Asimismo, la importancia del Perú como país exportador de palta hacia estados unidos, ha sido tal que se ha constituido en el segundo país con mayores cantidades exportadas, lo cual apertura el mercado para que nuevos agricultores peruanos puedan sumarse a la oferta exportable y obtener los beneficios derivados de los precios internacionales ofrecidos por su productos (Oficina de Promoción Comercial e Inversores, 2011). Además, para que los agricultores inicien el proceso exportador y gocen de los beneficios que ofrece la crecen demanda estadounidense de la palta, deben seguir una serie de requisitos.

i. Requisitos para la exportación de palta.

Los productores peruanos de palta deben cumplir con cada uno de los requisitos establecidos por Estados Unidos para admitir e importar la palta, los mismos que, deben ser cumplidos por el país exportador para lograr el vínculo comercial (Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima, 2017). Dichos requisitos se presentan a continuación:

- a) Certificado Fitosanitario: Este certificado es aquel que garantiza que las plantas y productos agrícolas hayan sido inspeccionados bajo

procedimientos adecuados y por ende se consideran libres de cualquier tipo de plaga perjudicial. Dicho certificado puede obtenerse a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior luego del llenado de los datos del solicitante y demás datos requeridos.

- b) Certificado de planta de empaque: Es necesario que aquel lugar en el cual se realizará el empaquetado de las platas para ser enviada se encuentre certificado, lo cual asegurará que cuenta con las condiciones físicas y ambientales adecuadas para que la palta pueda ser empaquetada en óptimas condiciones, este certificado puede obtenerse en la Ventanilla Única de Comercio Exterior.
- c) Certificado de lugar de producción: Se trata de un documento que certifica que los lugares en donde se lleva a cabo la producción (siembra y cosecha) de la palta cuenta con las condiciones necesarias que garanticen el adecuado nivel de calidad de la misma.
- d) Plagas reguladas: Además, es indispensable que se controlen de manera especial las plagas tales como la *ceratitis capitata*, *anastrepha fraterculus*, *ferrisia malvastra*, *stenoma catenifer*.
- e) Requisitos de etiquetado: Dentro de los requisitos que se deben cumplir respecto al etiquetado de la palta para ser luego enviada, se deben cumplir los siguientes:
 - Código de lugar de producción
 - Código de planta de empaque
 - Departamento de origen

A continuación, se presenta el flujograma que se sigue para realizar la exportación de palta de Perú a Estados Unidos:

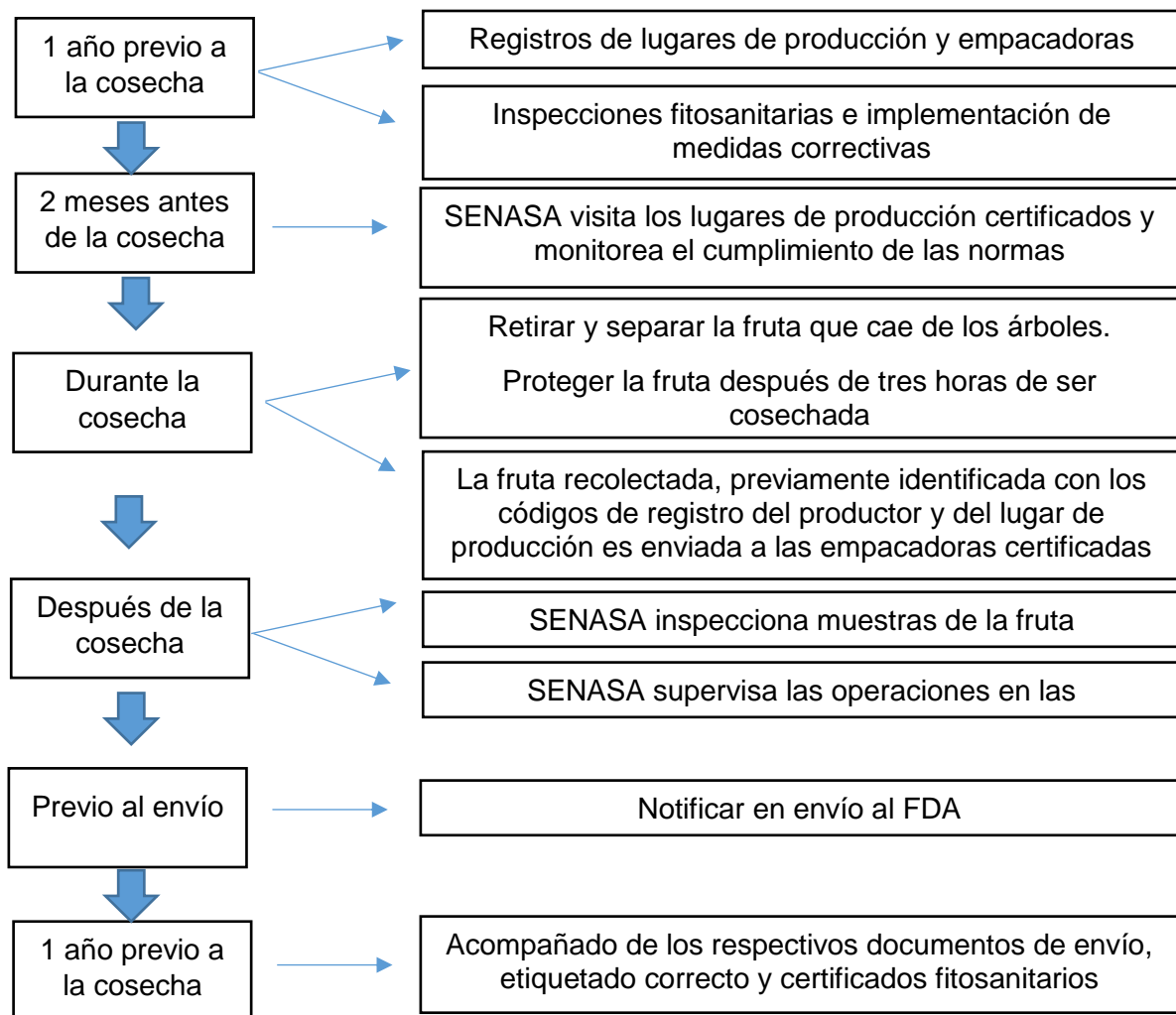


Figura 4. Flujograma de la exportación de palta hass de Perú a Estados Unidos. Tomado del documento de Oficina de Promoción Comercial e Inversores (2011).

1.2.10. Estudio del mercado de EE. UU

A nivel mundial Estados Unidos se considera la primera economía, el segundo país en niveles de importación y el tercero en exportaciones, siendo sus principales socios comerciales, en cuanto al intercambio de bienes, servicios e inversiones, Canadá, México, China, Unión Europea y Japón. Entre los países con los cuales Estados Unidos ha suscrito sus principales acuerdos se encuentran las siguientes:

- a) Australia: 01 de Julio del 2005
- b) Bahrein: 01 de agosto 2006
- c) Chile: 01 de enero del 2004
- d) Colombia: 15 de mayo 2012
- e) Israel: 19 de agosto 1985
- f) Jordania: 17 diciembre 2001
- g) Korus (Corea): 15 mayo 2012
- h) Marruecos: 01 de enero 2006
- i) Omán: 01 de enero 2009
- j) Panamá: 31 de octubre 2012
- k) Perú: 01 de febrero 2009
- l) Singapur: 01 de enero 2004

1.2.10.1. Regulaciones arancelarias a las importaciones.

El país estadounidense para proteger el comercio en su mercado local ha establecido aranceles a las importaciones, las cuales pueden considerarse como preferenciales o no preferenciales, a su vez, los preferenciales pueden ser unilaterales, bilaterales o regionales, o multilaterales. Hacia el año 2014 el arancel promedio de Estados Unidos se situó aproximadamente en un 4.80% para un total de 10 514 líneas arancelarias (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016, pág. 22). En general, los tres tipos de aranceles que aplica Estados Unidos a las importaciones son los siguientes:

- a) Arancel ad valorem: Se basan en los precios FOB de aquellos bienes importados, estando el 89.10% de la lista arancelaria de Estados Unidos sujeta a este tipo de arancel. Por otro lado, los aranceles ad valorem que

superan el 25% son aplicados al sector agropecuario, en particular al tabaco, calzado, textiles, productos lácteos o vegetales.

- b) Arancel específico: Aquel que está basado en el cálculo sobre la base de una unidad de medida (volumen, peso, entre otros).
- c) Arancel compuesto: Se compone de la suma del arancel ad valorem y el arancel específico los mismos que se utilizan de manera primordial sobre los sectores de calzado, textil, pesca, combustible y agricultura.

1.2.10.2. Impuestos y tasas que afectan a la importación.

Otra de las medidas que se establecen en la legislación estadounidense para aplicarse a las importaciones son los impuestos y tasas, dentro de los cuales, de acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016), se encuentran los siguientes:

- a) Tasas de la ley COBRA: Son aquellas que se aplican a las importaciones en compensación a los costos de inspección asociados al cumplimiento de las leyes aduaneras. Dichas tasas tienen variaciones en función a la forma de entrada.
- b) Impuesto de mantenimiento de puertos (HMTF): Este impuesto grava únicamente aquellas mercancías importadas que son ingresadas a través de la vía marítima, dirigiéndose dicha recaudación al Fondo Fiduciario para utilizarse en la conservación de las vías de navegación y el mantenimiento de los canales y puertos. El valor que asume este impuesto es del 0.125% del valor declarado de la carga comercial.

- c) Derechos agropecuarios: Son pagados por los servicios brindados de cuarentena e inspección agropecuaria, los mismos que varían de acuerdo al tipo de transporte.
- d) Impuestos especiales al consumo: Se consideran así aquellos impuestos que gravan los bienes y servicios que son determinados y aplicados al nivel federal, estatal o municipal. Asimismo, éstos impuestos se encuentran en un promedio de un 2.9% a 7.5%.

1.2.10.3. Indicadores de los aspectos considerados en las importaciones estadounidenses.

Estos indicadores están representados por aquellos costos y procesos asociados al despacho de las exportaciones y/o importaciones de un determinado embarque estándar de mercaderías. Cada uno de los procesos comerciales es registrado empezando a partir del arribo de la mercancía, y culmina al ser entregada (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016). A continuación, se presentan los aspectos evaluados y se detallan los indicadores que se consideran en el proceso de importación:

- a) Tiempo para importar (Cumplimiento fronterizo), su indicador equivale a 2 horas.
- b) Costo de importar (Cumplimiento fronterizo), su indicador es equivalente a 175 USD.
- c) Tiempo para importar (Cumplimiento documental), le corresponde como indicador 8 horas.
- d) Costo de importar (Cumplimiento documental), el indicador de este aspecto es equivalente a 100 USD.

1.2.10.4. Descripción de las tendencias de los consumidores en el mercado estadounidense.

Existen factores que influyen en la población estadounidense respecto a sus hábitos de consumo de productos agrícolas frescos y productos naturales, los cuales. Dichos factores, según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016) son los siguientes:

- a) **Obesidad:** Es un padecimiento que se han presentado con mayor frecuencia en los estadounidenses (35.7% de los adultos), representando el mayor índice a nivel mundial, además la obesidad ha sido la responsable que se presenten en la población enfermedades crónicas y cardiovasculares.
- b) **Diabetes:** Esta enfermedad afecta aproximadamente a 25.80 millones de habitantes estadounidenses, cifra que equivale a un 8.3% de la población total de dicho país.
- c) **Edad de la población:** La edad es otro de los factores que ha motivado un aumento en cuanto al consumo de productos saludables. Por lo cual la población tiene un comportamiento de consumo que opta por aquellos productos que considera son naturales y cuidan de su salud, hábito que se ha ido extendiendo actualmente a la población joven.
- d) **Sanidad:** El alto costo que le ha generado a la población la inversión en medicinas y servicios sanitarios para tratar enfermedades y dolencias, han llevado a los estadounidenses a preocuparse por llevar una vida sana y demandar productos saludables.

En referencia con los factores señalados, se puede acotar que un 59% de la población de Estados Unidos está interesado en el consumo de productos orgánicos. Asimismo, alrededor de un 70% de los habitantes dirige sus compras hacia empresas que se muestren socialmente responsables.

1.2.10.5. Perfil del consumidor estadounidense de palta

Los consumidores estadounidenses demandan de manera anual alrededor de 3 kilogramos de palta, existiendo una tendencia creciente hacia el consumo e inclusión de la palta en la alimentación de los hogares. Así también, la demanda de los grandes consumidores presenta una tendencia positiva de crecimiento, y representa el 59% de la demanda total de palta en Estados Unidos. Además, se pudo conocer que al asistir a restaurantes la población prefiere ordenar aquellos platos que contienen palta.

1.2.10.6. Importaciones de palta del mercado estadounidense.

Estados Unidos es uno de los principales países importadores de palta, como se puede observar en el gráfico 4 sus niveles de importación han experimentado un importante crecimiento periodo a periodo. Es así que, del 2001 al 2004 las importaciones mantuvieron un comportamiento constante, a partir de dicho año las cantidades importadas presentaron fluctuaciones en su ritmo de crecimiento. Es a partir del año 2010 cuando las cantidades importadas experimentan un crecimiento sostenido con un leve estancamiento en el periodo 2015-2016, para luego recuperarse en el año siguiente y mantener su tendencia de crecimiento (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019).

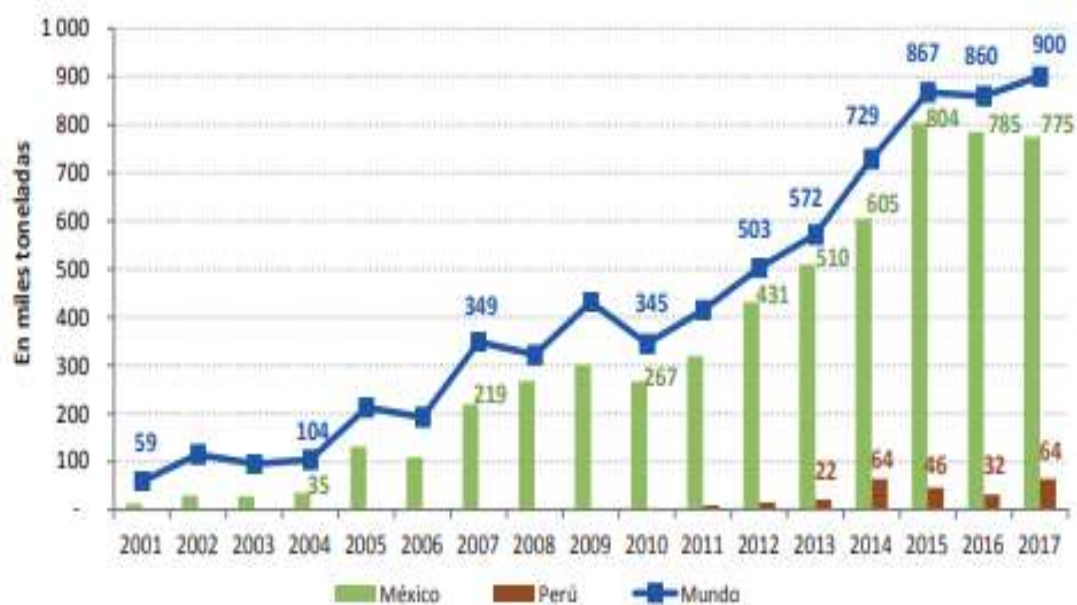


Figura 5. Evolución de las importaciones de palta realizadas por el mercado estadounidense. Tomado de Ministerio de Agricultura y Riego (2019).

Como se ha observado en el gráfico anterior la palta ha sido un producto que con el paso de los años ha ido apreciándose por el mercado estadounidense para su importación. En la tabla 2 se presenta la descripción de las toneladas de palta que importa anualmente EE. UU desde diversos países, siendo México el principal proveedor con una tasa de crecimiento anual aproximada de 29%, no obstante, a que en el 2017 hubo una leve caída en las cantidades exportadas, hacia el 2018 tuvo una notable recuperación. Luego le sigue Perú, que es el segundo país que mayores cantidades de palta provee al mercado estadounidense, mientras que, Colombia aparece con una mínima participación recién en el año 2018. Cabe destacar además, que la palta importada desde Perú recién ingresa al mercado estadounidense en el año 2010, en el cual obtiene el permiso fitosanitario para poder exportar la palta hacia estados Unidos (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019).

Tabla 3.
Importaciones de palta de Estados Unidos (en toneladas)

Proveedor	2016	2017	2018
Mundo	707 939	736 493	863 696
México	648 757	623 455	747 128
Perú	31 573	64 420	81 893
República Dominicana	10 694	17 200	18 577
Chile	16 913	31 416	15 912
Colombia	-	-	187
Otros países		1	1

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego (2019)

Elaboración: Propia

Referente a los precios a los cuales Estados Unidos importa la palta, el gráfico 5 muestra los registros del periodo más reciente, comprendiendo los años 2017 y 2018, los cuales indican que la palta importada de México es más valorada, importándose por precios superiores al promedio. Mientras que, la palta por la cual se paga el menor precio es la proveniente de República Dominicana, compitiendo luego en precios las provenientes del mercado chileno y peruano. En el caso del mercado peruano, ello podría atribuirse a una estrategia planteada de bajos precios y estabilidad de demanda, para abarcar mayor parte del mercado y competir directamente con México.

Gráfico N°10
EE.UU. PRECIO UNIT IMPORTACIÓN POR PRINCIPALES PAISES (CORTO PLAZO)

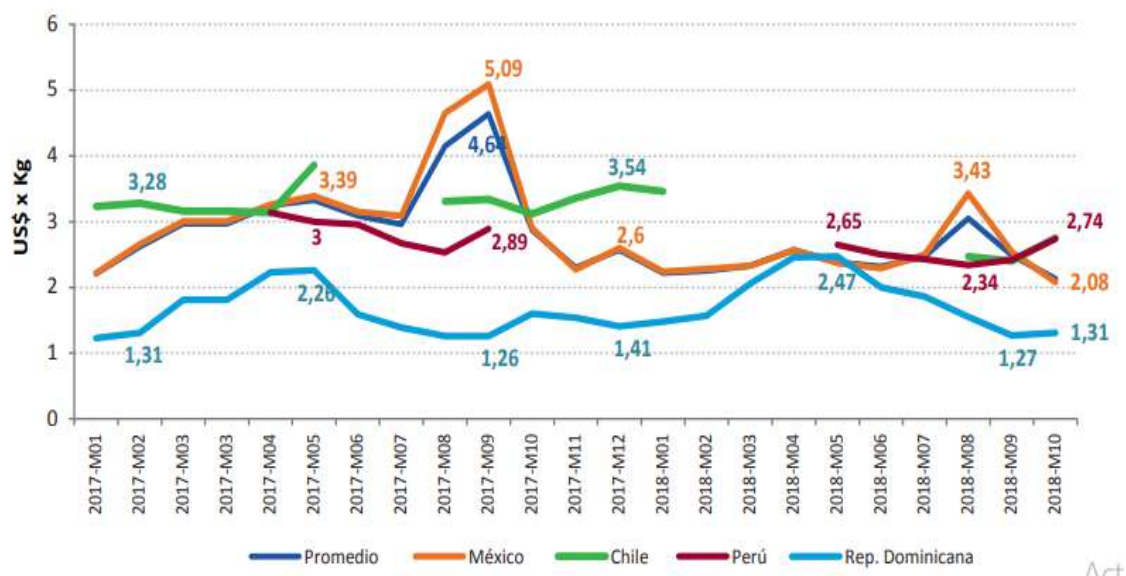


Figura 6. Evolución de los precios de la plata realizadas por el mercado estadounidense. Tomado de Ministerio de Agricultura y Riego (2019).

1.2.11. Acuerdos comerciales entre Perú y Estados Unidos

Para 1991, Estados Unidos le otorga a Perú las preferencias arancelarias para ciertos productos a través de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA por las siglas en inglés). Tales beneficios estuvieron vigentes durante los próximos 10 años, hasta el 2001. Un año más tarde, el estado del norte concedió una vez más tales preferencias, esta vez a través de la Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga (ATPDEA por las siglas en inglés), para poder ser renovadas de forma periódica, las cuales estuvieron en vigencia hasta el 2010. Debido a las buenas relaciones entre ambos países, en el 2004 se hacen estudios para iniciar las negociaciones del tratado de libre comercio, el cual hacía más fácil la apertura comercial de forma permanente (Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima, 2017, pág. 12).

En tal contexto, Estados Unidos y Perú firmaron un Acuerdo de Promoción Comercial (APC) el 12 de abril del 2006 en la ciudad de Washington, y entra en vigencia para el 1 de febrero de 2009. Dentro de las normativas de partidas que se negocian en tal acuerdo, se encuentra la partida 0804400000, la cual es perteneciente a “Aguacates (paltas), frescas o secas”. Esta partida se encuentra libre de aranceles, lo que beneficiaría a los ciudadanos estadounidenses si toman la decisión de hacer importaciones desde el territorio peruano (Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima, 2017, pág. 12).

1.2.12. Departamentos del Perú productores de palta

Cabe destacar que, en Perú es posible hacer la producción de palta durante los 365 días del año, no obstante, el grueso o fuerte de la producción estacional se centra entre los meses que van de abril a julio de todos los años. En tal sentido, los mayores volúmenes de producción se esperan obtener recién empieza el segundo y tercer trimestre. De la misma forma, es importante el destacar que las áreas principales de producción de la nación peruana se encuentran ubicadas en los departamentos de Lima, La Libertad, Ancash e Ica. Es así, como las superficies cosechadas de paltas en el año crecen en un 11.51% con respecto al año 2015, lo que equivale a 3.908 hectáreas más cosechadas. Tal como se observa en la Tabla 1, la región principal que cosecha tal producto es La Libertad, la cual representó hasta el 36% del total de las hectáreas cosechadas en el 2016 en el país. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2017, pág. 4)

Región	Superficie (ha)	
	2015	2016
Nacional	33,963	37,871
Amazonas	120	121
Ancash	2,677	2,677
Apurímac	662	658
Arequipa	757	818
Ayacucho	795	786
Cajamarca	615	516
Callao	-	-
Cusco	621	750
Huancavelica	74	73
Huánuco	295	316
Ica	3,623	3,850
Junín	3,470	3,563
La Libertad	10,184	13,575
Lambayeque	849	823
Lima	6,332	6,482
Lima Metropolitana	132	132
Loreto	339	339
Madre de Dios	38	63
Moquegua	863	873
Pasco	164	160
Piura	707	696
Puno	242	242
San Martín	58	25
Tacna	58	59
Tumbes	-	-
Ucayali	289	275

Figura 7. Superficie cosechada por región en el Perú en el año 2015 y 2016. Tomado del informe elaborado por el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima (2017).

Elección del distrito 27 de noviembre para ser analizado en el estudio

Se eligió el distrito de 27 de noviembre como zona de investigación principalmente por observarse el potencial de producción de los agricultores de la zona. Sumado a ello se consideró la accesibilidad a la información, contactando mediante las redes sociales al Sr. Moises Retuerto, productor y especialista en el manejo de cultivo de palta Hass, quien accedió a dar una entrevista y brindar facilidades para el trabajo de campo. Asimismo, fue el Sr. Moisés quien posibilitó el contacto con los demás productores (11 agricultores),

recolectándose así información plasmada en la realidad problemática y en lo posterior la aplicación de los instrumentos de recolección de datos.

El distrito 27 de noviembre se encuentra ubicado a 75 km de la ciudad de Huaral, en el departamento de Lima. Dicha distancia fue accesible para llevar a cabo el trabajo de campo, y así poder alcanzar los objetivos de la investigación cumpliendo con los tiempos programados.

Para la elección del mercado objetivo como parte del propósito del estudio, se tomaron en cuenta diversos indicadores para determinar el estudio de la exportación de palta has con destino a Estados Unidos, siendo dichos indicadores presentados en la siguiente tabla:

Tabla 4.

Comparación de indicadores comerciales de EE. UU y Canadá para la elección del mercado objetivo para el propósito del estudio

Indicador	EE.UU	Canadá
PBI	Las proyecciones indican una tendencia creciente, situándose el PBI en el 2018 en USD 20 250,83 mil millones.	Situado en el 2018 en USD 1.584.797 mil millones. Las proyecciones de crecimiento se encuentran por debajo de las de Estados Unidos.
Comercio transfronterizo	País con uno de los mayores niveles de exportación e importación.	Su comercio transfronterizo se fue restableciendo a partir del 2009, luego de que experimentara una crisis en el 2008.
Importación de palta	Estados Unidos es el principal importador de palta a nivel mundial.	Canadá es el tercer importador de palta a nivel mundial.
Apertura comercial	Perú ha entablado acuerdos comerciales con EE. UU, gracias a lo cual se hace posible entablar relaciones comerciales con beneficios para ambos países.	En el 2018 estableció un acuerdo comercial con México, quien es el principal competidor de Perú en exportación de palta.
Exportaciones de palta de Perú hacia EE.UU	Al 2018 el Perú cubría aproximadamente el 27% de las importaciones de Palta del mercado estadounidense, lo cual equivale aproximadamente a 81 893 toneladas.	Al 2018 el Perú exportó aproximadamente 757 toneladas

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016) y Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2018).
Elaboración: Propia

Como se puede observar en la tabla al comparar a EE. UU con Canadá en cuanto a sus indicadores de desempeño comercial, se observa que EE. UU muestra mejores indicadores que lo constituyen en el mercado idóneo y de

demanda creciente en cuanto a la importación de palta, lo cual motivó la elección de tal mercado como caso de estudio para las exportaciones de palta.

1.2.13. Descripción de propiedades de la palta

La palta (persea americana), fruto que pertenece a un árbol con el mismo nombre, es nativo de territorio central de la nación mexicana y de algunas zonas de Guatemala. Este fruto cuenta con una textura suave y se considera como un producto perenne puesto que se puede cultivar durante los 365 días del año. Según una radiografía de cultivos llevada a cabo por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación – SAGARPA – de México (SFA, 2011), el árbol de este fruto puede crecer hasta los 20 metros, pero es recomendable el no dejarle crecer más de 5 metros una vez se cultiva, para así proporcionar mayor facilidad en las prácticas del control fitosanitario, cosecha y la poda. Por otra parte, se indica, a su vez, que existen alrededor de 400 variedades de este fruto, por tanto, las formas y pesos varían, por ejemplo, se pueden encontrar paltas de 150gr hasta de 350gr (Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima, 2017, pág. 5). Siendo las clases de paltas que se encuentran:

Hass: Proviene de la combinación de distintas variedades de paltas que fueron desarrolladas por Rudolph Hass, y es de entre todas, la más comercial en el mercado a nivel internacional. Cuenta con una piel rugosa y gruesa que es fácil de retirar. El peso de esta clase puede variar entre los 170gr a los 350gr y su contenido de aceite es de 23.7% (Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima, 2017, pág. 5).

Fuerte: Su origen se remonta a Puebla – México. Su cáscara es ligeramente áspera y gruesa. Mientras que, su peso cuenta con un promedio de 300gr y su contenido de aceite puede variar entre los 18% y los 26% (Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima, 2017, pág. 5).

Bacón: Este es un fruto originario de California y fue creado por James Bacon; cuenta con una cáscara de color verde oscuro, lisa y delgada, y pesa entre los 198gr hasta los 349gr (Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima, 2017, pág. 5).

1.2.14. Características de la Palta Hass

El aguacate o palta, es el fruto que posee origen en México y Centroamérica. Antes de que los españoles llegaran, el cultivo de éste se extendía hasta lo que ahora se conoce como Colombia, Ecuador y Perú. Es así como la producción de este fruto en el Perú se remonta al siglo XV, luego de la conquista Inca del pueblo con el nombre Palta. El cronista peruano mestizo Garcilaso Inca de la Vega, en sus Comentarios Reales de los Incas, describe cómo Túpac Inca Yupanqui luego de que conquistó la zona del sur de Ecuador donde habitaba el grupo de nativos los Paltas, llevó hasta la gran Cuzco el delicioso fruto llamado Palta. Los españoles llevaron la palta hasta Europa en el siglo XVI, junto con los nuevos alimentos que fueron descubiertos entre las primeras expediciones hasta América, tales como el maíz, la papa, el cacao y algunas otras frutas tropicales (Sumamos consultores en responsabilidad social corporativa SAC, 2017, pág. 13).

En la actualidad, es considerada como una de las frutas tropicales de mayor popularidad en el mundo por poseer un alto contenido nutritivo, versatilidad, sabor agradable y fácil preparación. Por su parte, la Palta Hass, es la variedad actualmente más importante a nivel mundial; es un híbrido entre las razas guatemalteca y la mexicana, y se origina para el año 1926 en La Habra Heights, California, luego de que Rudolph Hass se haya percatado de las buenas características que poseen los frutos, y obtuvo una patente en 1935. El material vegetativo o los brotes de ese primer árbol de Hass, es lo que permitió el nacimiento de los demás árboles de esta variedad. Es así como, el cultivo de esta clase de palta en Perú en los de mediana envergadura y con gran extensión, inicia a mediados de la década de los noventa. Algunos factores de importancia como la derogación de la reforma agraria y la caída del terrorismo, permitieron que se hiciera posible el crecimiento que se ha llevado a cabo en el país.

El territorio peruano, la cosecha de la Palta Hass se lleva a cabo durante los meses de marzo a septiembre, período que representa una ventaja de gran importancia para los mercados de nivel internacional. Existe un gran volumen (más del 90%) de la producción que está destinada a la exportación y cada productor se hace responsable de su cosecha. Cabe destacar, que hay muchos parámetros a considerar antes de que se haga la cosecha de Palta Hass, por ejemplo: el mercado internacional (las exigencias por la calidad pueden ser variantes entre los clientes/cosechas) o el mercado local; la madurez fisiológica del fruto, que puede determinarse a través de un indicador usado de forma mundial, el cual es el % de la materia seca; los residuos de los productos químicos; la calidad fitosanitaria que posee la fruta; el tamaño y calibre de la

palta que se va a cosechar y demás factores (Sumamos consultores en responsabilidad social corporativa SAC, 2017, pág. 13).

1.2.15. Comercialización de palta en el exterior

La Palta Hass del Perú en los últimos años se ha vuelto en uno de los principales productos para exportar a los diversos destinos. Aprovechar la demanda creciente, supone un gran reto como industria a la hora de exportar este tipo de palta peruana libre de las tan temidas enfermedades y plagas, y que sean de buena calidad.

Es por ello, que los exportadores y productores deben trabajar junto a la SENASA para poder fijar los requerimientos que permitan el logro de una posición internacional y así concretar alianzas estratégicas comerciales con esas empresas que son líderes en la cadena de distribución a nivel internacional. Según el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX5), para el 2016 las empresas principales peruanas exportadoras eran Camposol, Sociedad Agrícola Drokasa, Avocado Packing Company, Agrícola Cerro Prieto y más. Es así, como Estados Unidos es el mayor consumidor e importador de paltas en el mundo. Mientras, en China, la demanda se ha elevado de forma rápida, lo que ha provocado que las exportaciones latinoamericanas hacia este país asiático se eleven en un 250% anual⁶. (Sumamos consultores en responsabilidad social corporativa SAC, 2017, pág. 15)

Los mayores productores de palta a nivel mundial son México, República Dominicana, Colombia, Perú e Indonesia. Mientras, los principales países exportadores de este fruto son México, Países Bajos, Chile, Perú y España; siendo sus consumidores finales las personas que están preocupadas por su

salud. Tal consumidor es el tipo que hace la lectura en detalle de los contenidos que hay en las etiquetas y le interesa el estar informado de lo malo y lo bueno para su propia salud, por ejemplo, sobre el contenido del colesterol y grasas. Estos hacen consulta de las páginas webs, revistas y nutricionistas que les brindan información sobre los nuevos conocimientos de los alimentos a ingerir.

El otro tipo de consumidor, son los denominados los “gourmet”, los cuales cuentan con las distintas variedades de aceites en sus cocinas y se encuentran dispuestos a pagar más por aquello que les brindan salud y sabores exóticos; estos gustan de cocinar y poseen especial cuidado a la hora de consumir grasas saturadas y trans, además, le ofrecen a sus comensales una buena comida y disfrutan de los restaurantes que ofrecen platos de estilo gourmet (Sumamos consultores en responsabilidad social corporativa SAC, 2017, pág. 15).

1.2.16. Asociatividad

La red asociativa o asociatividad puede ser considerada como una organización voluntaria y que no es remunerada de grupos personas o de organizaciones que logran establecer una relación explícita con la finalidad de conseguir un propósito que tengan en común (Aguirre y Pinto, 2006: 86), el cual se encuentre basado en la cooperación, la reciprocidad y la confianza mutua. La asociatividad empresarial involucra todas aquellas maneras de cooperación que hay entre las empresas, bien sea transversal, horizontal o verticalmente, y posee como objetivo primordial el hacer un mejoramiento de la competitividad, la gestión y la productividad de las empresas que están asociadas (Pallares, 2004). Es así como, la asociatividad se genera mayormente como un mecanismo de cooperación entre las medianas, pequeñas y micro empresas, las cuales tienen

que afrontar los procesos de competitividad y eficiencia para poder sobrevivir en el mercado local. (López, 2016, págs. 95-96)

Durante el proceso de cooperación inter-organizacional de micro, pequeñas y medianas empresas, cada compañía decide de forma voluntaria el participar en un esfuerzo colectivo con otros participantes para la búsqueda de un propósito en común manteniendo su autonomía gerencial e independencia jurídica. Es así como en procesos de asociatividad, la incorporación de las compañías es voluntaria, puesto que, ninguna organización puede ser forzada a formar parte de un grupo, sino que lo realiza cuando cuenta con la convicción de que puede generar oportunidades de mejorar y crecer. (López, 2016, págs. 95-96)

Cabe destacar, que un concepto reconocido en el tema de la asociatividad en las Mipyme, es el presentado por Rosales y la cual define como "(...) un mecanismo de colaboración entre empresas medianas, pequeñas y micro, donde cada participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide de forma voluntaria el participar en un esfuerzo en colectivo con los demás participantes para hacer la búsqueda de un objetivo común" (1997: 97). Tal concepto, reúne cada uno de los contenidos que definen a la perfección la asociatividad, agregando a su vez, el hecho de ser un mecanismo cooperativo propio para las Mipyme. (López, 2016, págs. 95-96)

Definido como el proceso de agrupamiento voluntario tanto de las organizaciones como de los individuos que trabajan de manera coordinada para poder alcanzar sus metas y objetivos que poseen en común. Se busca un uso de mayor efectividad de los factores de producción, hacer mucho más eficiente los procesos de carácter financiero, administrativo y comerciales que son

traducidos en mayores ingresos para la organización. Es así, como la asociatividad es en conjunto con la gestión, el financiamiento, la articulación comercial y la gestión de la calidad un eje transversal de la competitividad, y todos son medios para lograr la inserción competitiva de los pequeños agropecuarios productores a los mercados y así el poder impulsar en la comunidad rural el desarrollo económico y social (Esquivel, 2018, pág. 80)

1.2.16.1. Ventajas de la asociatividad.

Es así, como se define que la asociatividad empresarial, es una estrategia de competitividad y desarrollo para las compañías. No obstante, en la actualidad ha constituido toda una alternativa estratégica para las que son Mipyme, las cuales requieren de sobrevivir en el mercado y el poder alcanzar los niveles de competitividad. Es así como, la asociatividad se convierte en un recurso de acción organizativo que se plasma en las actividades y propósitos que son comunes de un colectivo, esto con mayor o menor grado en formalización (normas, estructura, roles) y en los que existe una voluntad manifiesta para asociarse y así lograr realizar una actividad, que de forma individual no sería tan sencilla de desarrollar (Aguirre y Pinto, 2006: 86).

Como se ha ido argumentando, la asociatividad empresarial por medio de la cooperación de dos o más compañías permite el lograr las metas que son de corto, mediano y largo plazo que estén orientadas al desarrollo de la competitividad. A continuación, se presentan las principales ventajas que las empresas obtienen al ser partícipes en el proceso de asociatividad (López, 2016, págs. 99-100), tales como:

- a. La autonomía gerencial y jurídica se mantiene. Las empresas en especial son reacias a en lo que respecta a compartir su información con otras (en especial si forman parte del mismo mercado); y el permitir que los participantes mantengan su propia autonomía, brinda seguridad de que se podrá conservar el poder en sus propios recursos de mayor valor.
- b. Son flexibles. No hay contratos que generen responsabilidad entre todas las partes (estos son acuerdos voluntarios y por lo general de carácter informal); por lo tanto, el ingreso y la salida de las empresas del grupo, es sencillo y con pocos conflictos.
- c. Son económicos. Los recursos que utilizan para laborar son primordialmente el tiempo de los participantes, no requieren por lo general la repartición de gastos de importancia.
- d. Genera en los empresarios y empresas diversos efectos que son secundarios, tales como: mentalidad abierta, visión a largo plazo mayor confianza, positivismo, integración y dinamismo (Iguera, 2006: 4).
- e. Desarrolla mecanismo de acción en colectivo y la cooperación empresarial, lo que contribuye a que las mismas empresas mejoren su posición dentro del mercado, lo que les permite el tener una estructura mucho más sólida y competitiva para poder responder a las señales que hay en el mercado, produciendo lo que este necesita y desarrollando productos que se diferencian altamente.
- f. Las empresas que trabajan de forma conjunta, cuentan con el permiso de acceso a los servicios especializados de tecnología, comercialización, compra de los insumos, diseño, financiamiento, procesos industriales, mayores niveles de producción y menores costos operativos, el acceder

a los nuevos mercados y así alcanzar economías de gran escala; así como también la implementación de los programas de capacitación, estudios de mercado, desarrollo de producto y logística.

1.2.16.2. Actitud hacia la asociatividad.

La asociatividad surge a causa de la iniciativa espontánea de un grupo de personas, y su éxito depende de la actitud que muestre cada uno de los miembros hacia la asociatividad. Ello implica que los directivos todos los participantes, en especial los directivos, cuenten con la disposición y el interés por determinar objetivos comunes que impacten en el desarrollo individual de cada uno de los participantes, y en base a ello puedan establecer y llevar a cabo una serie de actividades orientadas al cumplimiento de los mismos. Por tanto, se puede decir que una adecuada actitud hacia la asociatividad implica el grado de relación y preparación para la dirección del equipo, en base al desarrollo de los conocimientos, habilidades y hábitos, que conduzcan hacia el éxito de la asociación en general. Asimismo, el esfuerzo empresarial para mejorar la gestión asociativa, implica partir precisando los objetivos y metas, definiendo los roles y asumiendo un compromiso con la asociación en general y con cada uno de los miembros (Mathews, 2014, págs. 3-4). Estos indicadores de una actitud asociativa se detallan a continuación:

- b. Precisión de los objetivos y metas. Es de gran importancia el definir con la mayor de las exactitudes lo que se busca obtener con la alianza estratégica. Los números son básicos: porcentajes de participación en el mercado, plazos, facturación proyectada, entre otros.
- c. Definición de los roles. Tratándose de un trabajo que es de carácter colectivo y entendiendo que todos vana por la misma dirección, es

fundamental que las responsabilidades de cada uno de los participantes estén definidas de forma total. Por ejemplo, si se trata de una alianza agroindustrial existen los entes responsables del acopio, la producción agrícola, la comercialización interna, la selección, el procesamiento industrial y la exportación.

- d. Compromiso: Una vez el acuerdo ha sido cerrado, es de carácter básico que cada uno de los participantes puedan asumir los compromisos que son acordados, mucho más allá de cualquiera de los cambios en el entorno. Con la excepción de los causales de fuerza mayor – como una guerra o desastre natural-, todas las partes, con respecto al significado, deben interiorizar el 100% el compromiso que ha sido asumido.

1.2.17. Visión empresarial

De tal manera, hacen la definición de lo que es la visión empresarial como aquellos sueños en acción que funcionan como unión para los deseos, metas y expectativas que se buscan alcanzar en la vida en los distintos órdenes y esferas que se encuentran ubicados dentro del ámbito laboral. Por tanto, se puede apreciar el estado actual y así hacer una proyección del estado que se desea obtener en base a una serie de acciones, para así llegar al alcance de una meta. No supe conseguir el soporte (Carrera, Partida, & Villarreal, 2016, pág. 304).

A su vez, la visión es el aspecto fundamental dentro de la construcción de la idea con perspectiva de futuro, puesto que, hace posible la creatividad y, por tanto, forma parte de la base para consolidar la organización y su desarrollo en el posterior tiempo. Cabe destacar que, el hecho de que la visión forma parte de los valores corporativos en una organización y, en tal contexto, hace referencia a lo que se busca construir, la imagen proyectada del futuro de la empresa en el

largo plazo, proviene de la chispa inicial que da sitio para desarrollar un planeamiento, por medio del cual se pueda llegar posteriormente a la acción empresarial. Es decir, la construcción o elaboración de una imagen mental sobre lo que es un futuro viable. Es así, como la visión corresponde a la percepción de un futuro más creíble, realista y atractivo, que, a la vez, puede ser vago como si fuera un sueño o tan preciso como las instrucciones o meta para poder cumplir con ella (González, Manrique, & González, 2010, pág. 45).

La visión que posee un propietario o gerente, es para el líder de investigación, el primer aspecto que debe ser de distinción. La visión empresarial, por consiguiente, permite el determinar si éste cuenta con las habilidades y la capacidad de pasar de la invariabilidad de las labores diarias hacia un escenario nuevo lleno de retos y oportunidades. A su vez, este modo de visualizar a empresa, debe ser usado por cada funcionario de una forma persuasiva y articulada ratificando el aporte individual de los distintos espacios, un aspecto esencial para que la organización tenga éxito.

De lo antes presentado se deduce que, una vez el equipo de trabajo dentro de la compañía se compenetra con la visión gerencial, ésta se puede fortalecer, ya que los trabajadores participarán con sus visiones propias personales, (sin que se pierda el enfoque de la visión general), con las imágenes que poseen en sus propias mentes sobre el futuro y que permitirán el materializar los aportes de la organización. Sin duda, la visión empresarial se materializa en la capacidad de gestión de los representantes de las organizaciones, manifestada en su posibilidad para enfrentar los escenarios que se puedan presentar, y aprovechar todas aquellas oportunidad y fortalezas de manera

planificada por propiciar un adecuado desempeño de la organización y sus miembros en conjunto (González, Manrique, & González, 2010, pág. 46).

i. Capacidad de gestión

La capacidad de poder realizar una gestión empresarial que sea adecuada, implica el acto de la concreción de las normativas, a través de la aplicación de las tácticas, procesos, estrategias, técnicas, procedimientos y prácticas. Es así, como, la gestión empresarial es administrar y proporcionar los servicios necesarios para el cumplimiento de los objetivos y metas, el proveer información para la toma de las decisiones, realizar el seguimiento pertinente y el control de la recaudación de los ingresos, de las existencias, del manejo de las cuentas a cobrar, incluso de la organización, planeación, control y dirección. (Castillo, 2014, pág. 33). Para lograr ejercer de manera oportuna la gestión empresarial y lograr ejecutar con éxito la visión empresarial, evitando que solamente quede en un simple papel sin tomar formas concretas, es necesario que se determinen políticas, programas y procedimientos, a partir de los cuales se puedan ejecutar acciones estratégicas que permitan hacer realidad los proyectos y dar cumplimiento a los planes organizacionales (González, Manrique, & González, 2010, pág. 46).

a. Políticas

Las políticas son las que van a guiar la acción y el pensamiento, además, son canales de decisión a lo largo del camino hacia el cumplimiento de la finalidad de la empresa. Además, las políticas son pautas ya establecidas por la alta gerencia para poder respaldar los

esfuerzos colectivos, con el objetivo final de alcanzar las metas propuestas y que puedan servir para hacer más fácil el tomar decisiones acertadas.

A su vez, las políticas son como una guía de acción para la toma de acciones administrativas, como la forma de aprovechar mejor los recursos, como la perspectiva de dirección o como una ley de carácter administrativo interna, la cual rige cada una de las actividades de los individuos bajo los criterios generales que hacen la orientación de las labores. La política puede ser considerada como un plan que cuenta con afirmaciones generales, las cuales guían la toma de decisiones. A su vez, puede asumirse la política como el conjunto de regulaciones o las normas de dirección o gobierno, es decir la política como una base de control (Prieto, 2012, pág. 87).

b. Programas

Estos implican el establecimiento documentado, el cual posee la característica de ser breve y temporal, por medio de las cuales se definen las tareas que son detalladas en relación con los objetivos que han sido planificados, las personas que se encuentran encargadas de ello, los plazos para poder llevarlo a cabo (por lo general a muy corto plazo) y las responsabilidades que son precisas, además de los recursos de carácter concreto a aplicar en cada uno de los casos (Pérez & González, 2019, pág. 75).

c. Procedimientos

Estos detallan y especifican un proceso, el cual conforma un conjunto ordenado de operaciones o actividades determinadas de forma secuencial en relación con los que son responsables de la ejecución, que deben cumplir con las normas y políticas ya establecidas señalando así el flujo y duración de los documentos. Además, contar con un manual de procedimientos generará las ventajas a la empresa o la unidad de administración para el cual ha sido diseñado, y en especial para el trabajador, puesto que, le permite el cumplir con mayor y mejor tiempo los objetivos particulares, y el utilizar los mejores medios, para así poder contribuir a los objetivos de la institución; a continuación, se mencionarán las ventajas que supone el contar un manual de este tipo (Vivanco, 2017, pág. 249).

1.2.18. Calidad del producto

Así pues, al hablar de la calidad de un producto se refiere es a cuán adecuado y acertado es para lo que se crea, y en el caso de que sea un servicio, se trata de lo que se pretende hacer. Es decir, se trata de cómo se pueden satisfacer las necesidades del consumidor y qué tan satisfecho queda con ello, pues la intención siempre debe ser, en la medida de lo posible, el superar todas las expectativas. Por eso, también es posible entender a dicha calidad como esas características que va a poseer y que van a distinguir al servicio o producto que se desarrolla en un sistema productivo y que al final cubre con todas las necesidades y la satisfacción del cliente. Dichas características vendrán del mercado, manufactura y mantenimiento e incluso de la ingeniería que intervenga

en su creación y todo estará proporcionalmente relacionado con las necesidades de la clientela que se tenga como objetivo (Lizarzaburu, 2016, pág. 37).

1.2.18.1. Factores que afectan a la calidad.

Los factores que van a intervenir en la calidad de un servicio o producto son muchos y van a condicionar o a afectar la misma; de ahí que sea necesario para el mantenimiento de un estándar de calidad en una empresa o negocio de una gestión y supervisión constantes, que permitan la elaboración de cambios y la toma de decisiones que permitan o bien mantener el estándar o aumentarlo (Farratell, 2014, pág. 11). Dichos factores se enumeran a continuación:

La mano de obra. Esto es un factor humano y en torno a ellos es necesario tener presente aspectos como la capacitación y experiencia del personal, el compromiso con los objetivos de la empresa y su efectividad en las actividades y responsabilidades que se le asigne dentro de la empresa.

Los medios. Aquí lo importante es realizar el análisis exhaustivo de todo el entorno del trabajo, además de conocer todas las características ambientales y así poder evaluar todos los aspectos que podrían afectar o no la calidad de los servicios prestados o de los productos que se quieran vender.

Los insumos o materia prima. Será un factor verdaderamente determinante en la calidad de todo lo que se provee los insumos que se usen para poder alcanzar el producto final, ya que, si la materia prima es de baja calidad, el resultado será eso: algo debajo de los estándares previstos.

La maquinaria. Conocer todo el funcionamiento de las máquinas dentro de la empresa y la eficiencia de éstas será beneficio para evaluar si se necesitan

realizar ajustes o adquirir nuevas maquinarias que aumenten la calidad y disminuyan su costo.

Los métodos. La forma en cómo se realizan cada uno de los procesos de la fabricación, creación y diseño es fundamental en la calidad, pues pueden tener retrasos o errores que causen pérdidas económicas o mayor esfuerzo para alcanzar el producto final. De ahí que sea importante evaluar cada uno de estos procesos y así discutir cómo se podría llevar a cabo de una manera más rápida, más económica sin que esto afecte a la calidad.

1.2.18.2. La gestión de la calidad.

Cuando se trata de la gestión de la calidad, para realizarla adecuadamente se necesita de un profundo conocimiento sobre la organización que se debe establecer para la producción. Es decir, debe conocer y evaluar el cómo se realizan las recepciones y se analiza el producto, pues así se es totalmente capaz de delimitar las características de cada proyecto, los costos que va a representar, los diversos métodos de control y de comprobación por los que deben pasar cada uno los productos o servicios que se prestan, así como su dimensión económica. Así pues, la gestión de la calidad debe ser un proceso que se siga antes, durante y después de que se ha da el proceso de producción de dicho bien, siendo necesario tener un conocimiento amplio sobre los estándares de calidad requeridos por los consumidores y así dar cumplimiento a los mismos (Farratell, 2014, pág. 7).

Cumplimiento de estándares

Para llevar a cabo el proceso de exportación es necesario que los productos destinados al mercado internacional cumplan con los estándares de

calidad establecidos por el mercado de destino y las autoridades del país reguladoras del comercio exterior, ya que no solo es suficiente que en el proceso exportador se cumpla con los requisitos documentales para establecer el acuerdo comercial. Siendo necesario que más allá de ello, y referente a los productos alimenticios, los exportadores deberán priorizar la realización de los controles sanitarios y de embalaje y/o etiquetado aplicables a los productos alimenticios de acuerdo a su naturaleza, características y estándares determinados por el importador, debiendo por tanto, cumplir con las regulaciones de sanidad vegetal y el control de calidad comercial (Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica, 2017, págs. 5-8). Asimismo, el cumplimiento de los estándares de calidad dentro de cualquier organización que pretende llevar a cabo la internacionalización comercial, implica que la gestión de la calidad para el mercado del destino de manera tal que los productos exportables cumplan en un grado adecuado con el conjunto de características específicas que cumplen solicitadas por el mercado de destino (Sanabria, Romero, & Flórez, 2014, pág. 184)

a. Cumplimiento de características específicas:

Un ejemplo de esto es que cuando se requiere la importación de paltas a los Estados Unidos, la misma debe cumplir con una serie de especificaciones y características, pues el producto debe guiarse por los estándares de calidad.

- i. **Condiciones Fitosanitarias:** Cada una de las paltas Hass que son importadas desde Perú hacia los Estados Unidos deben estar acompañadas por un certificado Fitosanitario que tiene que estar expedido por SENASA, y además deben incluir una declaración

que esté jurada para dar garantía que aquellas paltas que se están importando han sido cultivadas, empaquetadas, se han inspeccionado y definitivamente se hayan libres de las plagas.

- ii. **Contar con Certificado de lugar de producción:** Aquí se trata de que los productos peruanos que se hallen interesados en sembrar la Palta Hass y que quieran exportarlas a los Estados Unidos deben obtener primero la certificación SENASA que afirme que el lugar de producción es seguro. También el propio productor tiene un código único, pues todo esto certifica que el terreno tiene todas las condiciones fitosanitarias antes, durante y después de ser cosechada.
- iii. **Regular Plagas:** Para que las paltas Hass puedan ser consumidas por el ser humano, deben estar libre de las plagas regulados que se mencionan a continuación:
 - a. **Coccus viridis**, que se conoce como el the green scale.
 - b. **Ceratitis capitata**, mejor conocida como mosca del mediterráneo.
 - c. **Ferrisia malvastra** que es un insecto que ataca a las plantas.
 - d. **Stenoma catenifer** que es un insecto que se distingue porque se haya en la pepa de la propia palta

1.2.19. Cantidad de cosecha

Una vez se toma la decisión de qué productos o servicios serán lo suficientemente convenientes para ofrecer y el cómo se deben elaborar, es momento para que la gerencia tome consciencia de cuánta capacidad del

sistema tienen para planear la producción. Por tanto, aquí se entiende que la cantidad de producción es la máxima capacidad que se tiene para producir en una operación y que ésta proporcione la mayor cantidad de producto, bien o servicio. De ahí que sea la labor del gerente de operaciones el suministrar todo lo necesario para que se pueda satisfacer no sólo la demanda actual, sino la futura, lo contrario significaría que la organización comenzaría a tener pérdidas económicas y de crecimiento (Carro & González, 2015, pág. 2).

Para evitar todo esto se elaboran planes para promover la cantidad de producción y éstos se dividen en dos niveles. El primero son aquellos planes que se elaboran a largo plazo para realizar inversiones en torno al equipo, la maquinaria y las instalaciones nuevas. Lo mínimo que se extienden estos planes son dos años hacia el futuro, pues todo esto requiere de tiempo para la construcción o para la adecuación de los espacios, incluso puede alargarse ese tiempo. El siguiente nivel es donde se elaboran los planes que tuvieran relación con la materia del tamaño de la fuerza de trabajo, por tanto, son planes que se elaboran para un periodo de tiempo de corto plazo. Este último se enfoca en el presupuesto que exista para horas extras, decisiones administrativas e inventarios, entre otros. Ahora bien, si lo que se busca es el éxito de la organización, lo base de ello será la capacidad de producción, pues sí se tiene una capacidad excesiva o insuficiente será fatal. Es todo se debe a que las estrategias que se empleen para la planificación deben a tener a la demanda incierta y variable, para ello se aplica un método sistemático (Carro & González, 2015, pág. 2).

Siguiendo con todo esto, el establecimiento de las estrategias que permiten la internacionalización es necesario utilizar diversas acciones que

permitan y aumenten la participación que se da en los mercados internacionales, sin embargo, es importante entender que estas estrategias van a depender de las características y de la disponibilidad que la empresa tenga de los recursos. Es decir, que es fundamental la identificación de dichas estrategias para saber si realmente éstas pudiesen ser globales o internacionales y así relacionar aspectos que tengan relación con los niveles de participación, cuota de mercado, ubicación de las actividades y todas las acciones competitivas que se deban realizar. Así pues, la esencia de todo el proceso para asegurar la cantidad de cosecha adecuada y suficiente para cubrir una demanda, se haya en realizar toda una variedad de acciones de forma simultánea, evaluando el espacio geográfico, la disposición de cada país y el tamaño del mercado, y de esa manera determinar la cuota de mercado que se debe y se puede cubrir con su capacidad productiva (Sarmiento, 2014, pág. 115).

i. Cuota de mercado

Cuando se habla de la cuota del mercado se refiere a ese indicar que va a permitir el conocimiento de la proporción o medida en la que la empresa logra satisfacer la demanda que tiene el mercado o sector económico del producto que ella ofrece. Es una herramienta de vital importancia pues ayuda a conocer la posición de mercado de la empresa, cuáles son los potenciales competidores, la cantidad que la empresa ha vendido en el sector, entre otros (Hernández, Garrido, & González, 2018, pág. 28).

Todo esto se debe a que el objetivo de cada empresa siempre debe ser el aumento de la cuota del mercado, pues esto significa que aumentan sus clientes, las ventas y por tanto los ingresos que se obtienen. De tal forma que es posible definir a la cuota de mercado como esa parte del sector que consume los

servicios o productos que la empresa ofrece en concreto. Lo que lo convierte en uno de los factores más determinantes en torno al nivel de desempeño y al poder de negociación que una empresa tenga dentro del mercado, pues se entiende que, a mayor nivel de cuota de mercado, más solidez tiene y su poder para ejercer sus operaciones económicas es mayor. (Pérez F. , 2017, pág. 251)

a. Volumen de cosecha

Cuando se trata del volumen de la cosecha es una variable de la producción agrícola que viene a representar el total de aquellas cantidades resultantes del proceso de la siembra de un determinado producto; si el volumen es muy grande se cuentan por toneladas, si no, se emplean hectáreas para medirlo, este último es muy utilizado por agricultores pequeños; para poder saber exactamente el volumen de la cosecha también se consideran las condiciones de la tierra, la maquinaria empleada y el clima. (Salas, Cruz, & Juárez, 2014, pág. 119)

1.2.20. Conocimiento de procesos y requisitos de exportación.

Cuando se habla de conocer todos aquellos procesos y requisitos de la exportación se refiere al cómo se comercializa un producto en aquel mercado en el que la empresa tenga presencia, en especial si es internacional. Esto es importante porque no sólo hay que verificar aquellos protocolos de comercialización del país que lo emite, sino del país destino. Así, el conocimiento de todos estos requisitos y procesos permite la exportación de productos de la manera más adecuada, eficiente y económica hacia el país que sea el objetivo (Ortega & Espinosa, 2015, pág. 102).

Todo esto deja algo en claro que, para poder vender dentro del comercio internacional hay que seguir toda una serie de requisitos y procesos, normalmente ellos se encuentran documentos, pues cada uno tiene un uso específico y una aplicación que va a influir sobre cada parte del proceso logístico y comercial. Si no se cumplen cada uno de estos procesos la comercialización puede no darse producto de la documentación que van a exigir las organizaciones reguladoras y las aduanas. Si se trata de la empresa, este papeleo permite una organización de acciones y de las áreas a donde irá el producto y en torno a los proveedores, dicha documentación permite saber si la materia que están vendiendo ha cumplido con todos los requisitos de higiene o legales. La importancia o pertinencia de todos estos conocimientos es que sólo si se es consciente de los requisitos y procedimientos que debe llevar una actividad comercial internacional específica fue pueden cumplir con aquellas regulaciones que imponen los países que importan y exportan, además de gestionar y prevenir riesgos inherentes a esta clase de comercio y elaborar así contratos que permitan una transacción internacional segura (Departamento de Facilitación de Exportaciones, 2016, págs. 6-8).

i. Conocimiento de comercialización de la palta

Toda empresa antes de comenzar a comercializar cualquier tipo o clase de producto, la empresa necesitará realizar un esquema delineando la distribución que éste tendrá según las necesidades del propio producto o de la organización. Sólo luego de tenerlo listo se iniciará con la red de envíos, donde se incluirán los transportes adecuados para movilizar las mercancías, además de desglosar todas aquellas actividades de logística que permitirá completar las órdenes del propio pedido con la única

finalidad de asegurar que llegue la máxima calidad al cliente. Todo esto inicia con la creación del producto y sólo termina cuando ha sido enviado, es aceptado y es cobrado. Por tanto, se puede resumir que las actividades de esta gestión involucran: la movilización hacia un almacén, la preparación de los pedidos y su posterior transporte. (Castellanos, 2015, pág. 41).

- a. **Movilización hacia el almacén:** Esta es una de las fases iniciales que consiste en trasladar el producto hacia el lugar en el cual son sometidas a procesos de acondicionamiento y puedan conservar en buen estado sus condiciones y características (Castellanos, 2015, pág. 41). En el caso de la Palta Hass para comercialización con el mercado estadounidense, la movilización hacia el almacén de empaque tiene que realizarse antes de las 24 horas de haber sido cosechada.
- b. **Preparación de pedidos:** En el caso de la palta has de exportación hacia Estados Unidos, son empresas registradas las que pueden realizar el empaquetado. Sin embargo, para lograr que el producto pueda ser admitido para el proceso de empaquetado y conserve en buen estado sus propiedades, es necesario que se cumplan algunas pautas tales como: Tener presente que el periodo para el empaquetado no puede ser mayor a 24 horas después de haber sido cosechadas, limpiar escombros y evitar que tengan contacto con insectos (Oficina de Promoción Comercial e Inversores, 2011, pág. 12) .
- a. **Certificaciones de calidad:** Las principales certificaciones de calidad que deben tener los productores de palta has para comerciar su producto

en el mercado estadounidense son la certificación de los lugares de producción para la exportación, y la certificación fitosanitaria.

b. **Certificación de los lugares de producción para la exportación.** Aquí se habla de que cada exportación necesita reunir tres condiciones básicas y éstas son:

- Estar dentro del Sistema Nacional de Vigilancia de Moscas de la Fruta del SENASA.
- Tener una mínima población de *Ceratitis capitata*.
- Estar registrado dentro del Sistema Nacional de Vigilancia de Plagas del Palto.

c. **Certificado fitosanitario.** Para que cada Palta Hass pueda ser enviada desde Perú hasta los Estados Unidos debe ir acompañada de un certificado fitosanitario que se expedito por SENASA, que incluirá una declaración jurada que garantice que dichas frutas que se están exportando han sido cultivadas, empaquetadas, inspeccionadas y fueron encontradas libres de todas las paltas que están relacionadas con el 7 CFR 319.56-50 (Oficina de inversión y promociones comerciales del Perú, 2011, pág. 12).

1.3. Definiciones conceptuales

Exportaciones

Se llama exportaciones a la venta o dotación de bienes ejercida de un país a otro, es decir es la transferencia de propiedades entre habitantes de diferentes países, donde, el vendedor residente es llamado exportador. Mientras que, la persona no residente que adquiere el producto es llamado importador, exportando los países aquellos productos en los cuales tienen ventajas

competitivas sobre los demás, y constituyéndose las exportaciones en el principal componente del PBI (Galindo & Ríos, 2015, pág. 2).

Certificaciones de calidad

Se conoce como certificaciones de calidad a toda documentación o expedición de acta que tiene como propósito dar respaldo a un producto, proceso o servicio, señalando que se ajustan a determinadas normas técnicas y estándares que aseguran su buen nivel de calidad. Éstas son solicitadas por las propias organizaciones y son otorgadas luego de la aprobación a través de auditorías en las cuales se realizan exámenes que determinan si las características del bien o servicio satisfacen los requerimientos de las normas de calidad (Nicoletti, 2008, pág. 92).

Comercialización

Es el proceso a través del cual se introducen bienes o servicios al mercado con la finalidad que éstos sean adquiridos por los clientes y a cambio se reciba un beneficio monetario. Puede ser entendida además como una de las funciones gerenciales que ocupa un lugar especial dentro de la estructura organizacional o como una de las actividades inmersas en la cadena de valor. Además puede ser entendida como un conjunto de servicios que se llevan a cabo para trasladar un producto desde su centro de producción hasta el centro de consumo (Rizo, Villa, Vuelta, & Vargas, 2017, pág. 92).

Estándares de calidad

Los estándares de calidad son los modelos, referencias o patrones a los que se deben ajustar determinados productos o servicios, a fin de poseer una adecuada calidad. Por tanto, se les puede considerar como aquellos criterios

establecidos por norma general para determinar el nivel de calidad (Villamarín, 2013, pág. 24).

Capacidad de producción

La capacidad de producción de una empresa corresponde al número total de bienes que se puede producir en un determinado periodo haciendo uso equilibrado de sus recursos financieros y humanos disponibles, es decir, engloba lo que la empresa puede producir con sus recursos dada el tiempo y la demanda del mercado (Gómez, 2011, pág. 172).

Certificados fitosanitarios

Se trata de documentación ya sea física o electrónica que es entregado a los exportadores para avalar que productos tales como plantas, productos vegetales, u otros, se encuentren libres de plagas o enfermedades que puedan afectar la salud humana, y que son requerimientos del país importador (Secretaría de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria, 2016, pág. 8).

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1. Formulación de hipótesis

2.1.1. Hipótesis principal

La calidad del producto, la cantidad de cosecha, el nivel de asociatividad, la visión empresarial y el nivel de conocimientos sobre el proceso y requisitos de exportación son los principales factores limitantes de la oferta exportable de Palta Hass en los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, hacia el mercado de Estados Unidos

2.1.2. Hipótesis específicas

1. La calidad de la Palta Hass de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, no se encuentra bajo los estándares que el mercado de Estados Unidos requiere.
2. La baja cantidad de cosecha de Palta Hass del Distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, es insuficiente para la oferta exportable hacia el mercado de Estados Unidos.

3. El bajo nivel de asociatividad de los productores del Distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos.
4. La deficiente visión empresarial de los productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, es uno de los factores que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos.
5. El bajo nivel de conocimiento de procesos y requisitos de exportación de los productores del Distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos.

2.2. Variables y definición operacional

2.2.1. Variables

Variable independiente: Factores limitantes de la oferta exportable

Variable dependiente: Oferta exportable

2.2.2. Definición operacional.

Factores que limitan la oferta exportable: Para abordar los factores que limitan la oferta exportable se han considerado cinco factores: Calidad, cantidad, asociatividad, visión empresarial, y conocimientos de procesos y requisitos de exportación, obteniéndose datos de cada uno de ellos a través de un cuestionario de respuesta dicotómicas, múltiples y abiertas, en el cual se 32 plantearon preguntas acordes a los indicadores de cada uno de los factores.

Oferta exportable: Para abordar la variable oferta exportable se utilizó como dimensión a la capacidad exportable de los productores, la misma que fue analizada a través de un cuestionario de 6 preguntas de escala dicotómica

Tabla 5.
Operacionalización de la variable oferta exportable

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Oferta Exportable	Capacidad exportable de los productores	Capacidad instalada total	1,2,3,4,5,6.	Dicotómica

Fuente: Macha (2018)
Elaboración: Propia

Tabla 6.
Operacionalización de los factores limitantes: Calidad, cantidad, asociatividad, visión empresarial y Conocimiento de procesos y requisitos de exportación.

VARIABLES	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Calidad del producto	Cumplimiento de estándares	Cumplimiento de características específicas	7,8,9,19,11.	Dicotómica
Cantidad de Cosecha	Cuota de mercado	Volumen de cosecha	12,13,14,15,16.	Dicotómica, opción múltiple, respuestas abiertas.
Asociatividad	Actitud Hacia la Asociatividad	Compromiso Precisión de objetivos y metas Definición de roles	17,18,19,20,21, 22,23,24.	Dicotómica, respuestas abiertas.
Visión Empresarial	Capacidad de Gestión	Políticas Programas Procedimientos	25,26,27,28,29, 30,31,32.	Dicotómica, respuestas abiertas.

Conocimiento de procesos y requisitos de exportación.	Conocimiento de comercialización de la Palta	Movilización hacia el almacén Preparación de pedidos Certificaciones de Calidad	33,34,35,36,37, 38,39,40,41,42.	Dicotómicas, respuestas abiertas.
---	--	---	------------------------------------	-----------------------------------

Fuente: Marco teórico
Elaboración: Propia

CAPÍTULO III

MÉTODOLÓGÍA

3.1 Diseño metodológico

La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo, el cual emplea técnicas y métodos cuantitativos, de ahí que estén relacionadas con el uso de las magnitudes, de medición, análisis, muestreo, observación y todo lo que tenga que ver con herramientas de estadística. Esto implica que la investigación está determinada por la aplicación del método científico como única manera de obtener la verdad y obtener nuevos conocimientos científicos, de ahí que utilice sólo las ciencias naturales y las formales como bases de sus estudios (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagomez, 2014, pág. 97).

El tipo de investigación es básica, pues se centra en la innovación del conocimiento usando para ello métodos formales, esto se debe a que su única finalidad es observar y describir la realidad para así generar conocimiento. Esto lo logra a través de la interpretación de toda la información que obtiene acerca de la naturaleza, las ciencias o la filosofía (Muñoz, 2011, pág. 25).

El trabajo presentado tiene un nivel descriptivo, el cual se caracteriza por describir una situación, a un individuo, un hecho o grupo para identificar y analizar cada una de las características que lo distinguen de otros, para así comprender su origen y su naturaleza (Morán & Alvarado, 2010, pág. 8).

Este tipo de investigación es de diseño no experimental y corte transversal. El diseño no experimental se caracteriza por no manipular las variables que se estudian de manera deliberada, es decir, el investigador no va

a cambiar ninguna variable independiente. De manera tal que sólo se analizan los hechos de la manera en que se van presentando, en su contexto y en un tiempo determinado (Palella & Martins, 2012, pág. 87). Mientras que es de corte transversal porque se enfoca en la recolección de todos los datos de un momento determinado, esto con la finalidad de identificar y describir todas las variables escogidas y así analizar su impacto y sus interrelaciones entre todas las variables; esto significa que puede estudiar un grupo o subgrupos (Díaz, 2009, pág. 122).

3.2 Diseño muestral

3.1.1. Población

La población agrupa a todos aquellos eventos, objetos, hechos o fenómenos que poseen aquellas características que son motivo de investigación, y, por tanto, se encuentran susceptibles a poder ser estudiadas acorde con los objetivos planteados por la investigación (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagomez, 2014, pág. 246). En esta investigación la población la conformaron los 12 agricultores productores de Palta Hass del distrito 27 de Noviembre de la provincia de Huaral.

3.1.1. Muestra

La muestra es una parte o un subgrupo extraído de la población de estudio, la cual es seleccionada en base a métodos oportunos a través de los cuales se asegure que la muestra posea las características comunes que representan a la población. Por tanto los hallazgos que deriven de la obtención de datos de la muestra puedan ser generalizados al total de la población (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagomez, 2014, pág. 246). El muestreo utilizado

para determinar la muestra de la presente investigación fue el muestreo no probabilístico en su forma intencional, el cual se trata de un muestreo que no hace uso de técnicas estadísticas para determinar la muestra. Por tanto, para seleccionarla hace uso de su criterio para determinar aquellos elementos que tengan mayor representatividad, y puedan brindar datos de mayor validez y utilidad para el logro de los objetivos de investigación (Sánchez & Reyes, 2015, pág. 148). En la presente investigación, la muestra fue seleccionada mediante muestreo no probabilístico intencional, es así que, teniendo en consideración la accesibilidad de información, y el tamaño accesible de la población, la muestra estuvo conformada por el total de la población, es decir, la conformaron los 12 agricultores productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre de la provincia de Huaral.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.1.1. Descripción de los instrumentos

La encuesta es una técnica de recolección de datos que es utilizada ampliamente por su sencillez y validez para obtener datos oportunos para dar solución a los problemas de investigación. Para ello se basa en la formulación de interrogantes a partir de la cual se extraen los datos, uno de sus instrumentos es el cuestionario, el cual se trata de la formulación escrita de interrogantes que se encuentran relacionadas con las variables en investigación y cada uno de sus elementos, siendo dirigidas a la muestra de la cual se desea extraer los datos correspondientes (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagomez, 2014, pág. 211).

La técnica de recolección de datos que se utilizó en la presente investigación fue la encuesta, y el instrumento el cuestionario, el mismo que, en

un inicio estuvo conformado por preguntas un total de 42 preguntas referentes a la variable oferta exportable y a cada una de las variables que constituyen los factores limitantes de la misma. Así mismo, el instrumento fue sometido a prueba de validez a través del juicio de 3 expertos, luego de lo cual el cuestionario quedó conformado por 41 preguntas. Dicho instrumento fue aplicado finalmente a la muestra de agricultores teniendo naturaleza anónima, es decir, no se registraron los nombres de los agricultores en los cuestionarios, solamente cada una de sus respuestas.

3.3.2. Validez y confiabilidad de los instrumentos

Validez

Para determinar la validez del instrumento se recurrió al juicio de tres expertos profesionales en el ámbito del comercio exterior, los cual analizaron cada uno de los ítems para determinar sus características de validez tales como la suficiencia, claridad, coherencia y relevancia.

Confiabilidad

Para verificar la fiabilidad del instrumento a través de una prueba estadística se realizó una prueba piloto en dos momentos diferentes, dichos resultados posteriormente fueron ingresados en el programa SPSS y se aplicó la prueba rho de Spearman para comparar los resultados de los datos obtenidos de las variables en dos momentos diferentes. Dichos resultados pueden apreciarse en las siguientes tablas:

Tabla 7.

Comparación de los resultados obtenidos de la variable oferta exportable en dos momentos diferentes

			Oferta exportable 2	Oferta exportable 1
Rho de Spearman	Oferta exportable 2	Coeficiente de correlación	1,000	,963
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	12	12
	Oferta exportable 1	Coeficiente de correlación	0,963	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	12	12

Fuente: SPSS

Elaboración: Propia

Tabla 8.

Comparación de los resultados obtenidos de los factores limitantes en dos momentos diferentes

			Factores limitantes 2	Factores limitantes 1
Rho de Spearman	Factores limitantes 2	Coeficiente de correlación	1,000	,989**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	12	12
	Factores limitantes 1	Coeficiente de correlación	0,989**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	12	12

Fuente: SPSS

Elaboración: Propia

La tabla 7 muestra que existe relación significativa, manifestada con un coeficiente de correlación de 0.963 y un nivel de significancia igual a 0.00, entre los resultados obtenidos de la variable oferta exportable al aplicarlos en dos momentos diferentes, por tanto, no se hallan variaciones significativas al aplicar el instrumento en momentos distintos lo cual determina la fiabilidad del instrumento.

Mientras que, la tabla 8 muestra que existe relación significativa, manifestada con un coeficiente de correlación de 0.989 y un nivel de significancia igual a 0.00, entre los resultados obtenidos de las variables independientes, que para efectos del análisis se han reunido y designadas en conjunto como factores limitantes, al aplicarlos en dos momentos diferentes, evidenciando que no se hallan variaciones significativas al aplicar el instrumento en momentos distintos criterio que determina la fiabilidad del instrumento.

Validez

La validez se refiere al grado en que un instrumento tiene la capacidad para medir las características de la variable que realmente se desean medir, es decir, que resulta ser válido cuando cada uno de sus componentes aborda aspectos relevantes de la variable en estudio (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 200). La validez del instrumento de la presente investigación se determinó a través del juicio de 3 expertos, los cuales evaluaron cada uno de los ítems y dieron las observaciones correspondientes, las cuales fueron luego levantadas para poder aplicar el instrumento a la muestra.

3.4. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Para el análisis de la presente investigación se procedió a realizar una base de datos en Excel con las respuestas obtenidas, además se hizo uso de la estadística descriptiva presentando los resultados a través de tablas de frecuencia y gráficos. Así mismo, se utilizó el análisis inferencial para las preguntas que arrojaron datos cualitativos, todos ellos fueron analizados y posteriormente plasmados de manera descriptiva acorde con cada uno de los objetivos planteados.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Resultados de la investigación

4.1.1 Oferta exportable actual de la Palta Hass producida por los agricultores productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre.

La oferta exportable de palta hacia el mercado de Estados Unidos ha sido analizada en comparación con la capacidad instalada que compone la capacidad exportable de los agricultores productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre, para ello se recolectaron datos pertinentes que se muestra a continuación:

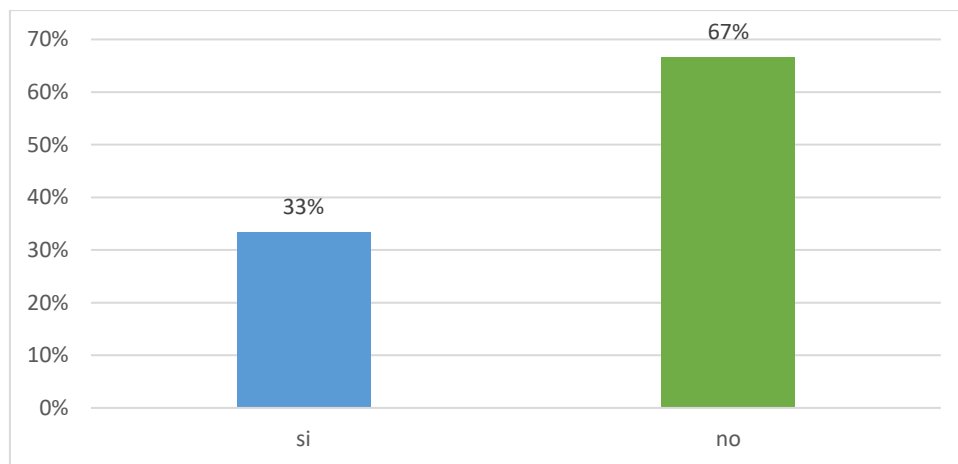


Figura 8. ¿El cultivo de palta es su principal actividad económica? Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Al ser interrogados los agricultores productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre con una pregunta referente a la importancia que tiene la palta en su actividad económica, el 67% de los agricultores señaló que el cultivo de palta es su principal actividad económica, en tanto que, el 33% de los

encuestados señaló que no es su principal actividad económica, es decir, ellos realizan algunas otras actividades que son fundamentales para su economía.

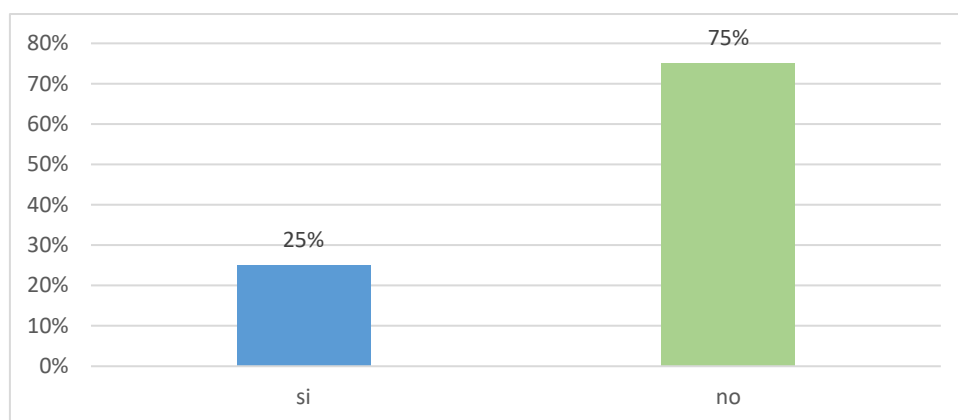


Figura 9. ¿Cuenta usted con mochilas de fumigar y motoguadañas sofisticadas en el mantenimiento o desarrollo de producción de palta?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

El 75% de los agricultores encuestados no cuenta con mochila de fumigar y motoguadañas sofisticadas para poder llevar a cabo su producción de palta o dar mantenimiento a la misma, en tanto que, un 25% de los agricultores manifestó que si dispone de mochila de fumigar y motoguadañas sofisticadas para poder desarrollar la producción de palta y darle mantenimiento.

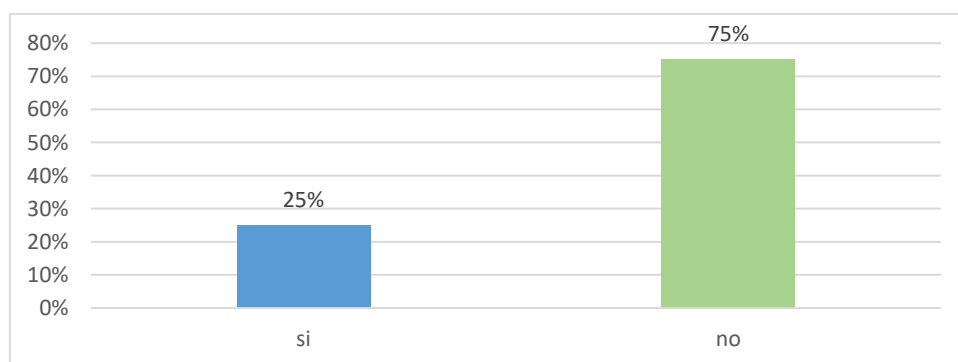


Figura 10. ¿Cuenta usted con un sistema de riego para el desarrollo del cultivo de palta?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

La mayoría de los agricultores encuestados, representada en una cuantía de 75%, no dispone de un sistema de riego para desarrollar el cultivo de palta, asimismo, existe un porcentaje menor de agricultores equivalente a 25% que sí dispone de un sistema de riego con el cual poder abastecer el cultivo de la Palta Hass.

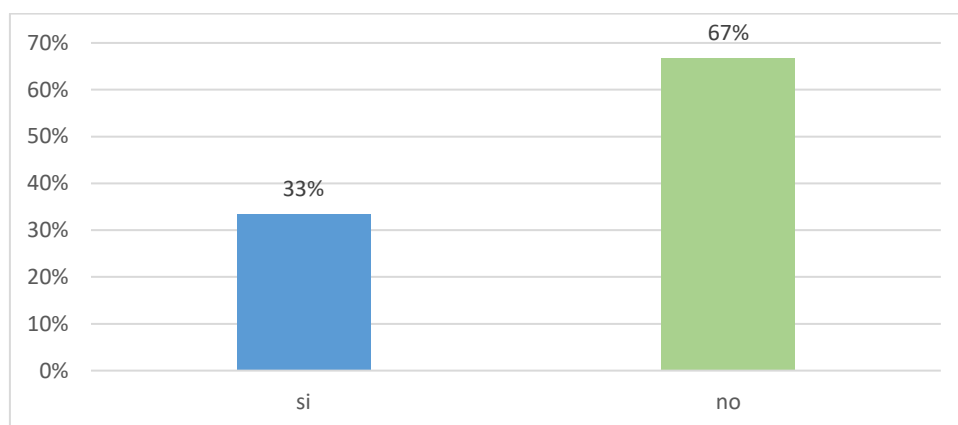


Figura 11. ¿Cuenta con los recursos económicos suficientes para poder llevar a cabo la siembra y cosecha de la palta? . Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Del total de los agricultores encuestados, el porcentaje mayoritario representado por un 67%, indicó que no cuentan con recursos económicos para poder llevar a cabo la siembra y cosecha de Palta Hass, sin embargo, existe un 33% que señaló que los recursos económicos que posee le sirven y le son suficientes para realizar la siembra y cosecha de la palta.

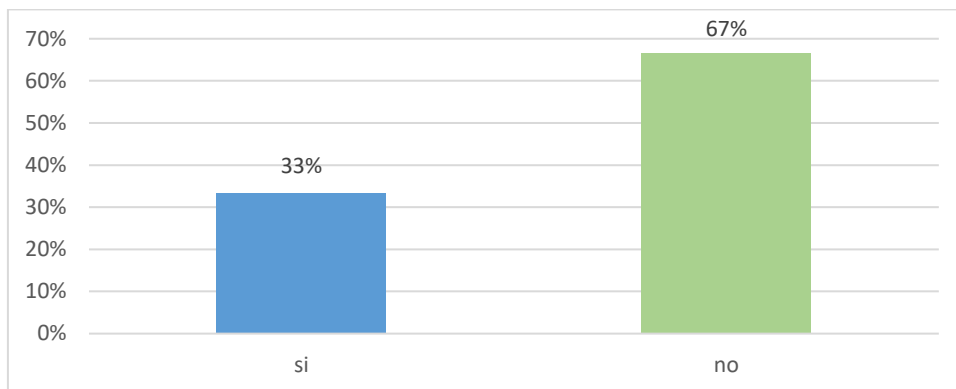


Figura 12. ¿Cuenta con la disponibilidad de créditos suficientes para poder desarrollar mayor siembra y cosecha de la palta? . Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Los agricultores que fueron encuestados, en mayor porcentaje representado en un 67%, indicaron que ellos no tienen disponibilidad de acceder a créditos que les sean suficientes para realizar la siembra y cosecha de la palta, existiendo una cantidad menor de agricultores, equivalente a un 33%, que indicó tiene disponible el acceso a créditos suficientes para realizar la siembra y cosecha de palta.

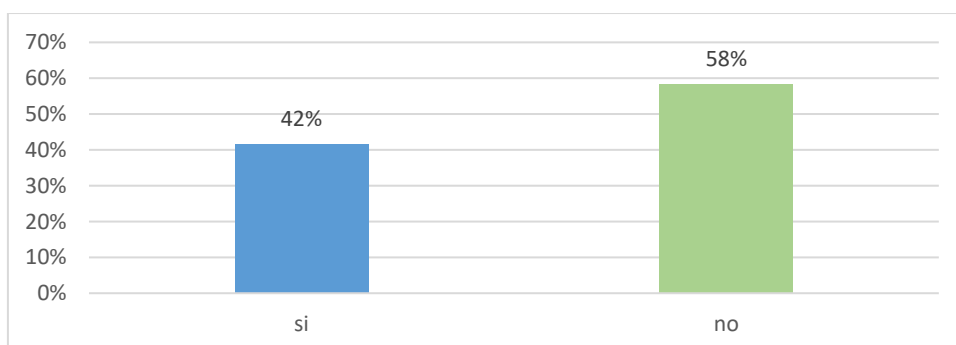


Figura 13. ¿Considera usted que los ingresos por comercializar palta le generan beneficios económicos para continuar con la siembra y cosecha de palta? . Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

El escenario respecto a los beneficios para la producción de Palta Hass a futuro no se mostró favorable al preguntar a los agricultores productores de Palta Hass si considera que los ingresos que obtienen al comercializar la palta les generan beneficios económicos suficientes como para continuar realizando una óptima siembra y cosecha de palta, a lo cual un 58% señaló que si les genera los ingresos suficientes, mientras que, un 42% indicó por el contrario, que los ingresos obtenidos no les genera los beneficios económicos requeridos para continuar con la siembra y cosecha

4.1.2 Calidad de la Palta Hass cosechada por los productores del distrito 27 de noviembre de acuerdo con los estándares requeridos por el mercado de Estados Unidos.

La palta Hass para ser exportada al mercado estadounidense debe cumplir con requerimientos específicos que aseguren que el producto mantenga estándares adecuados de calidad y cumpla con las características demandadas por el país importador, dichos requerimientos básicos están asociados tanto con sus características fitosanitarias, como con el conjunto de certificaciones y especificaciones en el manejo de la palta, a continuación, se muestra el análisis realizado respecto a las características de la Palta Hass cosechada por los productores del distrito 27 de noviembre en relación con los estándares requeridos por el mercado de Estados Unidos

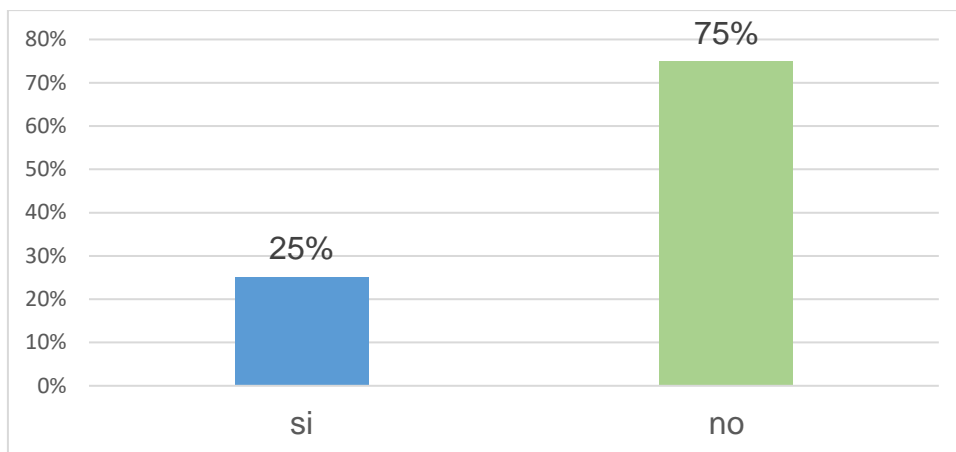


Figura 14. ¿Ha establecido estándares de calidad específicas para clasificar la palta en la cosecha? . Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

La figura 14 muestra que el 75% de los productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre no ha establecido estándares propios para clasificar la palta cosechada, mientras que, existe un 25% que, si lo hace, es decir, se evidencia que la calidad en la mayoría de los encuestados no es un factor adecuadamente valorado para clasificar su producto y destinarlo acorde a ello a los mercados.

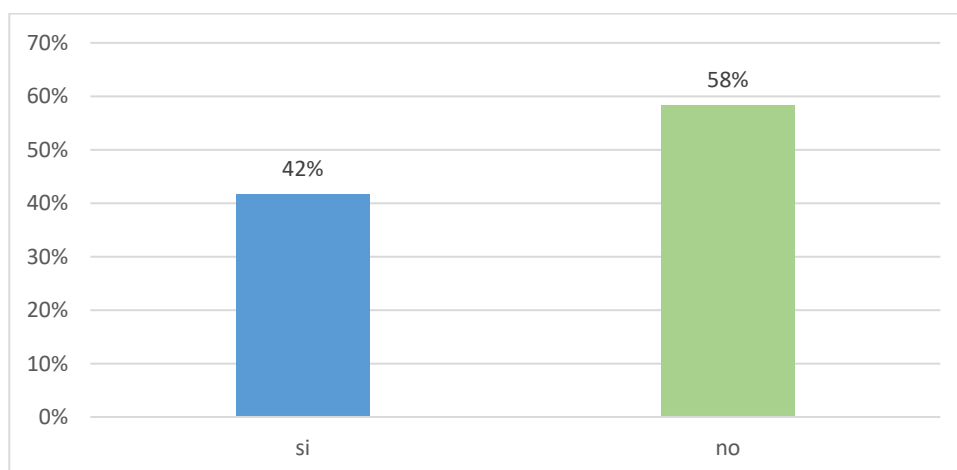


Figura 15. ¿Ha segmentado la calidad de su producto de acuerdo a su tipo de clientes?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Al preguntar a los agricultores productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre respecto a la segmentación que hacen de la calidad de su producto para ser ofrecido de acuerdo a sus tipos de clientes, el 58% respondió que no clasifica la calidad de la palta de acuerdo al tipo de clientes que la demandan, mientras que, el 42% señaló que si realiza tal segmentación.

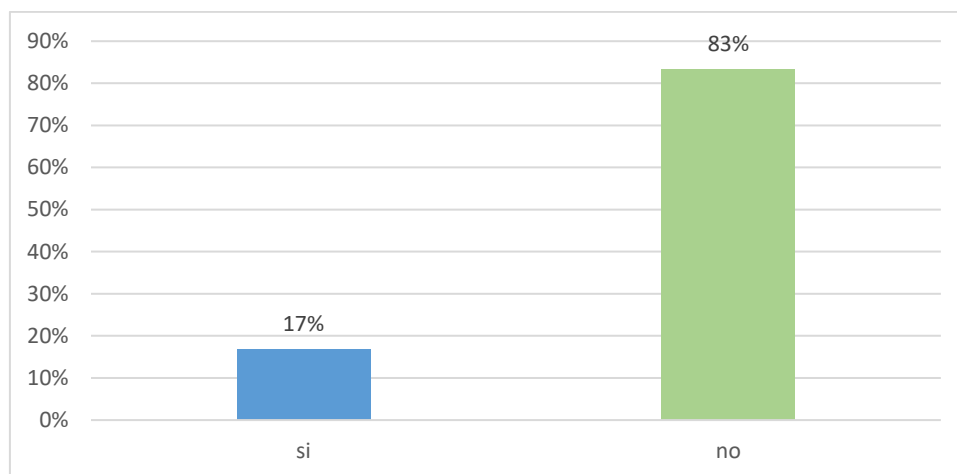


Figura 16. ¿Conoce usted los requisitos de calidad para la exportación de la palta a Estados Unidos?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

La figura 16 muestra que los productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre al preguntarles respecto al conocimiento de los requisitos de calidad que ha propuesto Estados Unidos para importar la palta, el 83% de los agricultores respondieron que no tienen conocimiento de los requisitos de calidad, mientras que, un 17% de ellos si conoce cuáles son esos requisitos, sin embargo, ese 17% no señaló en los cuestionarios de manera precisa los requisitos.

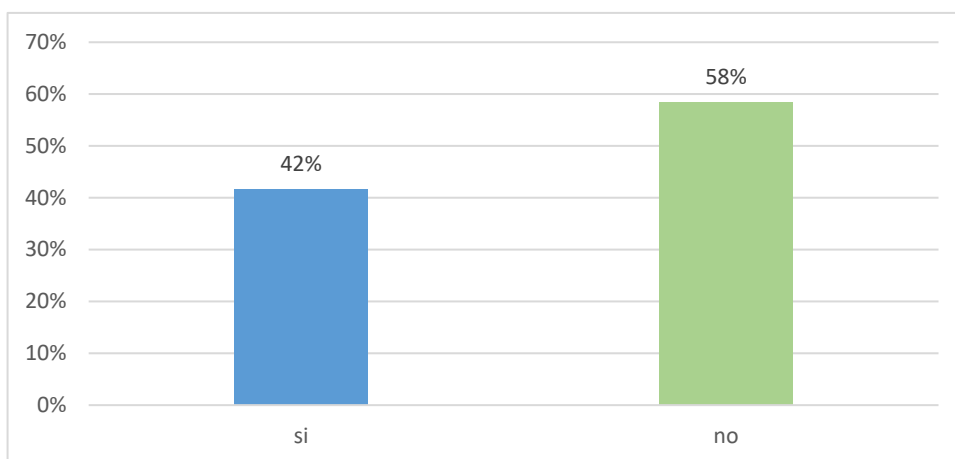


Figura 17. ¿Considera que la palta que produce cumple con adecuados estándares de calidad para ser exportada?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

El 58% de los agricultores productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre no confía en las características de la palta que cosecha y considera que no cumple con los estándares de calidad requeridos por el mercado de Estados Unidos para comercializar la palta, mientras que, un 42% de los agricultores considera que la palta que siembran y cosechan si cumpliría con los estándares de calidad requeridos.

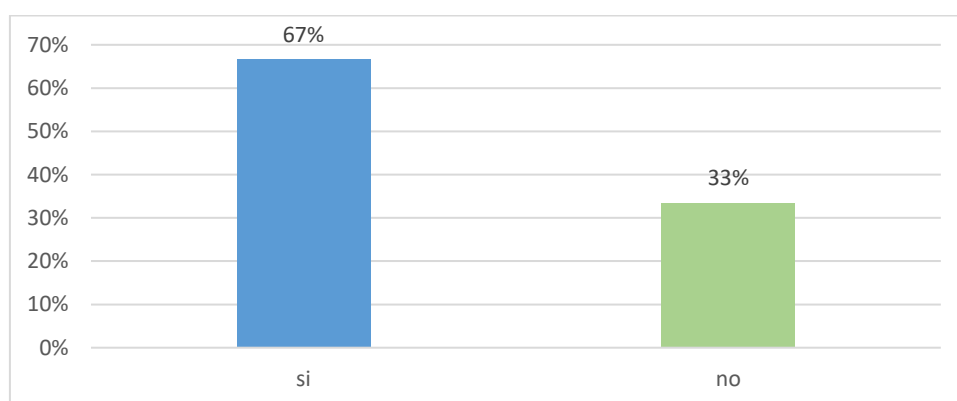


Figura 18. ¿El peso de sus Paltas se encuentra en un peso promedio de 200 a 300 g?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

En cuanto al peso de las paltas, el cual de manera adecuada debe estar situado entre 200 a 300 gramos, los agricultores señalaron en su mayoría,

representando un 67%, que sus paltas cosechadas si se encuentran dentro de dicho rango de peso, sin embargo, existe un 33% de los agricultores que señalaron que la palta que produce no logra ubicarse dentro de dicho rango de peso.

4.1.3 Cantidad de cosecha de palta Hass del distrito 27 de noviembre para abastecer la exportación al mercado de Estados Unidos

La cantidad de cosecha de la palta es también uno de los factores relevantes para determinar la oferta exportable de dicho producto, ya que los productores deben asegurar las cantidades suficientes y necesarias para poder abastecer la demanda exterior, en base a ello se aborda a continuación aspectos relevantes en cuanto a cantidades de cosecha.

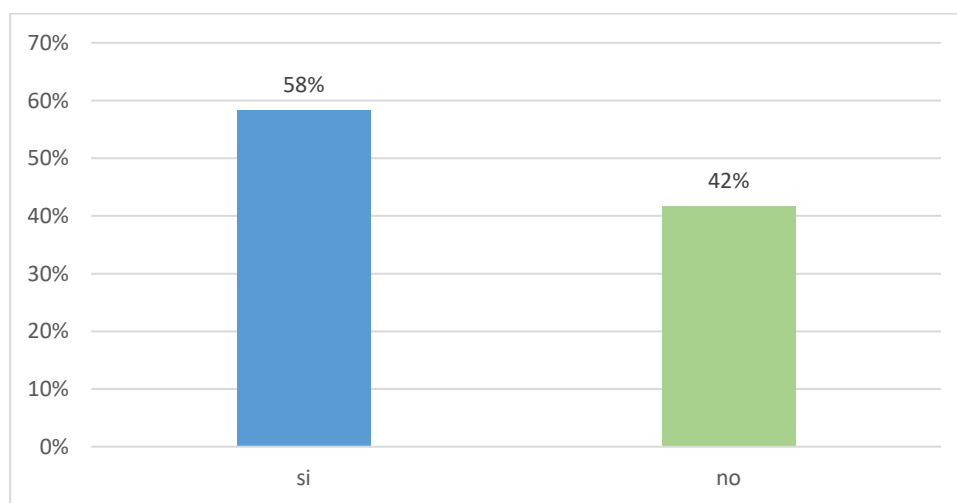


Figura 19. ¿Sus cosechas, logran cubrir con las cantidades de palta que le son requeridas?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Los resultados mostrados indican que 58% de los productores de palta has del distrito 27 de noviembre indicaron que cuánta de palta que cosecha si les ha sido suficiente para cubrir la demanda de su producto, y poder abastecer determinadas cantidades que le son demandadas por los consumidores,

mientras que, el 42% manifestaron que no llegan a cubrir el total de la cantidad de palta que su público demanda.

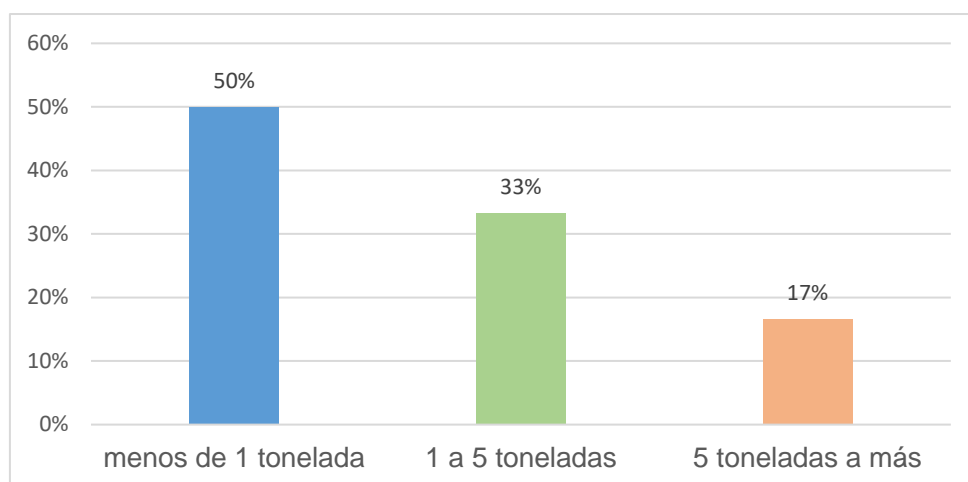


Figura 20. ¿A Cuánto asciende su cosecha de palta mensual?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Del total de los productores encuestados, respecto a las cantidades de palta Hass en toneladas que producen de manera mensual, existe un 50% del total que señala que su cosecha mensual es menor a 1 tonelada, mientras que, existe un 33% que manifestó obtener una cosecha mensual que va de entre 1 a 5 toneladas, y por otro lado, solo un 17% ha indicado que su cosecha de Palta Hass mensual es superior a las 5 toneladas.

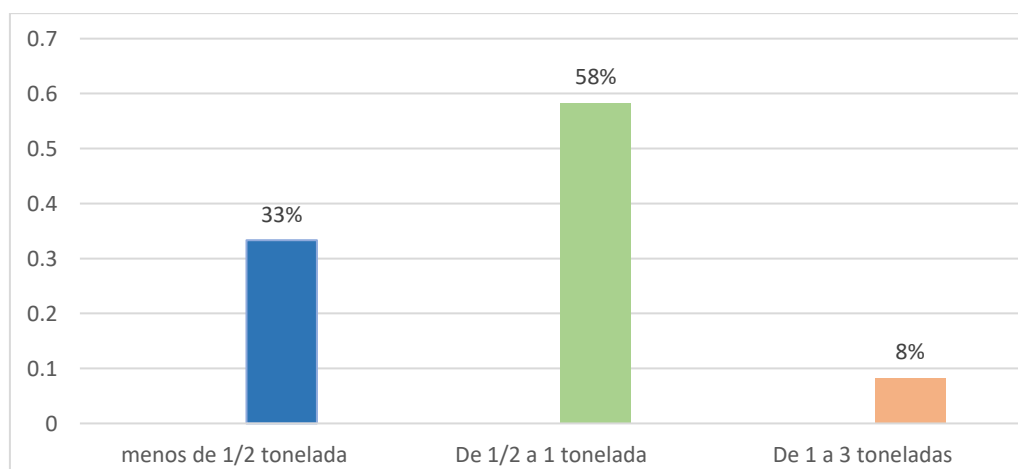


Figura 21. ¿Cuál es la menor cantidad de palta que ha cosechado en un mes?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Respecto a la cosecha mensual que menor volumen ha tenido en alguna de las campañas de los productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre, 33% de ellos indicaron que la producción más baja que han obtenido en algunos de los meses ha sido menor a ½ tonelada, 58% de los productores manifestaron uno de sus producciones más bajas en un mes a se ha ubicado entre ½ a 1 tonelada, mientras que, 8% de los agricultores consideraron que su menor producción alcanzada en algún mes se ha situado entre 1 a 3 toneladas.

Tabla 9.

¿Considera que le falta algún recurso para mejorar su volumen de cosecha mensual?

Nº	Respuesta (Sí/No)	Descripción
1	Sí	Dinero, mano de obra.
2	No	
3	Sí	Capital, herramientas
4	Sí	Asesoría y apoyo del gobierno
5	Sí	Dinero, herramientas
6	Sí	Agua
7	No	
8	Sí	Herramientas y agua
9	Sí	Mayor capital
10	Sí	Apoyo de las autoridades
11	Sí	Apoyo de las autoridades
12	Sí	Agua

Fuente: Cuestionario aplicado

Elaboración: Propia

Asimismo, se le preguntó a los productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre sobre los recursos que consideran les hacen falta y de poseerlos serían artífices de un incremento considerable en sus volúmenes de producción, hubieron 2 de los agricultores que respondieron que no considera que carezcan de algún recurso, es decir, los recursos que tienen disponibles son suficientes para llevar a cabo una óptima siembra y cosecha, en tanto que, 10 de los

agricultores manifestaron que si tienen carencia de algún recurso, coincidiendo 3 de ellos en señalar que el dinero o capital es uno de los recursos que impulsaría su cosecha, asimismo, se evidenció que 3 agricultores coincidieron en señalar que carecen de apoyo de las autoridades, siendo también el agua y las herramientas otros de los recursos carentes en los encuestados.

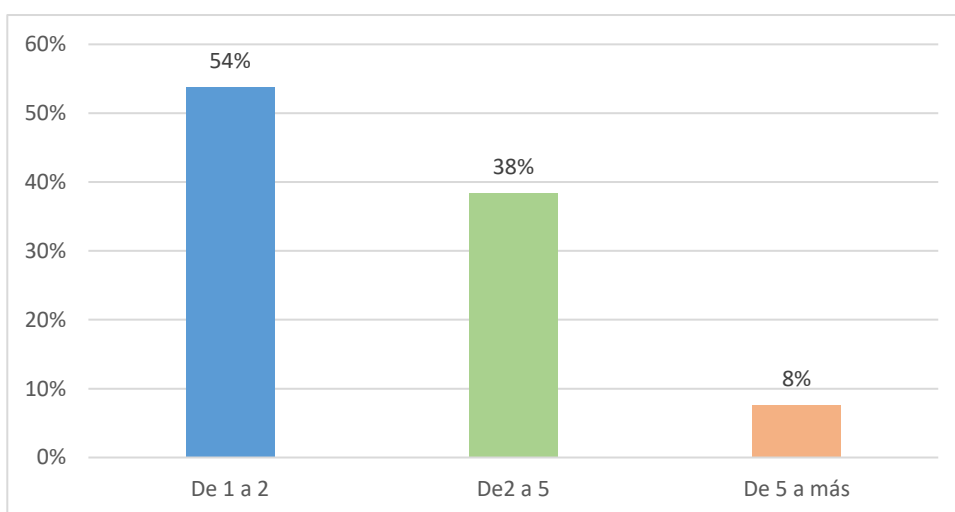


Figura 22. ¿Cuántas hectáreas de cultivo de palta posee?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Respecto a las hectáreas de cultivo que poseen los productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre, los resultados obtenidos indican que un 54% de ellos poseen de 1 a 2 hectáreas, siendo un 38% de los encuestados poseedores de 2 a 5 hectáreas para la siembra de Palta Hass, existiendo también un 8% de productores que manifestaron tener una mayor extensión de hectáreas, equivalente a un aproximado de 5 a más hectáreas.

4.1.4 Nivel de asociatividad de los productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre para exportar al mercado de Estados Unidos

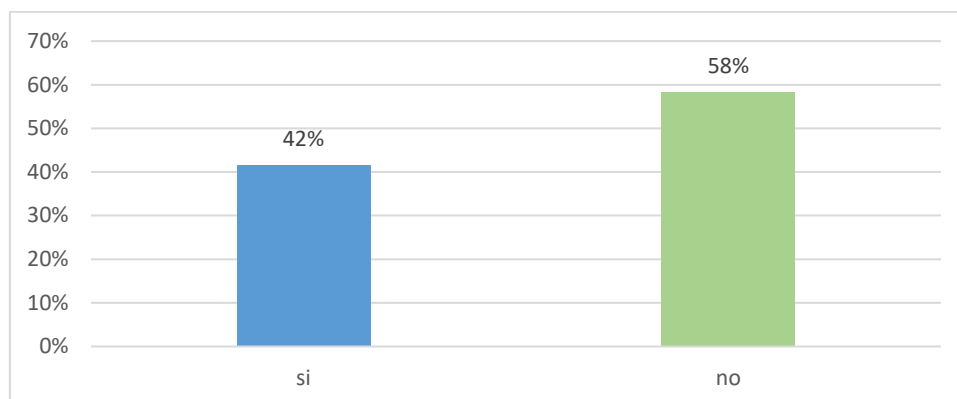


Figura 23. ¿Quisiera pertenece a alguna asociación de agricultores productores de palta?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Los resultados indican que un 58% de los agricultores manifiesta que no quisiera asociarse con otros agricultores para desarrollar el comercio de la palta que producen debido a múltiples razones, en especial a la desconfianza, sin embargo, existe un aún existe un 42% de los agricultores que si se encontraría dispuesto a asociarse con otros agricultores aledaños para poder llevar a cabo mejores campañas y comercialización de palta Hass.

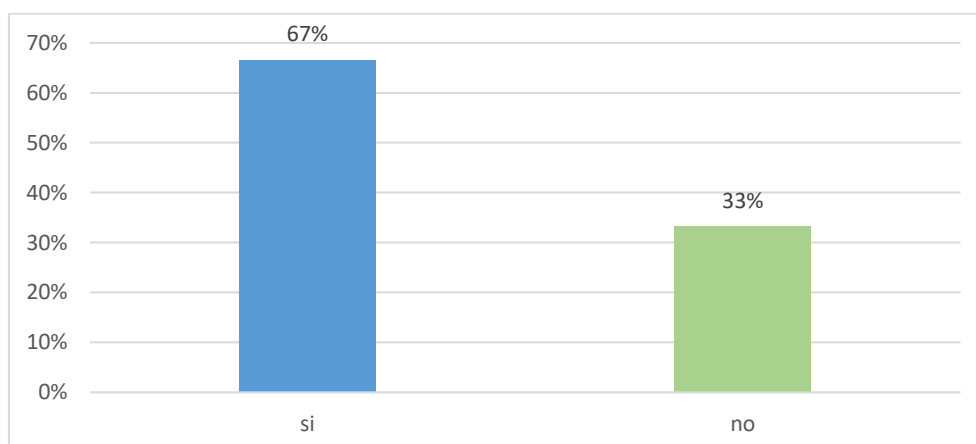


Figura 24. ¿Asumiría el compromiso de asociarse a otras instituciones o productores para lograr exportar su producto?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Los resultados respecto a la pregunta de su disponibilidad para asociarse para la comercialización de la palta Hass fueron positivos en mayor medida al mencionarles el tema de las exportaciones, es así que, al preguntarle si estarían dispuestos a asociarse con otros agricultores o instituciones para lograr que su producto pueda ser exportado, un 67% manifestó que si lo haría, no obstante, existe un 33% que aún desconfía en los beneficios de la asociatividad y señala no estar presto para la asociatividad, y prefiere de manera independiente buscar los medios para internacionalizar su producto.

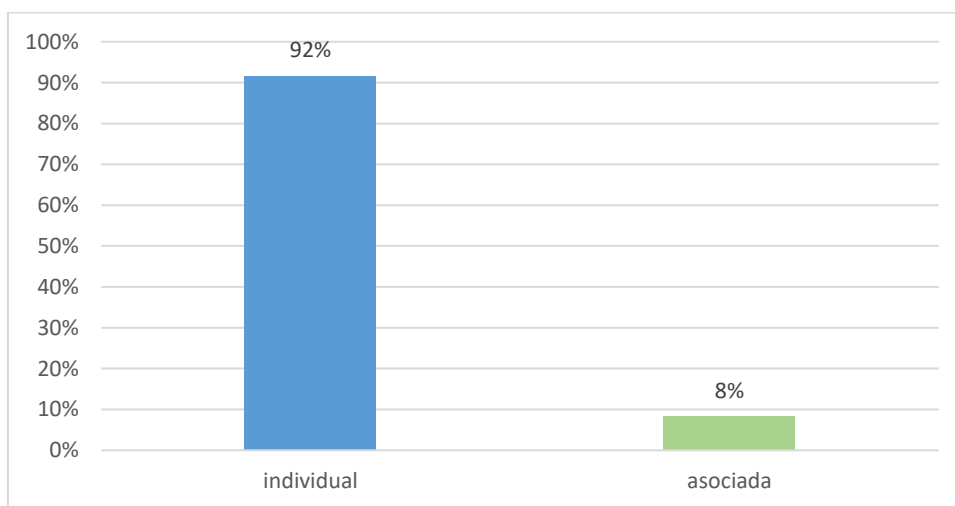


Figura 25. ¿Usted realiza la comercialización de palta de manera asociada o de forma individual?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Al preguntar a los productores del distrito 27 de noviembre sobre la manera en que comercializan la palta cosechada, dándoles las opciones asociada o individual, a lo que el 92% de los encuestados señaló que lo realiza de manera individual, mientras que un 8% señala que es de forma asociada, ya

que, hacen uso de grandes centros de abastos con quienes mantienen contactos para poder dar tener una demanda fija.

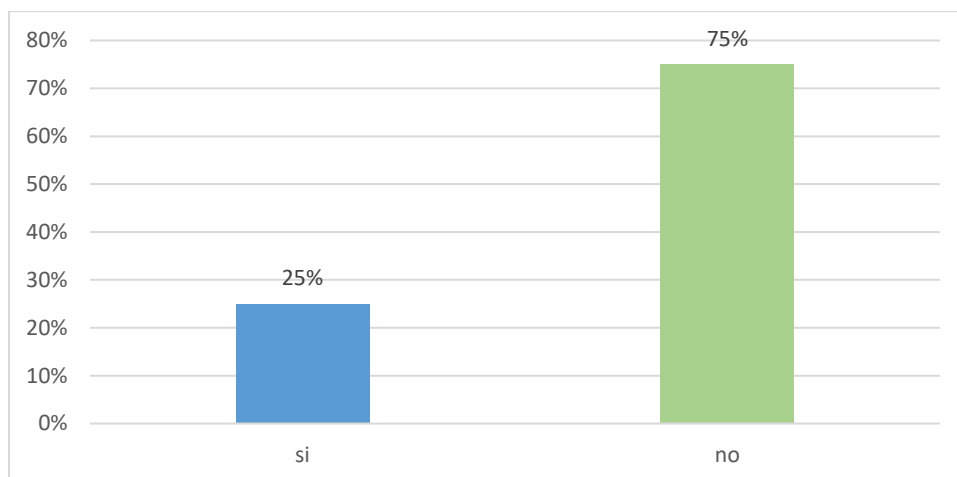


Figura 26. ¿Según su criterio cree usted que las asociaciones de agricultores buscan que el logro de objetivos favorezca a todos sus miembros?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Para que pueda darse la asociatividad empresarial es preciso que se establezcan lazos de confianza entre los miembros, en esta medida, se le preguntó a los agricultores del distrito 27 de noviembre si ellos consideraban que las existentes asociaciones de agricultores a nivel de todo el territorio buscaban que los objetivos alcanzados por la asociación doten de beneficios a todos los miembros, a lo que solo un 25% señaló que si cree que las asociaciones se esmeren porque todos salgan beneficiados, mientras que, un número relevante de ellos, equivalente a un 75%, señaló que no confía en que suceda así.

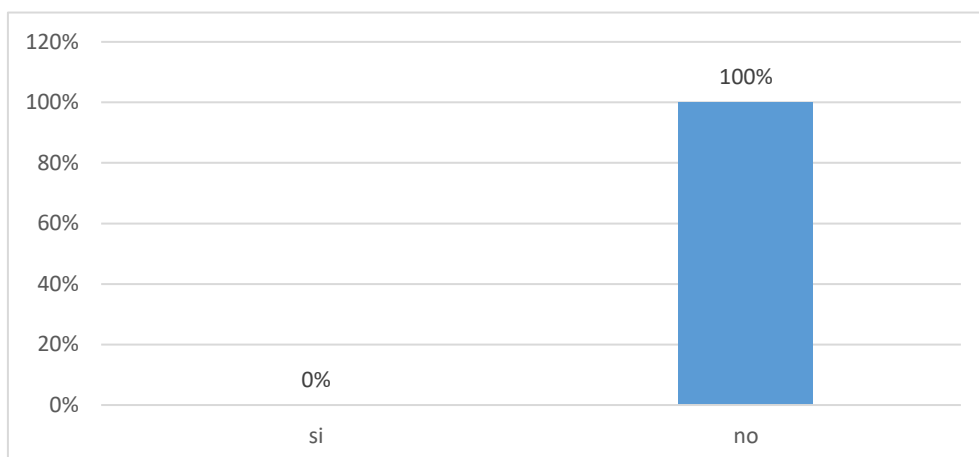


Figura 27. ¿Ha determinado objetivos y metas que puedan lograr que su producto se sume a la oferta exportable de palta del país?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Al notar el afán de los productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre por exportar, se planteó el cuestionario la pregunta referente a la determinación de sus propios objetivos mentas dentro de sus planes como artífices y orientadores de actividades que logren que la palta que siembran y cosechan pueda incluirse en la oferta exportable de Perú hacia los Estados Unidos, a lo que éstos respondieron en un 100%, que no han fijado dichas metas y objetivos, es decir, que si bien se ha observado su interés por la exportación, los resultados muestran que no realizan una gestión adecuada que parta del establecimiento de objetivos tácticos para orientar su desempeño y lograr hacer posible la internacionalización de sus productos.

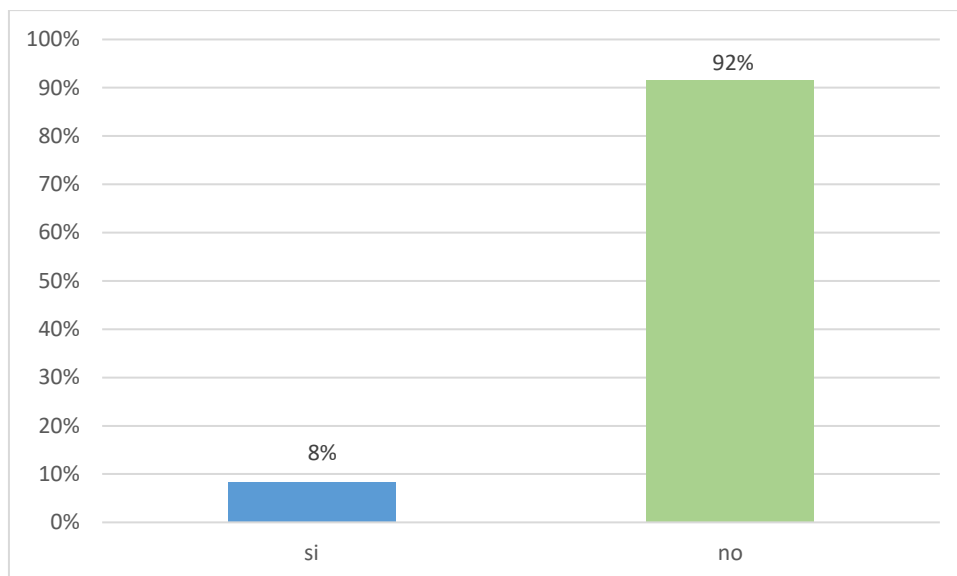


Figura 28. ¿Cuenta con un equipo de trabajo encargado de analizar los diversos escenarios y aspectos necesarios para la exportación?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Del total de los agricultores productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre encuestados, el 92% señaló que no cuenta con algún equipo de trabajo que se esté encargando de analizar escenarios y aspectos importantes a tener en cuenta para emprender un adecuado proceso de exportación, siendo un porcentaje no significativo equivalente a 8% que indicó que si cuenta con un equipo que se están encargando de averiguar tales aspectos a fin de lograr exportar sus productos.

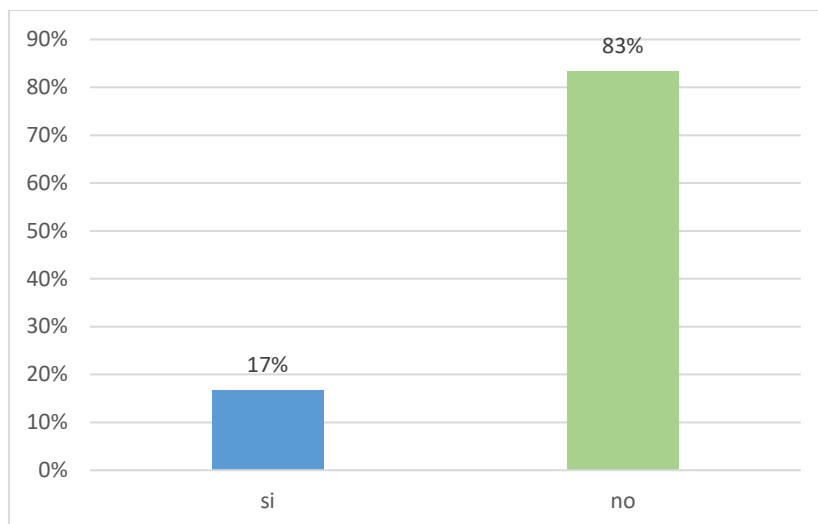


Figura 29. ¿Conoce usted el rol específico que cumple el gobierno regional y local en las asociaciones de agricultores?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Los resultados mostraron la existencia de un gran desconocimiento que existe en los productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre en cuanto al rol que debería cumplir el gobierno regional y local para favorecer las actividades realizadas por las asociaciones de agricultores y propiciar un óptimo desempeño y expansión del sector, siendo un 83% de los encuestados los que manifestaron un total desconocimiento de dichos roles, mientras que, un 17% manifestó tener conocimiento preciso de los roles que deberían cumplir los gobiernos regionales y locales en cuanto al apoyo a las asociaciones de agricultores.

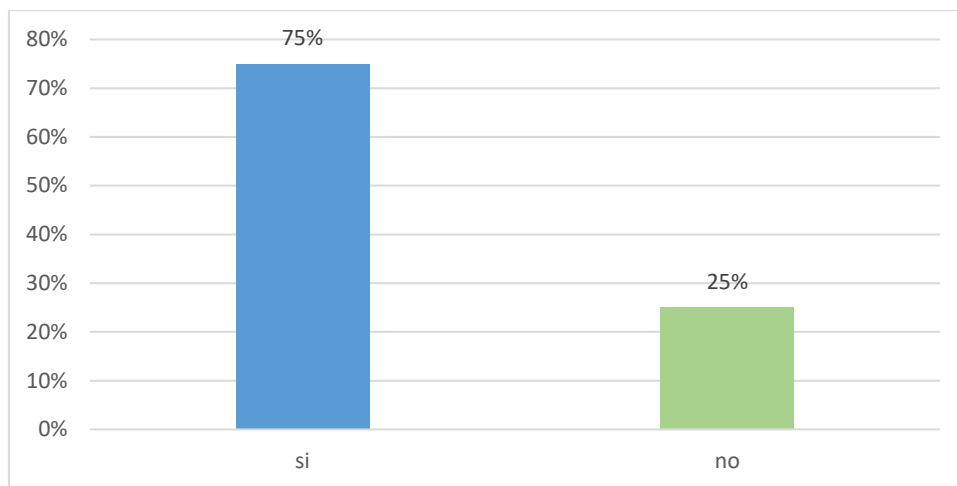


Figura 30. ¿Conoce cuáles son las principales entidades públicas que brindan apoyo al sector agro?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Respecto al conocimiento sobre las principales autoridades que tienen como función realizar acciones a favor del desarrollo del sector agro y por ende brindar las facilidades necesarias a los agricultores, los encuestados señalaron en un 75% que sí conocen algunas de dichas entidades encargadas, mientras que el 25% indicó desconocer ello, además, también se les pidió indicar algunas de las entidades que reconocen, a lo que en su mayoría indicaron al Ministerio de Agricultura y las asociaciones de regantes.

4.1.5 Visión empresarial de los productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre para exportar al mercado de Estados Unidos

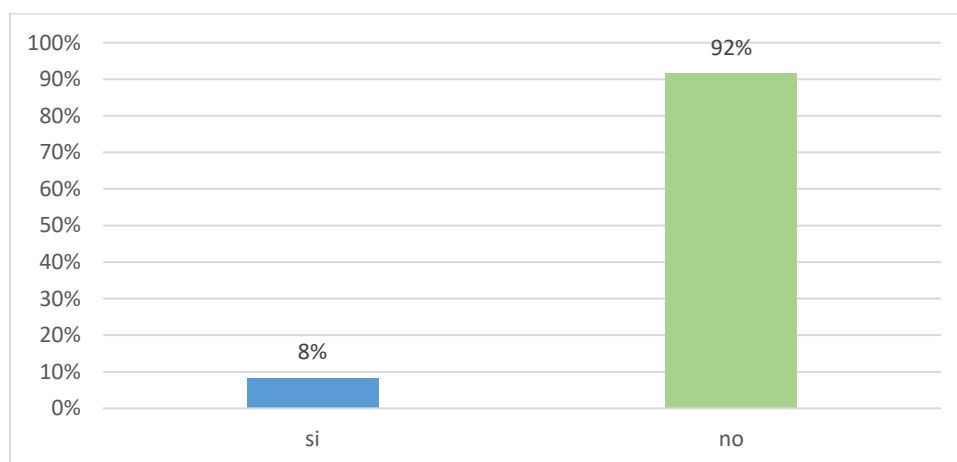


Figura 31. ¿Cuenta usted con políticas internas que le permitan efectivizar la siembra y cosecha de su producto?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Los productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre manifestaron en su mayoría, con una cantidad importante de 92%, que no cuenta con ninguna política interna dentro de sus procesos de siembra y cosecha para lograr que los mismos sean llevados a cabo con mayor efectividad, siendo solo un 8% los agricultores que si se encuentran organizados en cuanto a la determinación de políticas que les permitan poder llevar a cabo una óptima siembra de palta y que ello derive además en una eficiente cosecha del producto, sin embargo al pedirles que señalen cuáles son no respondieron a dicha pregunta.

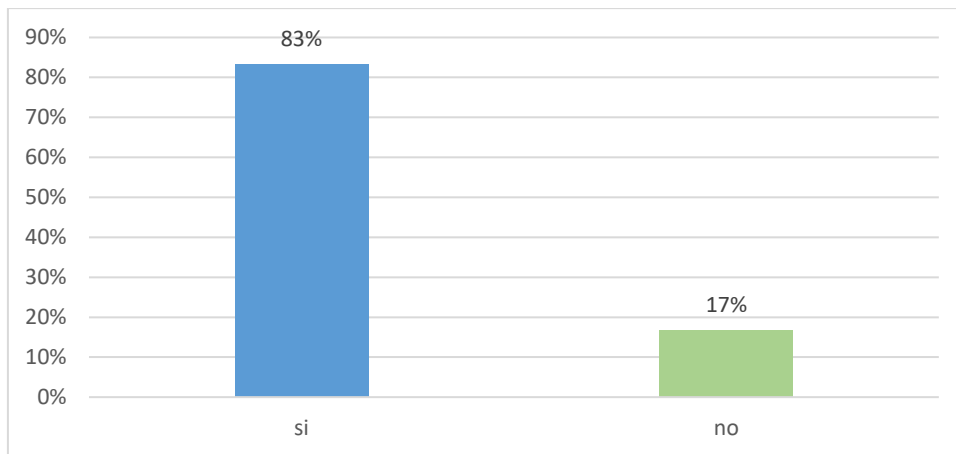


Figura 32. ¿Ha proyectado exportar palta?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Al preguntar a los productores de palta del distrito 27 de noviembre respecto a sus planes en cuanto a la exportación de palta Hass, se evidenció que en su gran mayoría ellos tienen el anhelo y disposición para comercializar en el mercado internacional, en base a ello, 83% de los agricultores llegaron a indicar que dentro de sus planes a futuro, aunque en un plazo no determinado, si tienen planes de exportar palta Hass, siendo solo un 17% los que señalaron que no se encuentra dentro de sus planes la exportación.

Tabla 10.*¿Ha desarrollado programas para mejorar la venta de su producto?*

Nº	Respuesta (Sí/No)	Descripción
1	Sí	Visitas periódicas a grandes establecimientos para ofrecer el producto
2	Sí	Brindar facilidades de pago a quienes solicitan grandes cantidades
3	No	-
4	No	-
5	No	-
6	Sí	Vender a un precio más bajo a los compradores que brinden su propio transporte para llevar la palta
7	No	-
8	No	-
9	No	-
10	No	-
11	No	-
12	No	-

Fuente: Cuestionario aplicado

Elaboración: Propia

El cuestionario además abordó una pregunta referente a los programas de mejora que han establecido los agricultores los productores de alta Hass del distrito 27 de noviembre para mejorar la comercialización de la palta, a lo que solo 3 de los encuestados respondieron que si han desarrollado programas para lograr mejorar sus niveles de comercialización, mientras que 9 de ellos no han desarrollado dichos programas, asimismo, las tres que señalaron que sí disponían de programas respondieron que los mismos se basan en las siguientes estrategias: Convenios de venta con grandes centros de abastos, facilidades en los pagos a los clientes potenciales, y la rebaja en el precio a las ventas que realizan a aquellos demandantes que acuden con su propio transporte a llevar la palta, ya que ello les evita el coste de transporte y por tanto dicho ahorro es canalizado en un menor precio a los compradores para lograr su preferencia.

Tabla 11.*¿Ha desarrollado programas para mejorar la calidad de su producto?*

Nº	Respuesta (Sí/No)	Descripción
1	Sí	Designación de un grupo de personas encargadas solamente de realizar la revisión y selección de calidad de la palta
2	No	-
3	No	-
4	Sí	Informarse de los requisitos para recibir certificaciones de calidad
5	No	-
6	Sí	Buscar asesoría en nuevas técnicas de siembra y cosecha
7	No	-
8	Sí	Utilizar otro tipo de fertilizantes
9	Sí	Designación de un grupo de personas encargadas solamente de realizar la revisión y selección de calidad de la palta
10	No	-
11	No	-
12	No	-

Fuente: Cuestionario aplicado

Elaboración: Propia

La calidad es uno de los factores primordiales para lograr la internacionalización de cualquier producto, por tanto, se les preguntó a los productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre sobre el desarrollo de programas para mejorar la calidad de las paltas cosechadas, a lo que 5 de ellos respondieron que, si cuentan con programas para asegurar la calidad de la palta, mientras que los 8 restantes señalaron no poseer programas de calidad. Asimismo, al pedirles señalar en que se basaban los programas de calidad desarrollados, las respuestas indicaron lo siguiente: Determinación de un grupo que apto y específico para cumplir funciones netamente de control de calidad del producto cosechado para su selección y clasificación, otro de ellos señaló que su programa consiste en acciones para informarse sobre los requisitos de las certificaciones de calidad y así poder recibir alguna, otro señaló el uso de fertilizantes de mayor calidad, mientras que, otro de ellos indicó que su programa

consiste en la búsqueda de asesoría en cuanto a nuevas y mejoradas técnicas de siembra y cosecha para su producto.

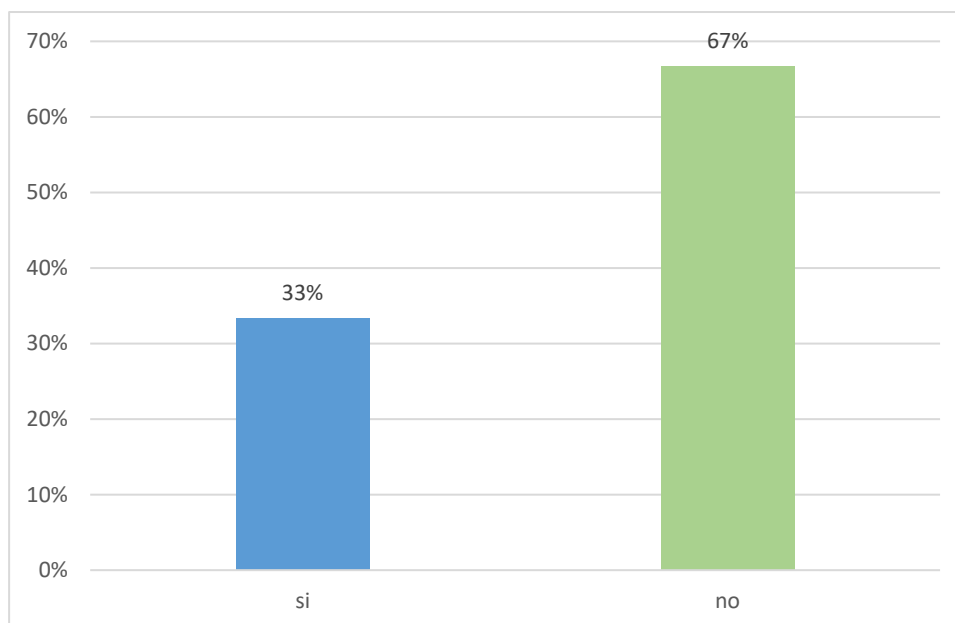


Figura 33. ¿Planifica los procesos a seguir en la siembra y cosecha?. .
Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Los productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre dentro de sus respuestas indicaron que no realizan una planificación de los procesos para la siembra y cosecha de la palta, representando un 67% de ellos, es decir, dicho porcentaje realiza su siembra y cosecha de manera empírica, mientras que, existe un 33% de los agricultores que si llevan a cabo la planificación de cada uno de los procesos que implica la siembra y cosecha de la Palta Hass.

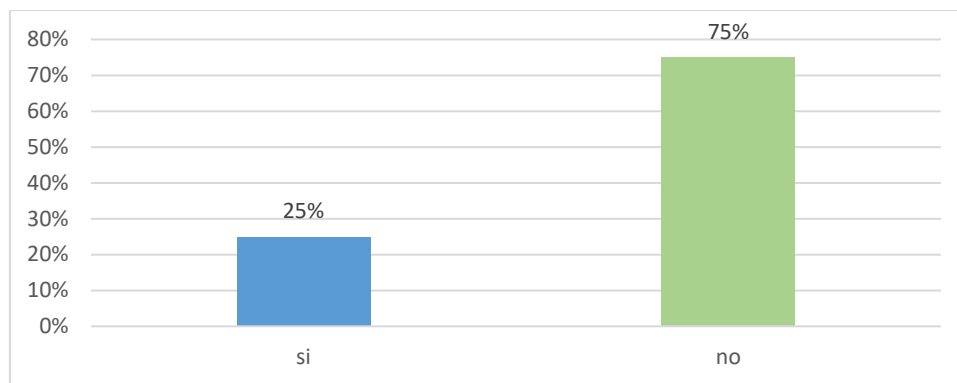


Figura 34. ¿A partir de su experiencia ha establecido procedimientos a seguir para optimizar la siembra de palta?. . Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Al preguntarles a los agricultores productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre respecto a los procedimientos que han podido establecer para optimizar la cosecha de palta en base a su experiencia, el 75% de ellos manifestó que no dispone de procedimientos determinados, mientras que, un 25% de ellos señaló que si siguen determinados procedimientos, al pedirles que describan dichos procedimientos estos indicaron que, principalmente, era la organización para elegir la buena semilla y posterior a ello los fertilizantes, además, se debía coordinar la dotación de agua y con ello podrían asegurar que la siembra resulte óptima.

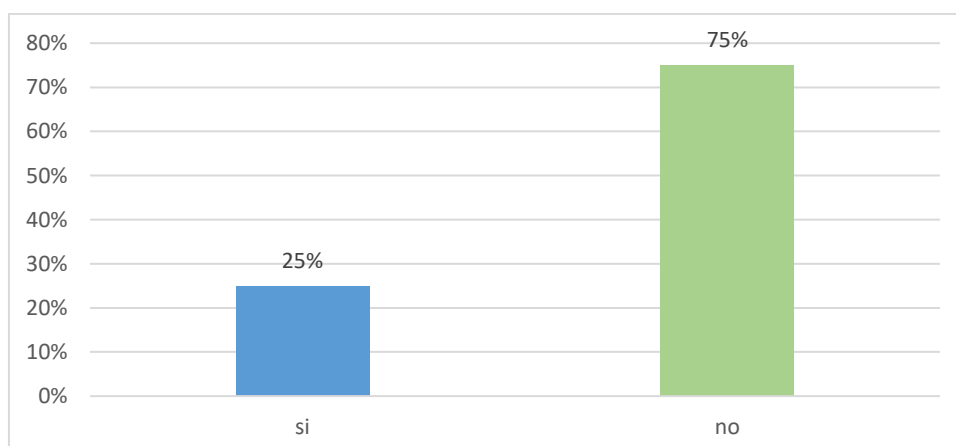


Figura 35. ¿A partir de su experiencia ha establecido procedimientos a seguir para optimizar la cosecha de palta?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

De los productores de Palta Hass encuestados, el 75% respondió pese a su experiencia en la siembra de palta, no han establecido procedimientos determinados para que el proceso de cosecha resulte óptimo y obtengan mejores resultados, por otro lado, un 25% de los agricultores manifestó que si cuenta con procedimientos establecidos para llevar a cabo una óptima cosecha de palta, ellos coincidieron en señalar que el procedimiento es simple y que se aseguran de tener un lugar adecuado y sacos para ir trasladando la palta que van cosechando, de tal manera que las sacos no estén tan llenas y hagan que las paltas se aplasten y se arruinen.

4.1.6 Nivel de conocimiento de los productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre sobre los procesos y requisitos de exportación hacia el mercado de Estados Unidos.

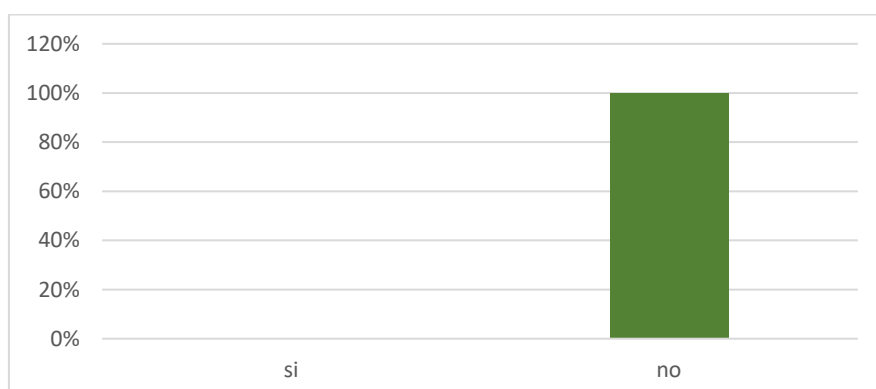


Figura 36. ¿Ha recibido alguna capacitación respecto a las condiciones que debe tener el lugar en que se almacena la palta para que ésta logre conservar su buen estado?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

De acuerdo con la reglamentación necesaria para que la Palta Hass pueda ser exportada al mercado estadounidense, se establece que ésta debe ser preparada para su exportación en lugares certificados, buscándose además que la palta esté libre de insectos y escombros que puedan albergar insectos, por tanto sería necesario que los agricultores al cosechar la palta se aseguren que el lugar en el cual la almacenan de manera provisional se encuentre limpio y libre de insectos, sin embargo, ellos señalan en un 100% que no han recibido capacitación para indicarles las condiciones óptimas que deben tener los lugares en que se almacena la palta antes de ser trasladada.

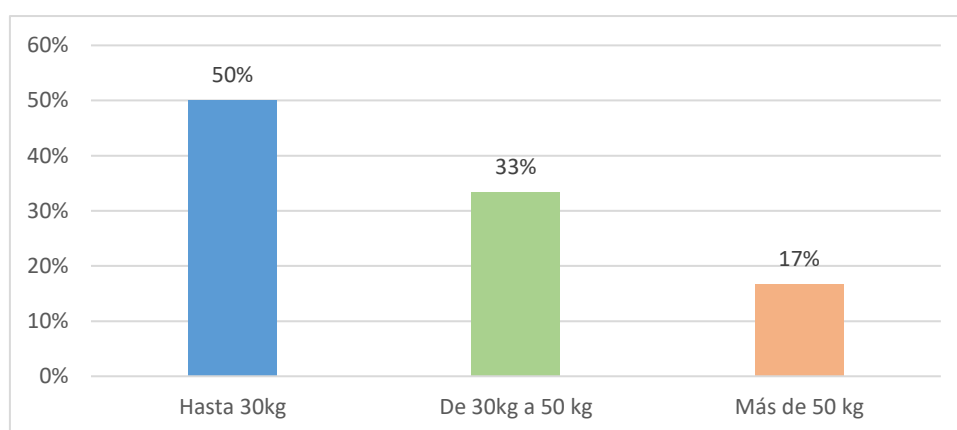


Figura 37. ¿Aproximadamente qué cantidad de palta se llega a perder por incidentes en el transcurso de traslado hacia el punto de almacenamiento?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Los agricultores productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre indicaron en un 50% que las cantidades de palta que se llegan a perder por incidentes ocurridos al trasladar la palta hacia el lugar de almacenamiento llega aproximadamente a 30 kg, mientras que, un 33% señaló que la cantidad que se pierde en el transcurso indicado es aproximadamente de 30 a 50 kg, y un 17% indicó que la cantidad que se pierde es superior a 50kg.

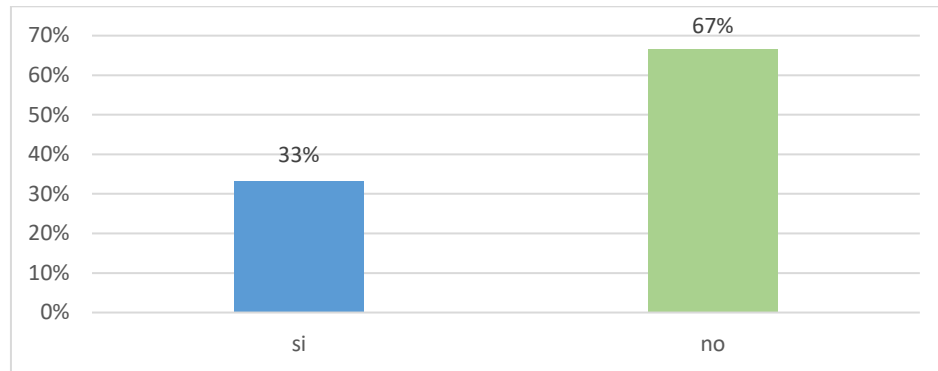


Figura 38. ¿Conoce usted cuál es el proceso documental que se sigue para exportar la palta?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Otra de las preguntas referentes al conocimiento de la comercialización de palta fue respecto a al proceso que se sigue para poder exportar la palta, ante dicha pregunta un 67% de los agricultores encuestados señalaron que no tienen conocimiento del proceso documental que debe seguirse, mientras que, una cuantía de agricultores equivalente a 33% señaló poseer conocimientos de aquellos documentos que deben gestionarse en el proceso de comercialización de la palta en los mercados internacionales.

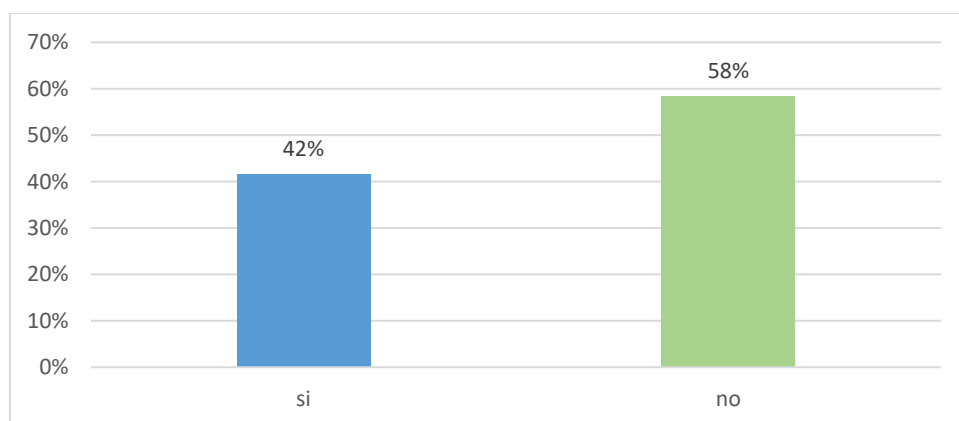


Figura 39. ¿Conoce cómo debe ser el embalaje de la palta para que pueda ser transportada sin sufrir daños?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

El 58% de los agricultores productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre no conoce de manera clara como debería realizarse el embalaje de la palta de manera tal que se pueda transportar sin sufrir daños, mientras que, un 42% de los agricultores encuestados indicaron que sí tienen conocimiento de la manera en que debe realizarse un buen embalaje que evite que sus características físicas puedan sufrir daños en el transcurso del transporte.

Tabla 12.

¿Cuáles son las características que debe tener el medio físico en que se transporta la palta?

Nº	Respuesta
1	Ser grande para que las paltas no se aplasten entre sí
2	Ser grande y tener ventilación para que no sude la palta
3	Estar limpio y ser amplio
4	Libre de escombros y tener ventilación
5	Grande y no ser muy cerrado
6	—
7	Tener ventilación para que la palta no se pudra
8	Debe ser grande para que no vayan las paltas apretadas y no se aplasten
9	—
10	—
11	—
12	—Estar limpio, ventilado y ser amplio

Fuente: Cuestionario aplicado

Elaboración: Propia

Al preguntar a los agricultores respecto a las características que debe tener el medio físico en el que se traslada la palta para mantener sus propiedades en buenas condiciones, en su mayoría respondieron que deben ser amplios y estar ventilados, además indicaron que deben estar limpios, sin embargo, ninguno demostró tener conocimientos técnicos y adecuados,

indicando que debe ser un ambiente ventilado o no muy cerrado sin tener en consideración que ello puede propiciar el contacto de la palta con mosquitos.

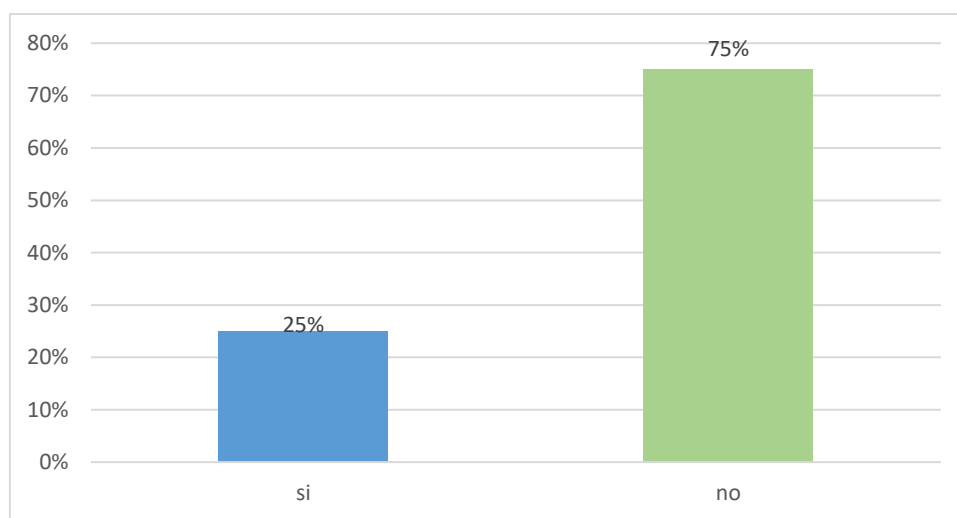


Figura 40. ¿Usualmente se presentan pérdidas significativas al transportar la palta?.
. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Se les preguntó a los agricultores respecto a las pérdidas que se ocasionan de manera usual al momento de realizar el transporte de la palta, a lo que ellos respondieron en su mayoría, 92% respondieron, que las pérdidas que han sufrido del producto no han sido de una cantidad significativa para sus beneficios, existiendo un 8% de los agricultores que indica que si ha llegado a experimentar pérdidas significativas de cantidades de palta al ser transportada.

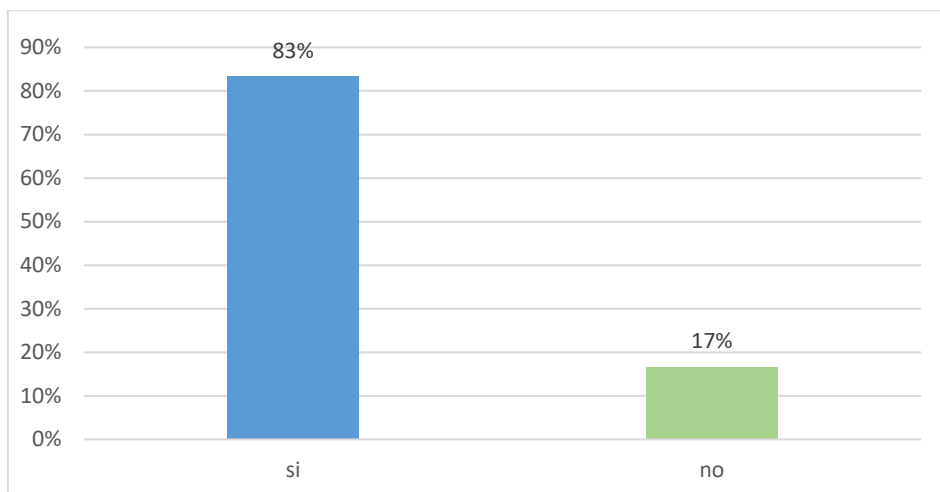


Figura 41. ¿Conoce que es una certificación de calidad?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Una cuantía de agricultores productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre no equivalente a un 83% si tiene conocimiento de lo que es una certificación de calidad, mientras que, un 17% de los encuestados manifestó desconocer a qué se hace referencia cuando se menciona a una certificación de calidad.

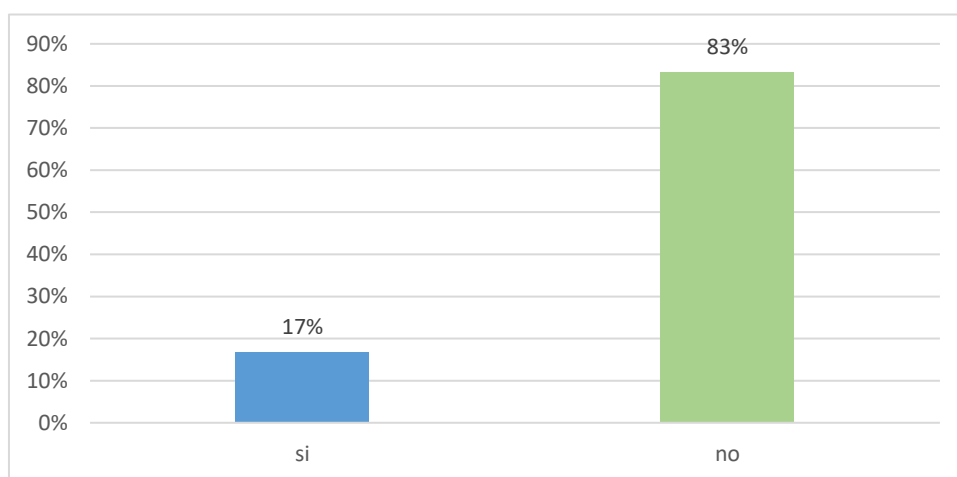


Figura 42. ¿Conoce los requisitos para obtener una certificación de calidad?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

Del total de los productores de Palta Hass del distrito 27 de noviembre que participaron como muestra del presente estudio, un 17% si conoce los requisitos que implica la obtención de una certificación de calidad, mientras que, un 83% de los encuestados señaló no conocer los requisitos para poder acceder a una certificación de calidad.

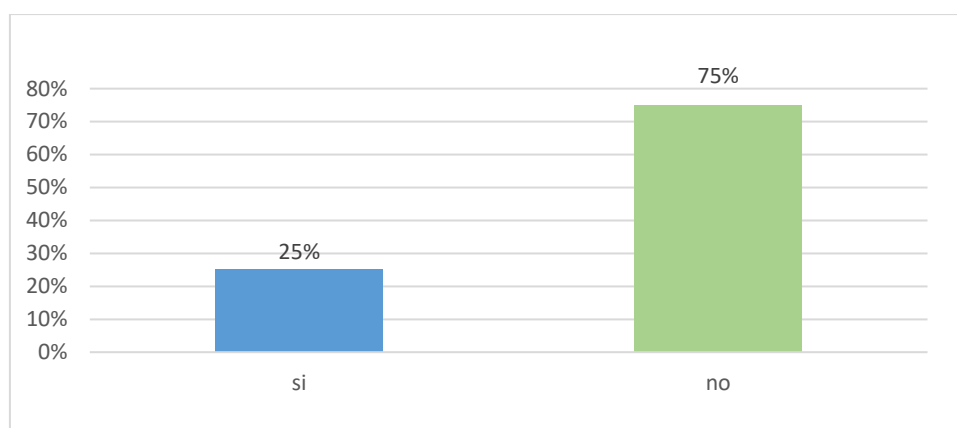


Figura 43. ¿Conoce cuáles son las características que debe tener la palta para ser exportada?. Elaborado a partir de los datos del cuestionario aplicado en el trabajo de campo.

El 75% de los agricultores productores de palta Hass que fueron encuestados señalaron que desconocen las características que debería tener la palta Hass para ser exportada, existiendo solo un porcentaje pequeño de agricultores, equivalente a 25%, los cuales señalaron que si poseen conocimiento de aquellas características con las que la palta deberá contar para poder ser exportada.

Tabla 13.

¿Cómo se realiza el proceso de control de la calidad de la palta?

Nº	Respuesta
1	_____
2	El propietario les indica a los encargados de la cosecha que traten de ubicar las paltas de acuerdo al tamaño y que las dañadas las coloquen en otro saco.
3	_____
4	Existe un personal encargado de recibir la palta e ir separándolas de acuerdo a la calidad
5	Los cosechadores son quienes separan la palta que no se encuentra en buen estado en sacos para luego ser desechadas
6	_____
7	No tiene un proceso determinado, quienes cosechan reconocen las paltas que están en mal estado y no las mezclan con las buenas
8	Primero se le dan indicaciones a los cosechadores para que seleccionen la palta en los recipientes entregados, luego las recibe un personal que se encarga de verificar que la palta esté seleccionada de acuerdo a su características de tamaño
9	Cuando se tiene la palta en el almacén se va inspeccionando cada uno de los recipientes seleccionando algunas paltas que estén más cerca de la superficie para poder darse cuenta que se encuentran bien clasificadas
10	No tienen procesos establecidos
11	_____
12	No cuenta con un proceso determinado, le otorga la confianza a los cosechadores en cuanto a la clasificación de calidad del producto

Fuente: Cuestionario aplicado

Elaboración: Propia

Al preguntar a los agricultores productores de palta Hass sobre los procesos que siguen para llevar a cabo el control de la palta, se pudo notar que muchos de ellos no tienen un proceso determinado, en la mayoría de los casos el control de la calidad solo es confiado a los cosechadores, en otros casos el propietario es quien hace un pequeño análisis de las características de la palta, mientras que, solamente uno de los encuestados manifestó contar con un personal que se encarga de recibir la palta en el almacén y verificar la calidad de la palta que va ingresando.

4.1.7 Principales factores limitantes de la oferta exportable de palta Hass en los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, hacia el Mercado de Estados Unidos

Los datos globales indican que para un 67% de agricultores el cultivo de palta no es su principal actividad económica, un 75% no cuenta con mochilas y motoguadañas para producir la palta y darle mantenimiento a la producción, un 75% del total de agricultores no cuenta con un sistema de riego para realizar el cultivo de palta, un 67% no dispone de los recursos económicos suficientes para realizar la siembra y cosecha de la palta, un 67% dispone de acceso a créditos suficientes para incrementar sus volúmenes de siembra y cosecha de palta, asimismo,, un 58 de los agricultores señaló que los ingresos que le genera la comercialización actual de la palta no le genera suficientes beneficios económicos para continuar con la siembra y cosecha de palta. En relación con dicho escenario se presenta una baja calidad y cantidad de palta cosechada, bajo nivel de visión empresarial por la ausencia de objetivos programas y procesos que mejore su capacidad productiva, un bajo nivel de conocimiento respecto al manejo de la palta y los factores necesarios para la exportación.

CAPÍTULO V DISCUSIÓN

En el desarrollo de la presente investigación se han obtenido resultados a partir de los datos recogidos por el instrumento validado por juicio de tres expertos, los cuales han permitido evidenciar la situación de los productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre respecto a aquellos factores determinantes para el logro de la internacionalización de la palta Hass en el mercado estadounidense, asimismo,, se ha trabajado en base a estudios previos de rigor científico que han abordado dentro de su propósito un análisis similar al propósito perseguido en la presente investigación, es decir, realizaron un análisis de los factores determinantes en la oferta exportable de determinados productos, llegando a obtener resultados que pueden ser contrastados con los resultados obtenidos en el presente estudio , lo cual se muestra a continuación:

Los resultados indicaron que los factores propuestos: Calidad, cantidad, asociatividad, visión empresarial y conocimientos de procesos y requisitos de exportación, resultan ser los factores limitantes de la oferta exportable, de igual manera el estudio realizado por Fernández y Rivera (2016) dentro de sus conclusiones señala que la cantidad del producto, los conocimientos de los agricultores respecto a los requisitos para exportar, y los deficientes procesos logísticos en cuanto a procedimientos y programas para mejores cosechas, lo cual se asemeja a la visión empresarial, serían algunos de los factores que limitan la oferta exportable de los agricultores.

En cuanto a la calidad de la palta que cosechan los agricultores del distrito 27 de noviembre, a partir de sus resultados se infiere que la palta que cosechan

cuenta con una baja calidad, lo cual podría ser ocasionado por deficiencias evidenciadas tales como el desconocimiento de los agricultores sobre los requisitos de calidad exigidos por el mercado estadounidense y por la ausencia de técnicas para asegurar la calidad de su producto, resultados similares se hallaron en la investigación de Naupari (2017), quien dentro de sus conclusiones determinó que los agricultores no logran producir palta Hass de calidad escenario propiciado por el desconocimiento de las características requeridas por el mercado internacional.

En cuanto a la cantidad de palta Hass para exportación los resultados de la investigación indicaron que los agricultores de forma individual no producen cantidades significativas para cubrir la demandada del mercado internacional. Resultados similares halló el estudio de Fernández y Rivera (2016) respecto a la cantidad para exportación, señalando que la poca cantidad de palta que reúnen los agricultores independientemente, ya que desean exportar su producto de manera individual, no logra alcanzar una cantidad importante para que puedan exportar su producto.

Otro de los resultados de esta investigación son interpretados como indicios de un bajo nivel de asociatividad de los agricultores del distrito 27 de noviembre, lo cual podría ser resultado de la desconfianza de los agricultores y su poca disposición para apoyarse entre sí, además de desconocer sobre el apoyo que pueden recibir las asociaciones por parte de las autoridades, ello se asemeja a lo encontrado por Cruz y Chachapoyas (2016) y por Gutiérrez (2017), ambas investigaciones señalaron a la asociatividad como uno de los limitantes de la oferta exportable señalando como causas de la baja asociatividad al desconocimiento del proceso que se sigue para asociarse y la desconfianza.

Respecto a la visión empresarial se pudo inferir que los agricultores del distrito 27 de noviembre no disponen de una adecuada visión empresarial que les permita exportar la palta, por tanto esto constituiría un factor limitante para la oferta exportable de palta Hass, lo cual estaría asociado a la ausencia de procedimientos, procesos ni programas determinados que para lograr que su visión exportadora se materialice, de la misma forma el estudio de Fernández y Rivera (2016), quienes entre sus conclusiones determinaron a la falta de visión empresarial como uno de los limitantes de la exportación.

En cuanto al nivel de conocimiento de los procesos y requisitos de exportación, la presente investigación mostró que los conocimientos sobre exportación que tienen los agricultores productores de palta del distrito 27 de noviembre son bajos y ellos ocasionan problemas en cuanto a la calidad de palta que cosechan, resultados que son similares a los hallados por Esquivel (2018), quien señaló que los escasos conocimientos sobre exportación además de ocasionar problemas en la calidad, ocasionan desconfianza y desconocimiento en los procesos logísticos.

CONCLUSIONES

1. Referente al objetivo general de la investigación, se infiere que los principales factores que estarían limitando la oferta exportable serían la baja calidad de palta cosechada, la cantidad insuficiente de palta de manera individual para cumplir con las cantidades demandas para exportación, el escaso nivel de asociatividad empresarial, así mismo la escasa visión empresarial para iniciar el proceso exportador, y los escasos conocimientos sobre procesos adecuados para el manejo de palta y sobre los procesos a seguir para la exportación, todos dichos factores estarían afectada se traducirían en deficiente capacidad instalada de los agricultores traduciéndose en la insuficiente oferta exportable.
2. En cuanto a la calidad de la palta hass producida por los agricultores del distrito 27 de noviembre, se pudo concluir que no se encuentra bajo los estándares que el mercado de Estados Unidos Requiere, ello se infiere a partir de las deficiencias en la calidad tales como el que en su mayoría no cuentan con estándares internos de calidad para clasificar su palta durante la cosecha, no considera realizar una clasificación de la calidad de la palta acorde al tipo de cliente, tienen un alto desconocimiento de los requisitos de calidad establecidos para la comercialización de palta en Estados Unidos, y por tanto, se encuentran desconfiados que su producto cumpla.
3. Referente a la cantidad de cosecha de palta hass de los agricultores del distrito 27 de noviembre, se puede establecer que la ésta resultaría insuficiente para la oferta exportable hacia el mercado de Estados

Unidos, ello en la medida que, un gran porcentaje de los agricultores no logran satisfacer las cantidades de palta que le son demandas, indicando como deficiencias el carecer de algunos recursos tales como dinero, apoyo de las autoridades, herramientas, mayor mano de obra y agua, con los cuales puedan incrementar su cosecha, es por ello que, lo manifestado permite inferir que la cantidad de palta que se cosecha de que obtienen los productores le resultaría insuficiente para comercializar individualmente la palta, por tanto, la cantidad resulta ser un factor limitante de la exportación.

4. Respecto al nivel de asociatividad de los agricultores productores de palta del distrito 27 de noviembre se infiere que se encuentra en un nivel bajo y que es un factor que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos, ya que, la desconfianza, el desconocimiento de los roles de las autoridades como apoyo para el desarrollo de las asociaciones de agricultores, su poca voluntad para asociarse con otros agricultores de no ser por los intereses de exportación, serían algunos de los indicadores de un bajo nivel de asociatividad, que no han permitido establecer objetivos específicos de exportación y determinar un equipo de trabajo para lograr comerciar internacionalmente su producto.
5. En cuanto a la visión empresarial de los agricultores productores de palta hass del distrito 27 de noviembre, se pudo inferir que existe un escaso nivel de visión empresarial que estaría siendo un limitante de la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos, ello a partir de las deficiencias mostradas por realizar la siembra y

cosecha de manera empírica, sin más especialización y sin disponer de políticas internas que les permitan desarrollar sus procesos de siembra y cosecha con mejores estándares, ausencia de programas para mejorar la comercialización y mejora de la calidad.

6. En relación al conocimiento de procesos y requisitos de exportación de los agricultores productores de Palta Hass, se ha podido inferir que el nivel es bajo y por ende también resulta ser un factor que estaría limitando la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos, ya que, los agricultores no se encuentran capacitado en el conocimiento de las condiciones óptimas de los lugares de almacenamiento de la palta, desconocen el trámite documentario para la exportación, así como de la manera adecuada en que se debe realizar el embalaje para evitar daños, los requisitos para poder recibir una certificación de calidad y las características que debería tener la palta para poder ser comercializada en el exterior.

RECOMENDACIONES

Luego de haber obtenido los resultados de la investigación y haberlos analizado para poder establecer conclusiones, se pueden dar algunas apreciaciones como recomendación para la población analizada y la población en general, las cuales se dan a conocer a continuación:

1. La recomendación que se puede dar en base al objetivo general es que, una vez conocidos cuáles son los principales factores limitantes de la oferta exportadora, en primer lugar busquen asesoría para acrecentar sus conocimientos respecto a los diversos requerimientos para comercializar la palta en el exterior, además concretar alianzas estratégicas con otros agricultores que también están interesados en la exportación para aprovechar las ventajas y dar impulso a sus proyectos, asimismo,, se les aconseja la producción de manera más formal, es decir, es conveniente que establezcan pautas y procedimientos definidos para asegurar que sus proceso de siembra y cosecha asegure calidad y cantidad adecuadas de palta para poder ser exportadas. Además, se recomienda a futuros investigadores que se interesen en este tema realizar investigaciones a Diferentes niveles con diferentes poblaciones para determinar la compatibilidad de factores limitantes y poder hacer un análisis de nuevos factores que se puedan presentar.
2. Se recomienda a los agricultores del distrito 27 de noviembre productores de Palta Hass informarse acerca de los requerimientos de calidad solicitados por el mercado estadounidense para la exportación, ya que, si su intención es exportar los requisitos de calidad son indispensables, y en base a dicho conocimiento de tales requisitos establecer procesos

específicos para asegurar la calidad adecuada de la palta y concretar el anhelo exportador.

3. Las cantidades de palta que producen los agricultores del distrito 27 de noviembre de manera individual no lograría abastecer la demanda internacional, por tanto, se deben crear estrategias de comercialización y colaboración entre los agricultores que prohíben Palta Hass en tal distrito, de manera tal, que logren cumplir con una cantidad pertinente para ser comercializada en el exterior.
4. Sin duda es recomendable que se emprenda un proceso de asociatividad que impulse el proceso de exportación de los agricultores, en este punto la recomendación va dirigida tanto a los agricultores, por el lado de informarse sobre la asociatividad y poder tomar decisiones coherentes asumiendo un compromiso asociativo que impulse su desarrollo, un ejemplo es la falta de financiamiento que actualmente es un problema, lo cual podría ser superado al estar dentro de una asociación, y además se recomienda a las autoridades llevar a cabo un mayor impulso y apoyo a las asociaciones de agricultores, además de llevar a cabo programas de capacitación que puedan despertar el interés y la confianza en los agricultores para unirse en asociaciones que impulsen su desarrollo.
5. Respecto a la visión empresarial al determinar las falencias de este factor, se recomienda que los agricultores inicien con la gestión adecuada y ordenada de cada una de sus actividades, materializando sus ideales de exportación en políticas, programas y procedimientos que les permitan conducir cada una de sus acciones hacia el logro oportuno de sus fines.

6. En cuanto al nivel de conocimientos referentes a la comercialización de la palta en el exterior, se recomienda tanto a la población en estudio como a todos aquellos agricultores que estén interesados en exportar, asumir un compromiso e informarse sobre todo de los requisitos que son necesarios para poder exportar sus productos, la documentación solicitada y buscar información y apoyo de las autoridades competentes, a fin que puedan aprovechar la ayuda que el sector público les puede dar como un impulso para internacionalizar sus productos.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Carro, R., & González, D. (2015). *Capacidad y distribución física*. Recuperado el 2019, de http://nulan.mdp.edu.ar/1620/1/15_capacidad_distribucion.pdf
- Cardenas, J., & Fugueroa, M. (2015). *El mercado canadiense; una oportunidad de negocio para las exportaciones de Palta Hass peruana; periodo 2016-2020*. Universidad Privada del Norte. Trujillo: Universidad Privada del Norte. Obtenido de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/6286/C%c3%a1rdenas%20Chomba%2c%20Jackeline%20Lizzeth%20%20-%20Figueroa%20Zapata%2c%20Milagros%20Alexandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carrera, M., Partida, A., & Villarreal, L. (2016). Visión empresarial a través del espíritu emprendedor de los estudiantes que cursan la unidad de aprendizaje del ámbito empresarial en la UANL, FACPYA. *Innovaciones de Negocios*, 13(26), 299-316. Recuperado el 2019, de <http://eprints.uanl.mx/12642/1/13.26%20A7.pdf>
- Castellanos, A. (2015). *Logística comercial internacional*. Barranquilla, Colombia: Editorial Universidad del Norte. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=4183564&query=%2522cadena%2Bde%2Bdistribuci%25C3%25B3n%2522>
- Castillo, J. (junio de 2014). Capacidad de gestión y desarrollo empresarial en las pymes de confecciones del complejo de Gamarra. *Gestión en el Tercer Milenio*, 17(33), 31-38. Obtenido de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/11685/10478>
- CONtextoganadero. (11 de abril de 2019). *5 dificultades impiden las exportaciones a los productores de frutas y hortalizas*. Obtenido de CONtextoganadero: <https://www.contextoganadero.com/agricultura/5->

dificultades-impiden-las-exportaciones-los-productores-de-frutas-y-hortalizas

Cruz, Y., & Chachapoyas, D. (2016). *Factores en la cadena de valor que limitan el proceso de comercialización internacional de la Palta Hass en la Asociación Augusta López Arenas de Pitipo-Lambayeque en el 2014*. Universidad Privada Juan Mejía Baca. Chiclayo: Universidad Privada Juan Mejía Baca. Obtenido de http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/58/1/Tesis%20Cruz%20Bravo%20_%20Chachapoyas%20Flores.pdf

Departamento de Facilitación de Exportaciones. (2016). *Servicios al Exportador*. Prom Perú. Recuperado el 2019, de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>

Díaz, V. (2009). *Metodología de la investigación científica y bioestadística*. Santiago: Ril.

El Nuevo Siglo. (18 de octubre de 2017). *"Colombia Siembra" pero le falta comercialización*. Obtenido de El Nuevo Siglo: <https://elnuevosiglo.com.co/articulos/10-2017-colombia-siembra-pero-falta-comercializacion>

España, S. (24 de febrero de 2019). *Lazo: "Hay problemas en todo el sector agropecuario en todas las provincias"*. Obtenido de [expreso.ec: https://www.expreso.ec/actualidad/agricultura-campo-ganaderia-acuicultura-agropecuario-AY2652714](https://www.expreso.ec/actualidad/agricultura-campo-ganaderia-acuicultura-agropecuario-AY2652714)

Esquivel, D. (2018). *Factores que limitan la asociatividad de exportación de los agricultores de Palta Hass del Distrito de Chao - 2018*. Universidad César Vallejo. Trujillo: Universidad César Vallejo. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/24989/esquivel_cd.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Farratell, L. (2014). *Calidad del producto gráfico: UF1464*. Málaga, España: IC Editorial. Obtenido de

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=4499205&query=calidad>

- Fernández, C., & Rivera, K. (2016). *Análisis de los factores que limitan la exploración de carne de Cuy (Cavia Porcellus) hacia el mercado de Estados Unidos, en el departamento de Cajamarca en el año 2016*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Lambayeque: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Obtenido de <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/2288/BC-TES-TMP-1159.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Galiana, P. (31 de octubre de 2018). *Retos de las exportaciones; cómo crear una estrategia para internacionalizar una empresa*. Obtenido de Negocios internacionales: <https://www.iebschool.com/blog/internacionalizar-empresa-negocios-internacionales/>
- Gestión. (17 de Diciembre de 2018). *Minagri insta a los agricultores a la asociatividad como método para negociar precios estables*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/economia/minagri-insta-agricultores-asociatividad-metodo-negociar-precios-estables-253115-noticia/>
- González, J., Manrique, O., & González, O. (2010). La visión gerencial como factor de competitividad. *Revista EAN*(69), 42-59. Recuperado el 2019, de https://www.researchgate.net/publication/306923438_La_vision_gerencial_como_factor_de_competitividad
- González, J., Manrique, O., & González, O. (2010). La visión gerencial como factor de competitividad. *Revista EAN*(69), 42-59. Recuperado el 2019, de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n69/n69a04.pdf>
- Gutiérrez, D. (2017). *Factores que limitan la Asociatividad para exportar Palta Hass en el Centro Poblado Buenavista - Chao, La Libertad - 2017*. Universidad César Vallejo. Trujillo: Universidad César Vallejo. Obtenido de

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11547/gutierrez_cd.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernández, R., Garrido, Á., & González, Á. (2018). *Ejercicios de marketing: herramientas eficaces para la toma de decisiones* (2da ed.). Madrid: ESIC Editorial. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=5758437&query=%2522CUOTA%2BDE%2BMERCADO%2522>

Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima. (2017). *Palta*. Lima: Cámara de Comercio de Lima. Obtenido de <https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/estudiopaltas/paltas.pdf>

Lizarzaburu, E. (2016). cambios en la versión 2015La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales. *Universidad y Empresa*, 18(30), 33-54. Recuperado el 2019, de <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/4604/3278>

López, L. (2016). *Cultura organizacional: entre el individualismo y el colectivismo*. Colombia: Sello Editorial Universidad del Tolima. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=5350239&query=asociatividad>

Macha, R. (2018). Las barreras funcionales y su incidencia en la oferta exportable de las mypes del sector textil. *Quipucamayoc*, 26(52), 59-68. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/329995834_LAS_BARRERAS_FUNCIONALES_Y_SU_INCIDENCIA_EN_LA_OFERTA_EXPORTABLE_DE_LAS_MYPES_DEL_SECTOR_TEXTIL_CONFECIONES

Macha, R. (2018). Las barreras funcionales y su incidencia en la oferta exportable de las MYPES del sector textil confecciones. *Revista Quipukamayoc*, 59-69. Recuperado el 2019, de

https://www.researchgate.net/publication/329995834_LAS_BARRERAS_FUNCIONALES_Y_SU_INCIDENCIA_EN_LA_OFERTA_EXPORTABLE_DE_LAS_MYPES_DEL_SECTOR_TEXTIL_CONFECCIONES

Mathews, J. (2014). *Asociatividad empresarial*. Universidad del Pacífico. Lima:
<http://agenda2014.pe/publicaciones/agenda2014-asociatividad-empresarial.pdf>. Obtenido de
<http://agenda2014.pe/publicaciones/agenda2014-asociatividad-empresarial.pdf>

Ministerio de Agricultura y Riego. (2014). *Guía para la promoción de la asociatividad empresarial rural para el acceso al mercado*. Lima: Ministerio de Agricultura y Riego. Obtenido de
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:WaiwVw3sHJQJ:https://cgspace.cgiar.org/handle/10568/89264+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>

Ministerio de Agricultura y Riego. (2017). *La palta peruana, una coyuntura favorable*. Lima: Ministerio de Agricultura y Riego. Obtenido de
<https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:RevacSMHPM8J:https://www.minagri.gob.pe/portal/analisis-economico/analisis-2017%3Fdownload%3D11096:boletin-de-la-palta-peruana+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>

Ministerio de Agricultura y Riego. (2019). *La Situación del Mercado Internacional de la Palta*. Lima, Perú: Ministerio de Agricultura y Riego. Obtenido de
http://agroaldia.minagri.gob.pe/biblioteca/download/pdf/tematicas/f-taxonomia_plantas/f01-cultivo/2018/situacion_palta.pdf

Morán, G., & Alvarado, D. (2010). *Metodos de Investigación*. México: Pearson Educación.

Muñoz, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. México: Pearson Educación.

Napuri, J. (2017). *Estrategias para desarrollar la exportación de Palta Hass en Estados Unidos por parte de los productores del Valle de Huayan-*

Huaral. Universidad San Martín de Porres. Lima: Universidad San Martín de Porres. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/24989/esquivel_cd.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagomez, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de tesis* (4ta ed.). Bogotá: Ediciones de la U.

Oficina de inversión y promociones comerciales del Perú. (2011). *Perfil de mercado de Palta Hass en Estados Unidos*. Los Ángeles, Estados Unidos: Ministerio de Relaciones Exteriores. Obtenido de http://www.rree.gob.pe/promocioneconomica/Documents/Estudios_y_Perfiles/Frutos%20frescos/Perfil_de_Mercado-Palta_Hass_en_EEUU_2011.pdf

Oficina de Promoción Comercial e Inversores. (2011). *Perfil de Mercado de Palta Hass en Estados Unidos*. Ministerio de Relaciones Exteriores. Recuperado el 2019, de http://www.rree.gob.pe/promocioneconomica/Documents/Estudios_y_Perfiles/Frutos%20frescos/Perfil_de_Mercado-Palta_Hass_en_EEUU_2011.pdf

Ortega, A., & Espinosa, J. (2015). *Plan de interacción empresarial. Manual Práctico*. (1 ed.). Madrid: ESIC Editorial. Recuperado el 2019, de <https://books.google.com.pe/books?id=9KjkBgAAQBAJ&pg=PA93&dq=visi%C3%B2n+empresarial&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjF2JGovKHkAhUx2FkKHU2aBzY4MhDoAQg-MAM#v=onepage&q=visi%C3%B2n%20empresarial&f=false>

Ortega, R. (24 de junio de 2019). *Ecuador necesita plan estratégico agrícola serio. Estimular más la agroindustria*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/opinion/2019/06/24/nota/7388895/ecuador-necesita-plan-estrategico-agricola-serio-estimular-mas>

Palella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL.

- Pedraza, H. (2014). *Modelo del plan de negocios: para la micro y pequeña empresa*. México D.F.: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=3227864&query=%2522capacidad%2Binstalada%2522>
- Pérez, D., & González, R. (2019). *Así se hace un plan de empresa*. Madrid, España: Editorial Tébar Flores. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=5809958&query=programas%2Bempresariales>
- Pérez, F. (2017). *Dirección de la actividad empresarial de pequeños negocios o microempresas: MF1789_3*. Madrid, España: Editorial CEP, S.L. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=5213997&query=%2522CUOTA%2BDE%2BMERCADO%2522>
- Portafolio. (1 de octubre de 2018). *Cultivos del futuro, con los pies sobre la tierra*. Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/economia/cultivos-del-futuro-con-los-pies-sobre-la-tierra-521749>
- Prieto, J. (2012). *Gestión estratégica organizacional* (4ta ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=3204280&query=%2522pol%25C3%25ADtica%2Bempresarial%2522>
- Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica. (2017). *Guía informativa sobre temas de comercio exterior*. San José: PROCOMER. Obtenido de <https://www.procomer.com/uploads/downloads/da7a40cf56882b146dc39548098cf8bd2bae0da5.pdf>
- Ramos, E. (24 de mayo de 2017). *Calidad irregular de la piña peruana limita su potencial de exportación*. Obtenido de Agraria.pe: <https://agraria.pe/noticias/calidad-irregular-de-la-pina-peruana-limita-su-potencial-13914>

- Ramos, E. (21 de febrero de 2019). *La agricultura peruana necesita mejorar el factor humano para desarrollarse empresarialmente*. Obtenido de Agraria.pe: <https://agraria.pe/noticias/la-agricultura-peruana-necesita-mejorar-el-factor-humano-par-18464>
- Salas, R., Cruz, M., & Juárez, H. (2014). *Migración internacional, actividades laborales y distribución del ingreso en San Miguel del Valle, Oaxaca*. Puebla, México: Editorial Miguel Ángel Porrúa. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=3228962&query=%2522volumen%2Bde%2Bproducci%25C3%25B3n%2522>
- Sanabria, P., Romero, V., & Flórez, C. (julio-diciembre de 2014). El concepto de calidad en las organizaciones: una aproximación desde la complejidad. *Universidad & Empresa*, 16(27), 165-213. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187241606007.pdf>
- Sánchez, H., & Reyes, C. (2015). *Metodología y Diseños en la Investigación Científica* (5ta ed.). Lima, Lima: Visión Universitaria.
- Sarmiento, S. (2014). Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes. *Revista Dimensión Empresarial*, 12(1), 115. Recuperado el 2019
- Sumamos consultores en responsabilidad social corporativa SAC. (2017). *Plan de desarrollo estratégico 2017 - 2022*. Moquegua: Sumamos consultores en responsabilidad social corporativa SAC. Obtenido de <http://www.armhass.com/sites/default/files/hass/materiales/plan-de-desarrollo-2017-2022.pdf>
- Valera, G., & Rueda, G. (2016). La internacionalización de las empresas exportadoras. *Revista Le Bret*, 130-149. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:MQZq8jHKPd oJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6069733.pdf+&cd=3&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>
- Valero, G., Rodenes, M., & Rueda, G. (2016). *La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión*. Universidad Santo

Tomás. Bucaramanga: Revista Lebret. Recuperado el 2019, de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:MQZq8jHKPd oJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6069733.pdf+&cd=3&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe>

Vidal, L. (2016). *Estudio de Pre-factibilidad para la exportación de Palta Hass a Estados Unidos*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/11111/VIDAL_GOMEZ_LIZ_EXPORTACION_PALTA_HASS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vivanco, M. (julio-setiembre de 2017). Los manuales de procedimientos como herramientas de control interno de una organización. *Universidad y Sociedad*, 247-252.
doi:http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000300038

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Título: “Factores que limitan la oferta exportable de palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito de 27 de noviembre provincia de Huaral 2019”

ROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
<p>¿Cuáles son los principales factores que limitan la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, ¿2019?</p> <p>Problemas específicos ¿Es la calidad un factor que limita la oferta exportable de</p>	<p>Identificar los principales factores que limitan la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019.</p> <p>Objetivos específicos Determinar si la calidad es un factor que limita la oferta</p>	<p>Hi. La calidad del producto, la cantidad de cosecha, el nivel de asociatividad, la visión empresarial y el nivel de conocimientos sobre el proceso y requisitos de exportación son los principales Factores limitantes de la oferta exportable de Palta Hass en los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, Hacia el Mercado de Estados Unidos</p> <p>Hipótesis específicas Hi. La calidad de la Palta Hass de los</p>	<p>Variable dependiente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferta exportable <p>Variables Independientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad de Producto • Cantidad de Cosecha • Asociatividad. • Visión Empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad Exportable de los productores • Cumplimiento de estándares. • Cuota de Mercado. • Actitud hacia la Asociatividad. • Capacidad de gestión. • Conocimiento de comercialización de la Palta. 	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo de investigación: Básica</p> <p>Alcance: distrito 27 de noviembre provincia de Huaral 2019.</p> <p>Diseño: No experimental-transversal, descriptiva simple.</p> <p>Fuente de información. Concatenación de los siguientes autores:</p>

<p>Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019? ¿La cantidad resulta ser un factor que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019? ¿El nivel de asociatividad es un factor que limita la oferta exportable de Palta Hass</p>	<p>exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019.</p> <p>Evaluar si la cantidad resulta ser un factor que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019.</p> <p>Determinar si el nivel de asociatividad resulta ser un factor que</p>	<p>productores del Distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, no se encuentra bajo los estándares que el mercado de Estados Unidos Requiere.</p> <p>Hi. La baja cantidad de cosecha de Palta Hass del Distrito 27 de noviembre, Provincia de Huaral, es insuficiente para la oferta exportable hacia el mercado de Estados Unidos</p> <p>Hi. 1. El bajo nivel de asociatividad de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos.</p> <p>Hi. La deficiente visión empresarial de</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de procesos y requisitos de exportación. 	<p>INDICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad instalada total • Cumplimiento de características específicas. • Volumen de cosecha mensual de cada productor. • Compromiso • Precisión de objetivos y metas • Definición de roles • Políticas • Programas • Procedimientos • Movilización hacia el almacén • Preparación de pedidos 	<p>PromPerú (2015); López (2015); Castellanos (2015); Prieto (2016); Gonzáles, González y Manrique (2010); Ortega (2015).</p>
--	--	--	---	--	---

<p>hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019? ¿La visión empresarial constituye un factor limitante de la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019? ¿El nivel de conocimientos de procesos y requisitos de exportación es uno de los</p>	<p>limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019. Establecer si la visión empresarial es uno de los factores que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019. Precisar si el nivel de conocimiento</p>	<p>los productores de Palta Hass del Distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, es uno de los factores que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos. Hi. El bajo nivel de conocimiento de procesos y requisitos de exportación de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Transporte de los pedidos • Certificaciones de Calidad 	
---	--	--	--	---	--

<p>factores que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019?</p>	<p>de procesos y requisitos de exportación es un factor que limita la oferta exportable de Palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, 2019.</p>				
--	--	--	--	--	--

Anexo 2.

Cuestionario

A continuación, se le presenta el siguiente cuestionario que tiene como finalidad servir para el estudio de los factores que limitan la oferta exportable de Palta Hass, se le hace de conocimiento que los datos que usted pueda brindar son anónimos y de estricta reserva. Se le solicita su colaboración con el llenado de cada una de las preguntas de manera clara y sincera. Así mismo, si usted tuviera duda respecto a alguna de las preguntas no dude en mencionarlo para que ésta pueda ser aclarada. Se le agradece de antemano.

Capacidad Instalada total

1. ¿El cultivo de palta es su principal actividad económica?
 - a) Sí
 - b) No

2. ¿Cuenta usted con mochilas de fumigar y motoguadañas sofisticadas en el mantenimiento o desarrollo de producción de palta?
 - a) Sí
 - b) No

3. ¿Cuenta usted con un sistema de riego para el desarrollo del cultivo de palta?
 - a) Sí
 - b) No

4. ¿Cuenta con los recursos económicos suficientes para poder llevar a cabo la siembra y cosecha de la palta?
 - a) Sí
 - b) No

5. ¿Cuenta con la disponibilidad de créditos suficientes para poder desarrollar mayor siembra y cosecha de la palta?
 - a) Sí
 - b) No

6. ¿Considera usted que los ingresos por comercializar palta le generan beneficios económicos para continuar con la siembra y cosecha de palta?
 - a) Sí
 - b) No

Cumplimiento de Características Específicas.

7. ¿Ha establecido estándares de calidad específicas para clasificar la palta en la cosecha?
 - a) Sí
 - b) No

8. ¿Ha segmentado la calidad de su producto de acuerdo a su tipo de clientes?
 - a) Sí
 - b) No

9. ¿Conoce usted los requisitos de calidad para la exportación de la palta a Estados Unidos?
 - a) Sí
 - b) No

10. ¿Considera que la palta que produce cumple con adecuados estándares de calidad para ser exportada?
 - a) Sí
 - b) No

11. ¿El peso de sus Paltas se encuentra en un peso promedio de 200 a 300 gr?
 - a) Sí
 - b) No

Volumen de Cosecha

12. ¿Sus cosechas, logran cubrir con las cantidades de palta que le son requeridas?
 - a) Sí
 - b) No

13. ¿A Cuánto asciende su cosecha de palta mensual?
 - a) Menos de 1 Tonelada
 - b) de 1 a 5 toneladas
 - c) de 5 toneladas a mas

14. ¿Cuál es la menor cantidad de palta que ha cosechado en un mes?

15. ¿Considera que le falta algún recurso para mejorar su volumen de cosecha mensual?, mencione cuál o cuáles

- a) Si
 - b) No
-
-

16. ¿Cuántas hectáreas de cultivo de palta posee?
- a) Hasta 1 hectárea
 - b) De 2 a 5 hectáreas
 - c) De 5 a más hectáreas

Compromiso a la Asociatividad

17. ¿Quisiera pertenece a alguna asociación de agricultores productores de palta?
- a) Si
 - b) No
18. ¿Asumiría el compromiso de asociarse a otras instituciones o productores para lograr exportar su producto?
- a) Si
 - b) No
19. ¿Usted realiza la comercialización de palta de manera asociada o de forma individual?
- a) Independiente
 - b) Asociada

Precisión de objetivos y metas de la Asociatividad

20. ¿Según su criterio cree usted que las asociaciones de agricultores buscan que el logro de objetivos favorezca a todos sus miembros?
- a) Si
 - b) No
21. ¿Ha determinado objetivos y metas que puedan lograr que su producto se sume a los exportadores de palta del país?
- a) Si
 - b) No

Definición de roles en la Asociatividad

22. ¿Cuenta con un equipo de trabajo encargado de analizar los diversos escenarios y aspectos necesarios para la exportación?
- a) Si
 - b) No

23. ¿Conoce usted el rol específico que cumple el gobierno regional y local en las asociaciones de agricultores?

- a) Si
- b) No

24. ¿Conoce cuáles son las principales entidades públicas que brindan apoyo al sector agro?

- a) Si
- b) No

Capacidad de gestión (políticas)

25. ¿Cuenta usted con políticas internas que le permitan efectivizar la producción y cosecha de su producto? De ser si mencione cuales son.

- a) Si
- b) No

26. ¿Se ha proyectado exportar la palta?

- a) Si
- b) No

Capacidad de gestión (Programas)

27. ¿Ha desarrollado programas para mejorar la venta de su producto? De ser si mencione cuales son:

- a) Si
- b) No

28. ¿Ha desarrollado programas para mejorar la calidad de su producto? De ser si mencione cuales son.

- a) Si
- b) No

Capacidad de gestión (Procedimientos)

29. ¿Planifica los procesos a seguir en la siembra y cosecha?

- a) Si
- b) No

30. ¿A partir de su experiencia ha establecido procedimientos a seguir para optimizar la siembra de palta? De ser si mencione cuales son

- a) Si
- b) No

31. ¿A partir de su experiencia ha establecido procedimientos a seguir para optimizar la cosecha de palta? De ser si mencione cuales son

- a) Si
- b) No

Conocimiento de comercialización de la palta (Movilización hacia el almacén)

32. ¿Ha recibido alguna capacitación respecto a las condiciones que debe tener el lugar en que se almacena la palta para que ésta logre conservar su buen estado?

- a) Si
- b) No

33. ¿Aproximadamente qué cantidad de palta se llega a perder por incidentes en el transcurso de traslado hacia el punto de almacenamiento?

Conocimiento de comercialización de la palta (Preparación de Pedidos)

34. ¿Conoce usted cuál es el proceso documentario que se sigue para exportar la palta?

- a) Si
- b) No

35. ¿Conoce cómo debe ser el embalaje de la palta para que pueda ser transportada sin sufrir daños?

- a) Si
- b) No

Conocimiento de comercialización de la palta (Transporte de los pedidos)

36. ¿Cuáles son las características que debe tener el medio físico en que se transporta la palta?

37. ¿Usualmente se presentan pérdidas significativas al transportar la palta?

- a) Si
- b) No

Conocimiento de comercialización de la palta (Certificación de Calidad)

38. ¿Conoce que es una certificación de calidad?

- a) Si
- b) No

39. ¿Conoce los requisitos para obtener una certificación de calidad?

- a) Si
- b) No

40. ¿Conoce cuáles son las características que debe tener la palta para ser exportada?

- a) Si
- b) No

41. ¿Cómo se realiza el proceso de control de la calidad de la palta?



**ANEXO 4: FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS
JUICIO DE EXPERTO**

Estimado Especialista:

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de nombrarlo como JUEZ EXPERTO para revisar a detalle el contenido del instrumento de recolección de datos:

1. Cuestionario (x) 2. Guía de entrevista () 3. Guía de focus group ()
4. Guía de observación () 5. Otro _____ ()

Presento la matriz de consistencia y el instrumento, la cual solicito revisar cuidadosamente, además le informo que mi proyecto de tesis tiene un enfoque:

1. Cualitativo () 2. Cuantitativo (x) 3. Mixto ()

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar la validez de contenido del instrumento para mi proyecto de tesis de pregrado.

Título del proyecto de tesis:	Factores limitantes de la oferta exportable de Palta Hass en los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, Hacia el Mercado de Estados Unidos.
Línea de investigación:	MYPES Y EMPRENDIMIENTO

De antemano le agradezco sus aportes.

Estudiantes autores del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma
ALVARO SUDMAS ANDRE A.	

Asesor(a) del proyecto de tesis:


Apellidos y Nombres	Firma
Bellido Puga, Cesar Augusto	

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:

Nombres y Apellidos:	Luisinno Roberto Maticorena Balvín
Sexo:	Hombre (X) Mujer () Edad 33 (años)
Profesión:	MBA. Ing. Industrial
Especialidad:	Ing. Industrial
Años de experiencia:	10
Cargo que desempeña actualmente:	Gerente General
Institución donde labora:	LMF SAC
Firma:	

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo a la rúbrica.

TABLA N° 1
VARIABLE 1 (Oferta Exportable)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Estructurado para medir la oferta exportable					
Autor del Instrumento	Ángel Antonio Álvarez Salinas					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Dependiente					
Definición Conceptual:	Resulta ser la capacidad instalada que se posee para cubrir adecuadamente la exportación de un producto, esta capacidad converge el conjunto de tecnología, sistema de producción y recursos necesarios para afrontar la demanda exportadora.					
Población:	Productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Capacidad Exportable de los productores / Capacidad Instalada Total	1. ¿El cultivo de palta es su principal actividad económica? a) Si b) No	3	3	3	3	
	2. ¿Cuenta usted con mochilas de fumigar y motoguadañas sofisticadas en el mantenimiento o desarrollo de producción de palta? a) Si b) No	3	3	3	3	
	3. ¿Cuenta usted con un sistema de riego para el desarrollo del cultivo de palta? a) Si b) No	4	4	4	4	
	4. ¿Cuenta con los recursos económicos suficientes para poder llevar a cabo la siembra y cosecha de la palta? a) Si b) No	4	4	4	4	

	5. ¿Cuenta con la disponibilidad de créditos suficientes para poder desarrollar mayor siembra y cosecha de la palta? a) Si b) No	4	4	4	4	
	6. ¿Considera usted que los ingresos por comercializar palta le generan beneficios económicos para continuar con la siembra y cosecha de palta? a) Si b) No	4	4	4	4	

TABLA Nº 2

VARIABLE 2 (Factores Limitantes de la Exportación "Calidad del Producto, Cantidad de Producto, Asociatividad, Visión Empresarial, Conocimientos de Procesos y Requisitos de exportación")

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Estructurado para medir los factores limitantes de la oferta exportable.					
Autor del Instrumento	Angel Antonio Álvarez Salinas					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Independiente					
Definición Conceptual:	Son todos aquellos factores que limitan la exportación de un producto dentro de un grupo de productores, dentro de ellos tenemos el cumplimiento de los estándares establecidos por el país comprador, tanto de cantidad y calidad, además se encuentran las competencias o capacidades subjetivas internas de un grupo humano en donde deberán generar asociatividad, tener visión empresarial y por supuesto conocer los procedimientos y requisitos para poder exportar un producto agrícola. .					
Población:	Productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Cumplimiento de estándares / Cumplimiento de características específicas.	7. ¿Ha establecido estándares de calidad específicas para clasificar la palta en la cosecha? a) Si b) No	4	3	3	3	
	8. ¿Ha segmentado la calidad de su producto de acuerdo a su tipo de clientes? a) Si b) No	4	3	3	3	
	9. ¿Conoce usted los requisitos de calidad para la exportación de la palta a Estados Unidos? a) Si b) No	4	4	4	4	
	10. ¿Considera que la palta que produce cumple con adecuados estándares de calidad para ser exportada? a) Si b) No	4	4	4	4	

	11. ¿El peso de sus Paltas se encuentra en un peso promedio de 200 a 300 gr? a) Si b) No	4	4	4	4
D2 Cuota de Mercado / Volumen de Cosecha	12. ¿Sus cosechas, logran cubrir con las cantidades de palta que le son requeridas? a) Si b) No	4	4	4	4
	13. ¿A cuánto asciende su cosecha de palta mensual? a) Menos de Una Tonelada b) de 1 a 5 toneladas c) de 5 toneladas a mas	4	3	3	3
	14. ¿Cuál es la menor cantidad de palta que ha cosechado en un mes? _____	4	3	3	3
	15. ¿Considera que le falta algún recurso para mejorar su volumen de cosecha mensual?, mencione cuál o cuáles a) Si b) No _____	4	4	4	4
	16. ¿Cuántas hectáreas de cultivo de palta posee? a) Hasta 1 hectárea b) De 2 a 5 hectáreas c) De 5 a más hectáreas	4	4	4	4
D3 Actitud Hacia la Asociatividad / Compromiso	17. ¿Quisiera pertenece a alguna asociación de agricultores productores de palta? a) Si b) No	4	4	4	4
	18. ¿Asumiría el compromiso de asociarse a otras instituciones o productores para lograr exportar su producto? a) Si b) No	4	3	4	3
	19. ¿Usted realiza la comercialización de palta de manera asociada o de forma individual? a) Independiente b) Asociada	4	4	4	4
D3 Actitud Hacia la Asociatividad / Precisión de objetivos y metas	20. ¿Según su criterio cree usted que las asociaciones de agricultores buscan que el logro de objetivos favorezca a todos sus miembros?	4	4	4	4

	a) Si b) No					
	21. ¿Ha determinado objetivos y metas que puedan lograr que su producto se sume a los exportadores de palta del país? a) Si b) No	4	3	3	3	
D3 Actitud Hacia la Asociatividad / Definición de Roles	22. ¿Cuenta con un equipo de trabajo encargado de analizar los diversos escenarios y aspectos necesarios para la exportación? a) Si b) No	3	3	3	3	
	23. ¿Conoce usted el rol específico que cumple el gobierno regional y local en las asociaciones de agricultores? a) Si b) No	4	4	4	4	
	24. ¿Conoce cuáles son las principales entidades públicas que brindan apoyo al sector agro? a) Si b) No	4	4	4	4	
D4 Capacidad de Gestión / Políticas	25. ¿Cuenta usted con políticas internas que le permitan efectivizar la producción y cosecha de su producto? De ser "sí" mencione cuales son. a) Si b) No _____	4	4	4	4	
	26. ¿Se ha proyectado exportar la palta? a) Si b) No	3	3	3	3	
D4 Capacidad de Gestión / Programas	27. ¿Ha desarrollado programas para mejorar la venta de su producto? De ser sí mencione cuales son: a) Si b) No _____	4	4	4	4	
	28. ¿Ha desarrollado programas para mejorar la calidad de su producto? De ser sí mencione cuales son. a) Si b) No _____	4	4	4	4	

D4 Capacidad de Gestión / Procedimientos	29. ¿Planifica los procesos a seguir en la siembra y cosecha? a) Si b) No	4	4	4	4	
	30. ¿A partir de su experiencia ha establecido procedimientos a seguir para optimizar la siembra de palta? De ser si mencione cuales son a) Si b) No	4	4	4	4	
	31. ¿A partir de su experiencia ha establecido procedimientos a seguir para optimizar la cosecha de palta? De ser si mencione cuales son a) Si b) No	4	3	3	3	
	32. ¿Ha desarrollado programas para mejorar la calidad de su producto? De ser si mencione cuales son. a) Si b) No	4	3	3	3	
D 5 Conocimiento de comercialización de la Palta / Movilización hacia el almacén	33. ¿Ha recibido alguna capacitación respecto a las condiciones que debe tener el lugar en que se almacena la palta para que ésta logre conservar su buen estado? a) Si b) No	4	4	4	4	
	34. ¿Aproximadamente qué cantidad de palta se llega a perder por incidentes en el transcurso de traslado hacia el punto de almacenamiento?	4	3	3	3	
D 5 Conocimiento de comercialización de la Palta / Preparación de pedidos	35. ¿Conoce usted cuál es el proceso documentario que se sigue para exportar la palta? a) Si b) No	4	3	3	3	
	36. ¿Conoce cómo debe ser el embalaje de la palta para que pueda ser transportada sin sufrir daños? a) Si b) No	4	4	4	4	

D 5 Conocimiento de comercialización de la Palta / Transporte de Pedidos	37. ¿Cuáles son las características que debe tener el medio físico en que se transporta la palta? _____	4	4	4	4	
	38. ¿Usualmente se presentan pérdidas significativas al transportar la palta? a) Si b) No	4	3	3	3	
D 5 Conocimiento de comercialización de la Palta / Certificación de Calidad	39. ¿Conoce que es una certificación de calidad? a) Si b) No	4	4	4	4	
	40. ¿Conoce los requisitos para obtener una certificación de calidad? a) Si b) No	4	4	4	4	
	41. ¿Conoce cuáles son las características que debe tener la palta para ser exportada? a) Si b) No	4	3	3	3	
	42. ¿Cómo se realiza el proceso de control de la calidad de la palta? _____ _____	4	4	4	4	



**ANEXO 4: FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS
JUICIO DE EXPERTO**

Estimado Especialista:

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de nombrarlo como JUEZ EXPERTO para revisar a detalle el contenido del instrumento de recolección de datos:

1. Cuestionario (x) 2. Guía de entrevista () 3. Guía de focus group ()
 4. Guía de observación () 5. Otro _____ ()

Presento la matriz de consistencia y el instrumento, la cual solicito revisar cuidadosamente, además le informo que mi proyecto de tesis tiene un enfoque:

1. Cualitativo () 2. Cuantitativo (x) 3. Mixto ()

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar la validez de contenido del instrumento para mi proyecto de tesis de pregrado.

Título del proyecto de tesis:	Factores limitantes de la oferta exportable de Palta Hass en los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, Hacia el Mercado de Estados Unidos.
Línea de investigación:	MYPES Y EMPRENDIMIENTO

De antemano le agradezco sus aportes.

Estudiantes autores del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma
Alvarado Salazar, David Antonio	

Asesor(a) del proyecto de tesis:


Apellidos y Nombres	Firma
Bellido Puga, Ana Angélica	

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:

Nombres y Apellidos:	JOSE ENRIQUE LAOS LÓPEZ
Sexo:	Hombre (X) Mujer () Edad <u>60</u> (años)
Profesión:	EPC-ADMINISTRADOR
Especialidad:	NEGOCIOS INTERNACIONALES
Años de experiencia:	29
Cargo que desempeña actualmente:	CONSULTOR
Institución donde labora:	JESMES CONSULTING
Firma:	

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo a la rúbrica.

TABLA N° 1
VARIABLE 1 (Oferta Exportable)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Estructurado para medir la oferta exportable					
Autor del Instrumento	Ángel Antonio Álvarez Salinas					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Dependiente					
Definición Conceptual:	Resulta ser la capacidad instalada que se posee para cubrir adecuadamente la exportación de un producto, esta capacidad converge el conjunto de tecnología, sistema de producción y recursos necesarios para afrontar la demanda exportadora.					
Población:	Productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Capacidad Exportable de los productores / Capacidad Instalada Total	1. ¿El cultivo de palta es su principal actividad económica? a) Si b) No	4	4	4	4	
	2. ¿Cuenta usted con mochilas de fumigar y motoguadañas sofisticadas en el mantenimiento o desarrollo de producción de palta? a) Si b) No	4	3	4	4	Se puede reparar m los siguientes
	3. ¿Cuenta usted con un sistema de riego para el desarrollo del cultivo de palta? a) Si b) No	4	4	4	4	
	4. ¿Cuenta con los recursos económicos suficientes para poder llevar a cabo la siembra y cosecha de la palta? a) Si b) No	4	4	4	4	

	<p>5. ¿Cuenta con la disponibilidad de créditos suficientes para poder desarrollar mayor siembra y cosecha de la palta?</p> <p>a) Si b) No</p>	4	4	4	4	
	<p>6. ¿Considera usted que los ingresos por comercializar palta le generan beneficios económicos para continuar con la siembra y cosecha de palta?</p> <p>a) Si b) No</p>	4	4	4	4	

TABLA Nº 2

VARIABLE 2 (Factores Limitantes de la Exportación "Calidad del Producto, Cantidad de Producto, Asociatividad, Visión Empresarial, Conocimientos de Procesos y Requisitos de exportación")

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Estructurado para medir los factores limitantes de la oferta exportable.					
Autor del Instrumento	Ángel Antonio Álvarez Salinas					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Independiente					
Definición Conceptual:	Son todos aquellos factores que limitan la exportación de un producto dentro de un grupo de productores, dentro de ellos tenemos el cumplimiento de los estándares establecidos por el país comprador, tanto de cantidad y calidad, además se encuentran las competencias o capacidades subjetivas internas de un grupo humano en donde deberán generar asociatividad, tener visión empresarial y por supuesto conocer los procedimientos y requisitos para poder exportar un producto agrícola. .					
Población:	Productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Cumplimiento de estándares / Cumplimiento de características específicas.	7. ¿Ha establecido estándares de calidad específicas para clasificar la palta en la cosecha? a) Si b) No	4	4	4	4	
	8. ¿Ha segmentado la calidad de su producto de acuerdo a su tipo de clientes? a) Si b) No	4	4	4	4	
	9. ¿Conoce usted los requisitos de calidad para la exportación de la palta a Estados Unidos? a) Si b) No	4	4	4	4	
	10. ¿Considera que la palta que produce cumple con adecuados estándares de calidad para ser exportada? a) Si b) No	4	4	4	4	

	11. ¿El peso de sus Paltas se encuentra en un peso promedio de 200 a 300 gr? a) Si b) No	4	3	4	4	
D2 Cuota de Mercado / Volumen de Cosecha	12. ¿Sus cosechas, logran cubrir con las cantidades de palta que le son requeridas? a) Si b) No	4				
	13. ¿A cuánto asciende su cosecha de palta mensual? a) Menos de Una Tonelada b) de 1 a 5 toneladas c) de 5 toneladas a mas	4	4	4	4	
	14. ¿Cuál es la menor cantidad de palta que ha cosechado en un mes? _____	4	4	4	4	
	15. ¿Considera que le falta algún recurso para mejorar su volumen de cosecha mensual?, mencione cuál o cuáles a) Si b) No _____	4	4	4	4	
	16. ¿Cuántas hectáreas de cultivo de palta posee? a) Hasta 1 hectárea b) De 2 a 5 hectáreas c) De 5 a más hectáreas	4	4	4	4	
D3 Actitud Hacia la Asociatividad / Compromiso	17. ¿Quisiera pertenece a alguna asociación de agricultores productores de palta? a) Si b) No	4	4	4	4	
	18. ¿Asumiría el compromiso de asociarse a otras instituciones o productores para lograr exportar su producto? a) Si b) No	4	4	4	4	
	19. ¿Usted realiza la comercialización de palta de manera asociada o de forma individual? a) Independiente b) Asociada	4	4	4	4	
D3 Actitud Hacia la Asociatividad / Precisión de objetivos y metas	20. ¿Según su criterio cree usted que las asociaciones de agricultores buscan que el logro de objetivos favorezca a todos sus miembros?	2	4	4	4	

	a) Si b) No					
	21. ¿Ha determinado objetivos y metas que puedan lograr que su producto se sume a los exportadores de palta del país? a) Si b) No	2	4	4	4	
D3 Actitud Hacia la Asociatividad / Definición de Roles	22. ¿Cuenta con un equipo de trabajo encargado de analizar los diversos escenarios y aspectos necesarios para la exportación? a) Si b) No	4	4	4	4	
	23. ¿Conoce usted el rol específico que cumple el gobierno regional y local en las asociaciones de agricultores? a) Si b) No	4	4	4	4	
	24. ¿Conoce cuáles son las principales entidades públicas que brindan apoyo al sector agro? a) Si b) No	4	4	4	4	
D4 Capacidad de Gestión / Políticas	25. ¿Cuenta usted con políticas internas que le permitan efectivizar la producción y cosecha de su producto? De ser "si" mencione cuales son. a) Si b) No _____ _____	2	4	4	4	
	26. ¿Se ha proyectado exportar la palta? a) Si b) No	2	4	4	4	
D4 Capacidad de Gestión / Programas	27. ¿Ha desarrollado programas para mejorar la venta de su producto? De ser si mencione cuales son: a) Si b) No _____	2	4	4	4	
	28. ¿Ha desarrollado programas para mejorar la calidad de su producto? De ser si mencione cuales son. a) Si b) No _____ _____	2	4	4	4	

D4 Capacidad de Gestión / Procedimientos	29. ¿Planifica los procesos a seguir en la siembra y cosecha? a) Si b) No	4	4	4	4	
	30. ¿A partir de su experiencia ha establecido procedimientos a seguir para optimizar la siembra de palta? De ser si mencione cuales son a) Si b) No	4	4	4	4	
	31. ¿A partir de su experiencia ha establecido procedimientos a seguir para optimizar la cosecha de palta? De ser si mencione cuales son a) Si b) No	4	4	4	4	
	32. ¿Ha desarrollado programas para mejorar la calidad de su producto? De ser si mencione cuales son. a) Si b) No	4	4	4	4	
D 5 Conocimiento de comercialización de la Palta / Movilización hacia el almacén	33. ¿Ha recibido alguna capacitación respecto a las condiciones que debe tener el lugar en que se almacena la palta para que ésta logre conservar su buen estado? a) Si b) No	2	3	4	4	
	34. ¿Aproximadamente qué cantidad de palta se llega a perder por incidentes en el transcurso de traslado hacia el punto de almacenamiento?	2	4	4	4	
D 5 Conocimiento de comercialización de la Palta / Preparación de pedidos	35. ¿Conoce usted cuál es el proceso documentario que se sigue para exportar la palta? a) Si b) No	2	4	4	4	
	36. ¿Conoce cómo debe ser el embalaje de la palta para que pueda ser transportada sin sufrir daños? a) Si b) No	2	4	4	4	

D 5 Conocimiento de comercialización de la Palta / Transporte de Pedidos	37. ¿Cuáles son las características que debe tener el medio físico en que se transporta la palta? _____	2	4	4	4	
	38. ¿Usualmente se presentan pérdidas significativas al transportar la palta? a) Si b) No	2	4	4	4	
D 5 Conocimiento de comercialización de la Palta / Certificación de Calidad	39. ¿Conoce que es una certificación de calidad? a) Si b) No	4	4	4	4	
	40. ¿Conoce los requisitos para obtener una certificación de calidad? a) Si b) No	4	4	4	4	
	41. ¿Conoce cuáles son las características que debe tener la palta para ser exportada? a) Si b) No	4	4	4	4	
	42. ¿Cómo se realiza el proceso de control de la calidad de la palta? _____ _____	4	4	4	4	



**ANEXO 4: FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS
JUICIO DE EXPERTO**

Estimado Especialista:

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, me he tomado la libertad de nombrarlo como JUEZ EXPERTO para revisar a detalle el contenido del instrumento de recolección de datos:

1. Cuestionario (x) 2. Guía de entrevista () 3. Guía de focus group ()
 4. Guía de observación () 5. Otro _____ ()

Presento la matriz de consistencia y el instrumento, la cual solicito revisar cuidadosamente, además le informo que mi proyecto de tesis tiene un enfoque:

1. Cualitativo () 2. Cuantitativo (x) 3. Mixto ()

Los resultados de esta evaluación servirán para determinar la validez de contenido del instrumento para mi proyecto de tesis de pregrado.

Título del proyecto de tesis:	Factores limitantes de la oferta exportable de Palta Hass en los productores del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral, Hacia el Mercado de Estados Unidos.
Línea de investigación:	MYPES Y EMPRENDIMIENTO

De antemano le agradezco sus aportes.

Estudiantes autores del proyecto:

Apellidos y Nombres	Firma
ALVAREZ SALINAS DUSOZ A.	

Asesor(a) del proyecto de tesis:

Apellidos y Nombres	Firma
Bellido Puga, Cesar Augusto	

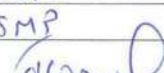
Santa Anita, 18 de septiembre del 2019

RÚBRICA PARA LA VALIDACIÓN DE EXPERTOS

Criterios	Escala de valoración			
	1	2	3	4
1. SUFICIENCIA: Los ítems que pertenecen a una misma dimensión o indicador son suficientes para obtener la medición de ésta.	Los ítems no son suficientes para medir la dimensión o indicador.	Los ítems miden algún aspecto de la dimensión o indicador, pero no corresponden a la dimensión total.	Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión o indicador completamente.	Los ítems son suficientes.
2. CLARIDAD: El ítem se comprende fácilmente, es decir su sintáctica y semántica son adecuadas.	El ítem no es claro.	El ítem requiere varias modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
3. COHERENCIA: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión o indicador.	El ítem tiene una relación regular con la dimensión o indicador que está midiendo.	El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión o indicador que está midiendo.
4. RELEVANCIA: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión o indicador.	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que éste mide.	El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Fuente: Adaptado de: www.humana.unal.co/psicometria/files/7113/8574/5708/articulo3_juicio_de_experto_27-36.pdf

INFORMACIÓN DEL ESPECIALISTA:

Nombres y Apellidos:	JORGE COSIO SOTO
Sexo:	Hombre (X) Mujer () Edad _____ (años)
Profesión:	ABOGADO
Especialidad:	NEGOCIOS INTERNACIONALES
Años de experiencia:	31
Cargo que desempeña actualmente:	DOCENTE
Institución donde labora:	USMP
Firma:	

FORMATO DE VALIDACIÓN

Para validar el Instrumento debe colocar en el casillero de los criterios: suficiencia, claridad, coherencia y relevancia, el número que según su evaluación corresponda de acuerdo a la rúbrica.

TABLA N° 1
VARIABLE 1 (Oferta Exportable)

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Estructurado para medir la oferta exportable					
Autor del Instrumento	Ángel Antonio Álvarez Salinas					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Dependiente					
Definición Conceptual:	Resulta ser la capacidad instalada que se posee para cubrir adecuadamente la exportación de un producto, esta capacidad converge el conjunto de tecnología, sistema de producción y recursos necesarios para afrontar la demanda exportadora.					
Población:	Productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Capacidad Exportable de los productores / Capacidad Instalada Total	1. ¿El cultivo de palta es su principal actividad económica? a) Si b) No	4	4	4	4	
	2. ¿Cuenta usted con mochilas de fumigar y motoguadañas sofisticadas en el mantenimiento o desarrollo de producción de palta? a) Si b) No	4	4	4	4	
	3. ¿Cuenta usted con un sistema de riego para el desarrollo del cultivo de palta? a) Si b) No	4	4	4	4	
	4. ¿Cuenta con los recursos económicos suficientes para poder llevar a cabo la siembra y cosecha de la palta? a) Si b) No	4	4	4	4	

	<p>5. ¿Cuenta con la disponibilidad de créditos suficientes para poder desarrollar mayor siembra y cosecha de la palta?</p> <p>a) Si b) No</p>	4	4	4	4	
	<p>6. ¿Considera usted que los ingresos por comercializar palta le generan beneficios económicos para continuar con la siembra y cosecha de palta?</p> <p>a) Si b) No</p>	4	4	4	4	

TABLA N° 2

VARIABLE 2 (Factores Limitantes de la Exportación "Calidad del Producto, Cantidad de Producto, Asociatividad, Visión Empresarial, Conocimientos de Procesos y Requisitos de exportación")

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario Estructurado para medir los factores limitantes de la oferta exportable.					
Autor del Instrumento	Ángel Antonio Álvarez Salinas					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Variable Independiente					
Definición Conceptual:	Son todos aquellos factores que limitan la exportación de un producto dentro de un grupo de productores, dentro de ellos tenemos el cumplimiento de los estándares establecidos por el país comprador, tanto de cantidad y calidad, además se encuentran las competencias o capacidades subjetivas internas de un grupo humano en donde deberán generar asociatividad, tener visión empresarial y por supuesto conocer los procedimientos y requisitos para poder exportar un producto agrícola. .					
Población:	Productores de palta Hass del distrito 27 de noviembre, provincia de Huaral					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Cumplimiento de estándares / Cumplimiento de características específicas.	7. ¿Ha establecido estándares de calidad específicas para clasificar la palta en la cosecha? a) Si b) No	4	4	4	4	
	8. ¿Ha segmentado la calidad de su producto de acuerdo a su tipo de clientes? a) Si b) No	4	4	4	4	
	9. ¿Conoce usted los requisitos de calidad para la exportación de la palta a Estados Unidos? a) Si b) No	4	4	4	4	
	10. ¿Considera que la palta que produce cumple con adecuados estándares de calidad para ser exportada? a) Si b) No	4	4	4	4	

	11. ¿El peso de sus Paltas se encuentra en un peso promedio de 200 a 300 gr? a) Si b) No	4	4	4	4	
D2 Cuota de Mercado / Volumen de Cosecha	12. ¿Sus cosechas, logran cubrir con las cantidades de palta que le son requeridas? a) Si b) No	4	4	4	4	producción
	13. ¿A cuánto asciende su cosecha de palta mensual? a) Menos de Una Tonelada b) de 1 a 5 toneladas c) de 5 toneladas a mas	4	4	4	4	
	14. ¿Cuál es la menor cantidad de palta que ha cosechado en un mes? _____	4	4	4	4	
	15. ¿Considera que le falta algún recurso para mejorar su volumen de cosecha mensual?, mencione cuál o cuáles a) Si b) No _____	4	4	4	4	
	16. ¿Cuántas hectáreas de cultivo de palta posee? a) Hasta 1 hectárea b) De 2 a 5 hectáreas c) De 5 a más hectáreas	4	4	4	4	
D3 Actitud Hacia la Asociatividad / Compromiso	17. ¿Quisiera pertenecer a alguna asociación de agricultores productores de palta? a) Si b) No	4	4	4	4	
	18. ¿Asumiría el compromiso de asociarse a otras instituciones o productores para lograr exportar su producto? a) Si b) No	4	4	4	4	
	19. ¿Usted realiza la comercialización de palta de manera asociada o de forma individual? a) Independiente b) Asociada	4	4	4	4	
D3 Actitud Hacia la Asociatividad / Precisión de objetivos y metas	20. ¿Según su criterio cree usted que las asociaciones de agricultores buscan que el logro de objetivos favorezca a todos sus miembros?	4	4	4	4	

	a) Si b) No					
	21. ¿Ha determinado objetivos y metas que puedan lograr que su producto se sume a los exportadores de palta del país? a) Si b) No	4	4	4	4	
D3 Actitud Hacia la Asociatividad / Definición de Roles	22. ¿Cuenta con un equipo de trabajo encargado de analizar los diversos escenarios y aspectos necesarios para la exportación? a) Si b) No	4	4	4	4	
	23. ¿Conoce usted el rol específico que cumple el gobierno regional y local en las asociaciones de agricultores? a) Si b) No	4	4	4	4	
	24. ¿Conoce cuáles son las principales entidades públicas que brindan apoyo al sector agro? a) Si b) No	4	4	4	4	
	25. ¿Cuenta usted con políticas internas que le permitan efectivizar la producción y cosecha de su producto? De ser "si" mencione cuales son. a) Si b) No	4	4	4	4	"eficientizar"
D4 Capacidad de Gestión / Políticas	26. Se ¿Se ha proyectado exportar la palta? a) Si b) No	4	4	4	4	
	27. ¿Ha desarrollado programas para mejorar la venta de su producto? De ser si mencione cuales son: a) Si b) No	4	4	4	4	
D4 Capacidad de Gestión / Programas	28. ¿Ha desarrollado programas para mejorar la calidad de su producto? De ser si mencione cuales son. a) Si b) No	4	4	4	4	REPETIDA (32)

D4 Capacidad de Gestión / Procedimientos	29. ¿Planifica los procesos a seguir en la siembra y cosecha? a) Si b) No	Y	Y	Y	Y	
	30. ¿A partir de su experiencia ha establecido procedimientos a seguir para optimizar la siembra de palta? De ser si mencione cuales son a) Si b) No	Y	Y	Y	Y	
	31. ¿A partir de su experiencia ha establecido procedimientos a seguir para optimizar la cosecha de palta? De ser si mencione cuales son a) Si b) No	Y	Y	Y	Y	
	32. ¿Ha desarrollado programas para mejorar la calidad de su producto? De ser si mencione cuales son. a) Si b) No	—————				REPETIDA (20)
D 5 Conocimiento de comercialización de la Palta / Movilización hacia el almacén	33. ¿Ha recibido alguna capacitación respecto a las condiciones que debe tener el lugar en que se almacena la palta para que ésta logre conservar su buen estado? a) Si b) No	Y	Y	Y	Y	
	34. ¿Aproximadamente qué cantidad de palta se llega a perder por incidentes en el transcurso de traslado hacia el punto de almacenamiento? —————	Y	Y	Y	Y	
D 5 Conocimiento de comercialización de la Palta / Preparación de pedidos	35. ¿Conoce usted cuál es el proceso documentario que se sigue para exportar la palta? a) Si b) No	Y	Y	Y	Y	
	36. ¿Conoce cómo debe ser el embalaje de la palta para que pueda ser transportada sin sufrir daños? a) Si b) No	Y	Y	Y	Y	

D 5 Conocimiento de comercialización de la Palta / Transporte de Pedidos	37. ¿Cuáles son las características que debe tener el medio físico en que se transporta la palta? _____	4	4	4	4	
	38. ¿Usualmente se presentan pérdidas significativas al transportar la palta? a) Si b) No	4	4	4	4	
D 5 Conocimiento de comercialización de la Palta / Certificación de Calidad	39. ¿Conoce que es una certificación de calidad? a) Si b) No	4	4	4	4	
	40. ¿Conoce los requisitos para obtener una certificación de calidad? a) Si b) No	4	4	4	4	
	41. ¿Conoce cuáles son las características que debe tener la palta para ser exportada? a) Si b) No	4	4	4	4	
	42. ¿Cómo se realiza el proceso de control de la calidad de la palta? _____ _____	4	4	4	4	

Anexo 4. Cuadros resumen de los resultados

Variable oferta exportable		
PREGUNTAS	SI	NO
¿El cultivo de palta es su principal actividad económica?	33%	67%
¿Cuenta usted con mochilas de fumigar y motoguadeñas sofisticadas en el mantenimiento o desarrollo de producción de palta?	25%	75%
¿Cuenta usted con un sistema de riego para el desarrollo del cultivo de Palta?	25%	75%
¿Cuenta con los recursos económicos suficientes para poder llevar a cabo la siembra y cosecha de la palta?	33%	67%
¿Cuenta con la disponibilidad de créditos suficientes para poder desarrollar mayor siembra y cosecha de palta?	33%	67%
¿Considera usted que los ingresos por comercializar palta le generan beneficios económicos para continuar con la siembra y cosecha de palta?	42%	58%

Variable Dependiente	Calificación	RESULTADOS % Limitantes
Oferta Exportable	Cultivo de palta como principal actividad económica.	67% no lo considera
	Calidad de Tecnología Agraria	75% no poseen
	Capacidad económica	67% no posee
	Percepción de beneficios de la cosecha de palta.	58% no considera que sus beneficios sean muy atractivos

Obj. Especifico 1:		
La Calidad como factor limitante de la oferta exportable de Palta Hass		
PREGUNTAS	SI	NO
¿Ha establecido estándares de calidad específicas para clasificar la palta en la cosecha	33%	67%
¿Ha Segmentado la calidad de su producto de acuerdo a su tipo de clientes?	42%	58%
¿Conoce usted los requisitos de calidad para la exportación de la palta en EE.UU?	17%	83%
¿Considera que la palta que produce cumple con adecuados estándares de calidad para ser exportada?	42%	58%
¿El peso de sus paltas se encuentran en un peso promedio de 200 a 300g?	67%	33%

Obj. Especifico 2:		
La cantidad de cosecha como factor limitante de la oferta exportable de Palta Hass		
PREGUNTAS	SI	NO
¿Sus cosechas, logran cubrir con las cantidades de palta que le son requeridas?	58%	42%
¿A cuánto asciende su cosecha de palta mensual?	50% - 1 tn.	
	33% - 1 tn. - 5tn	
	17% - 5tn. A más	
¿Cuál es la menor cantidad de palta que ha cosechado en 1 mes)	33% - -1/2 tonelada	
	58% - 1/2 Tn. a más	
	9% - 1 -3 Tn.	
¿Considera que le falta algún recurso para mejorar su volumen de cosecha mensual?	* 2 productores no carecen de algún recurso. * 3 productores señalaron que el capital impulsaría su cosecha. * 3 productores señalaron que carecen de apoyo de las autoridades. * 2 productores señalaron que carecen de agua para	

	<p>sus hectáreas. * 2 productores señalaron que carecen de mano de obra y herramientas.</p>
¿Cuántas Hectáreas de cultivo de palta posee?	54% - 1 a 2 hectáreas
	38% - 2 a 5 hectáreas
	8% - 5 a más hectáreas

Obj. Especifico 3		
Nivel de Asociatividad como factor limitante de la oferta exportable de Palta Hass		
PREGUNTAS	SI	NO
¿Quisiera pertenecer a alguna asociación de productores de palta?	42%	58%
¿Asumiría el compromiso de asociarse a otras instituciones o productores para lograr exportar su producto?	67%	33%
¿Usted realiza la comercialización de palta de manera asociada o de forma individual?	8%	92%
¿Según su criterio cree usted que las asociaciones de productores buscan que el logro de los objetivos favorezca a todos sus miembros?	25%	75%
¿Ha determinado objetivos y metas que puedan lograr que su producto se sume a la oferta exportable de palta del país?	0%	100%
¿Cuenta con un equipo de trabajo encargado de analizar los diversos escenarios para la exportación?	8%	92%
¿Conoce usted el rol específico que cumple el gobierno regional y local en las asociaciones?	17%	83%
¿Conoce cuáles son las principales entidades públicas que brindan apoyo al sector agrario?	75%	25%

Obj. Especifico 4		
La visión empresarial como factor limitante de la oferta exportable de Palta Hass		
PREGUNTAS	SI	NO
¿Cuenta usted con políticas internas que le permitan efectivizar la siembra y cosecha de su producto?	8%	92%
¿Ha proyectado exportar Palta?	83%	17%
¿Ha desarrollado programas para mejorar la venta de su producto?	* 3 productores han desarrollado programas para mejorar sus niveles de comercialización. * 9 productores no han desarrollado ningún tipo de programa para la mejora de sus ventas.	
¿Ha desarrollado programas para mejorar la calidad de su producto?	* 5 productores cuentan con programas para asegurar la calidad de palta. * 8 productores no poseen programas de ningún tipo de calidad.	
¿Planifica los procesos a seguir en la siembra y cosecha?	33%	67%
¿A partir de su experiencia ha establecido procedimientos a seguir para optimizar la siembra de palta?	25%	75%

Obj. Especifico 5		
Nivel de conocimiento sobre los procesos y requisitos al mercado de EE.UU. como factor limitante de la oferta exportable de Palta Hass		
PREGUNTAS	SI	NO
¿Ha recibido alguna capacitación respecto a las condiciones que tener un lugar en que se almacena la palta para que ésta logre conservar su buen estado	0%	100%
¿Aproximadamente qué cantidad de palta se llega a perder por incidentes de traslado hacia el punto de almacenamiento?	* 50% - 30kg 50kg.	*33% - 30kg. A *17% -más de 50 kg.
¿Conoce usted cuál es el proceso documentario que se sigue para exportar la palta?	33%	67%
¿Conoce cómo debe ser el embalaje de la palta para que pueda ser transportadas sin sufrir daños?	42%	58%
¿Usualmente se presentan pérdidas significativas al transportar la palta?	25%	75%
¿Conoce que es una certificación de calidad?	83%	17%
¿Conoce los requisitos para obtener una certificación de calidad?	17%	83%
¿Conoce cuáles son las características que debe tener la palta para ser exportada?	25%	75%
¿Cómo se realiza el proceso de control de calidad de la palta?	* 8 productores tienen procesos empíricos en la separación de la palta que cumplen con el tamaño y características particulares de forma manual. * 4 productores no tienen ningún tipo de control de calidad establecido.	

Obj. General		
La calidad, la cantidad de cosecha, el nivel de asociatividad, la visión empresarial y el nivel de conocimiento sobre los procesos y requisitos al mercado de EE.UU. como factor limitante de la oferta exportable de Palta Hass.		
FACTORES LIMITANTES (Variables Independientes)	LIMITANTES	RESULTADOS % Limitantes
CALIDAD	Conocimiento de estándares de calidad para exportar.	61% no conoce
	Cumplimiento de requisitos de calidad del mercado destino.	83% no cumple
CANTIDAD DE COSECHA	Capacidad para cumplir los requerimientos en cantidades de cosecha	42% no tiene la capacidad
	Recursos faltantes para mejorar la cosecha	financiamiento, mano de obra calificada y herramientas (tecnología)
ASOCIATIVIDAD	Comercialización del producto de manera asociada	92% no comercializa de esta manera
	Conocimiento de la intervención del gobierno en asociaciones	83% no conoce
	Calidad de mano de obra para cumplimiento de exportación	92% no cuenta
VISION EMPRESARIAL	Control en el proceso productivo	92% no controla
	Desarrollado de programas para mejorar la venta de su producto.	* 8 de 12 productores no poseen programas de ningún tipo de calidad.
CONOCIMIENTO SOBRE LOS PROCESOS Y REQUISITOS AL MERCADO DE EE.UU	Conocimiento burocrático del proceso de exportación	67% no conoce
	Conocimiento de requisitos para obtener una certificación de calidad	83% no conoce

Anexo 5. Cuadro resumen de resultados y discusiones

Discusiones		
FACTORES LIMITANTES	RESULTADOS	AUTORES
CALIDAD	Se infiere que cuentan con una baja calidad, lo cual podría ser ocasionado por el desconocimiento de los productores sobre los requisitos de calidad exigidos por el mercado de EE.UU y ausencia de técnicas de aseguramiento de la calidad	Naupari(2017) determinó que los agricultores no logran producir Palta Hass de calidad por el desconocimiento de las características requeridas por el mercado internacional.
CANTIDAD	Los productores de forma individual no producen cantidades significativas para cubrir la demanda del mercado internacional.	Fernández y Rivera (2016) respecto a la cantidad para exportación; la poca cantidad que reúnen los agricultores de forma independiente, no logran alcanzar una cantidad importante para un mercado internacional
NIVEL DE ASOCIATIVIDAD	El bajo nivel de asociatividad de los agricultores y su poca disposición de ayudarse entre sí, además de desconocer sobre el apoyo que pueden recibir las asociaciones por parte de las autoridades	Cruz y Chachapoyas (2016) y Gutiérrez (2017), ambas investigaciones señalaron que la falta de asociatividad es uno de los limitantes de la oferta exportable.
VISION EMPRESARIAL	Se infiere que los productores no disponen de una adecuada visión empresarial, asociado a la ausencia de procedimientos, procesos y programas para que la visión exportadora se materialice.	Fernández y Rivera (2016), determinaron a la falta de visión empresarial como unos limitantes de la exportación.
NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LOS PROCESOS Y REQUISITOS DE EXPORTACION	La presente investigación mostró que los conocimientos son nulos sobre exportación que tienen los productores de la zona, ocasionando problemas en la calidad de la palta y gestión de certificaciones internacionales.	Esquivel (2018), señala que los escasos conocimientos sobre exportación además de ocasionar problemas en la calidad y desconocimiento de los procesos logísticos.

Anexo 6. Imágenes de los agricultores obtenidas a través del trabajo de campo.











