



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

**FACTORES CRÍTICOS QUE SE RELACIONAN CON
LAS EXPORTACIONES DE TARA PERUANA, EN EL
2023**

**PRESENTADO POR
CARLA ELIZABETH QUISPE VARGAS**

**ASESOR
GRACIELA LISBETH GIRÓN FRANCO**

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

**LIMA – PERÚ
2024**



CC BY-NC-ND

Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada

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

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



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

**TESIS
FACTORES CRÍTICOS QUE SE RELACIONAN CON LAS
EXPORTACIONES DE TARA PERUANA, EN EL 2023**

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

**PRESENTADO POR
CARLA ELIZABETH QUISPE VARGAS**

**ASESOR
MG. GRACIELA LISBETH GIRÓN FRANCO**

**LIMA, PERÚ
2024**

Agradecimientos:

A Dios y al universo, por su infinita bondad, bendiciones y sabiduría: “Es más importante y valioso disfrutar el proceso que el resultado”

A mis padres, quienes, a pesar de sus debilidades y carencias, me formaron con amor, creatividad y oportunidades.

A las personas que no creyeron en mí, porque, eso me impulsó a continuar y seguir avanzando con más fuerza.

A la casa universitaria USMP, porque concretó y fortaleció mi desarrollo personal y profesional.

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO	ii
ÍNDICE DE TABLAS	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	1
1.1 Antecedentes de investigación	1
1.1.1 Antecedentes nacionales	1
1.1.2 Antecedentes internacionales	3
1.2 Bases teóricas	6
1.2.1 Definiciones de las variables	6
1.2.1.1 El Producto tara	6
1.2.1.2 La exportación e internacionalización	8
1.2.1.3 Factores críticos	10
1.2.2 Definiciones de factores críticos de exportación	12
1.2.2.1 La demanda	12
1.2.2.2 La producción	17
1.2.2.3 La geografía	23
1.2.2.4 Las barreras comerciales	24
1.3 Definición de términos básicos	27
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	29
2.1 Formulación de hipótesis	29
2.1.1 Hipótesis principal	29
2.1.2 Hipótesis específicas	29
2.2 Variables y definición operacional	30
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	32
3.1 Diseño metodológico	32
3.2 Diseño muestral	33

3.2.1 La población	33
3.2.2 La muestra	35
3.3 Técnicas de recolección de datos	37
3.3.1 Confiabilidad del instrumento – Alfa de Cronbach	39
3.3.2 Validez del instrumento – Varimax	41
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	42
3.5 Aspectos éticos	43
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	44
4.1 Descripción de la muestra	44
4.2 Análisis exploratorio	47
4.2.1 Análisis exploratorio de las variables	49
4.2.2 Análisis exploratorio de las dimensiones	50
4.3 Análisis descriptivo	52
4.3.1 Análisis descriptivo de la variable: factores críticos	52
4.3.2 Análisis descriptivo de la variable: exportaciones	58
4.4 Contrastación de hipótesis	60
4.4.1 Prueba de normalidad – Shapiro Wilk	60
4.4.2 Prueba de correlación de Pearson	62
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	74
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES	88
FUENTE DE INFORMACIÓN	90
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Evolución de la balanza comercial agropecuaria	xi
Tabla 2: Evolución de las exportaciones agropecuarios y la tara	xix
Tabla 3: Cuadro de información basado a investigaciones previas	5
Tabla 4: Importadores de tara más importantes	12
Tabla 5: Evolución de los precios de tara	15
Tabla 6: Principales departamentos productores de vaina de tara	18
Tabla 7: Evolución de toneladas de la tara	20
Tabla 8: Partidas arancelarias de la tara	25
Tabla 9: Definición operacional de la variable independiente	30
Tabla 10: Definición operacional de la variable dependiente	31
Tabla 11: Población - Exportadoras de tara	34
Tabla 12: Tamaño de la muestra	36
Tabla 13: Cuestionario: variables, dimensiones, indicadores e ítems	38
Tabla 14: Escala de Likert con nivel de acuerdo	39
Tabla 15: Cuadro de interpretación de Alfa de Cronbach	40
Tabla 16: Estadística de fiabilidad del instrumento - Alfa de Cronbach	40
Tabla 17: Matriz de componente para variables de estudio – Varimax	41
Tabla 18: Muestra clasificada de las exportadoras I	45
Tabla 19: Muestra clasificada de las exportadoras II	46
Tabla 20: Estadística descriptiva de las variables	49
Tabla 21: Estadística descriptiva de las dimensiones	50
Tabla 22: Frecuencias de la dimensión demanda	53

Tabla 23: Frecuencias de la dimensión producción	54
Tabla 24: Frecuencias de la dimensión geografía	55
Tabla 25: Frecuencias de la dimensión barreras comerciales	56
Tabla 26: Frecuencias de la variable factores críticos	57
Tabla 27: Frecuencias de la variable exportaciones	58
Tabla 28: Pruebas de normalidad - Shapiro Wilk	60
Tabla 29: Cuadro de interpretación - Pearson	62
Tabla 30: Correlación de Pearson para la hipótesis general	63
Tabla 31: Correlación de Pearson para la primera hipótesis específica	65
Tabla 32: Correlación de Pearson para la segunda hipótesis específica	67
Tabla 33: Correlación de Pearson para la tercera hipótesis específica	69
Tabla 34: Correlación de Pearson para la cuarta hipótesis específica	71
Tabla 35: Cuadro de comparativo de resultados estadísticos de las variables y dimensiones seleccionadas	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Balanza comercial agropecuaria	xi
Figura 2: Principales importadores de tara	xiii
Figura 3: Evolución del precio de la tara 2022	xvii
Figura 4: Evolución del precio de la tara 2023	xvii
Figura 5: Principales exportadoras de tara	14
Figura 6: Calendario de cosecha de la tara por departamentos	19
Figura 7: Fases de la cadena de producción de la tara	22
Figura 8: Gráfico de dispersión para la hipótesis general	64
Figura 9: Gráfico de dispersión para la primera hipótesis específica	66
Figura 10: Gráfico de dispersión para la segunda hipótesis específica	68
Figura 11: Gráfico de dispersión para la tercera hipótesis específica	70
Figura 12: Gráfico de dispersión para la cuarta hipótesis específica	72

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar los factores críticos que se relacionaron con las exportaciones de tara peruana en el 2023, debido a que en la última década hubo un aumento gradual en las exportaciones de tara como insumo hacia países del primer mundo, por lo cual, el país peruano es el principal productor y exportador con el 80% a nivel mundial, pero aún existe una demanda internacional insatisfecha, por ello la importancia de este estudio. Se utilizó la metodología de investigación con enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, de alcance descriptivo-correlacional, con diseño no experimental y transversal. El tamaño de la muestra estuvo conformado por 5 exportadoras de tara ubicadas en Lima. Asimismo, se elaboró un cuestionario estructurado donde consta de 17 preguntas de control y 30 ítems, los cuales se midieron con la escala de Likert 5 puntos con nivel de acuerdo.

En base a los resultados, se comprobó la existencia de una relación de manera positiva y muy significativa (p valor=0.007; Pearson=0.969**) entre los factores críticos y las exportaciones de tara, además se pudo determinar que la producción (p valor=0.003; Pearson=0.980**) y las barreras comerciales (p valor=0.001; Pearson=0.994**) son factores que se relacionan de manera positiva y muy significativa con las exportaciones de este producto, sin embargo, la demanda (p valor=0.427; Pearson=0.468) y la geografía (p valor=0.332; Pearson=0.555) son factores críticos que se relacionan de manera positiva con las exportaciones de este insumo, pero no son estadísticamente significativas.

Palabras clave: Factores críticos, exportaciones y primer mundo.

ABSTRACT

The main objective of this investigation was to determine the critical factors that were related to Peruvian tara exports in 2023, because in the last decade there was a gradual increase in tara exports as an input to first world countries, therefore which, the Peruvian country is the main producer and exporter with 80% worldwide, but there is still an unsatisfied international demand, hence the importance of this study. The research methodology was used with a quantitative approach, applied, descriptive-correlational scope, with a non-experimental and transversal design. The sample size was made up of 5 tara exporters located in Lima. Likewise, a structured questionnaire was developed consisting of 17 control questions and 30 items, which were measured with a 5-point Likert scale with a level of agreement.

Based on the results, the existence of a positive and very significant relationship (p value=0.007; Pearson=0.969**) was proven between the critical factors and tara exports, and it was also possible to determine that the production (p value=0.003; Pearson=0.980**) and trade barriers (p value=0.001; Pearson=0.994**) are factors that are positively and very significantly related to exports of this product, however, demand (p value=0.427; Pearson=0.468) and geography (p value=0.332; Pearson=0.555) are critical factors that are positively related to exports of this input, but are not statistically significant.

Keywords: Critical factors, exports and first world.

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS - Carla Quispe.docx

RECuento DE PALABRAS

21296 Words

RECuento DE CARACTERES

114935 Characters

RECuento DE PÁGINAS

123 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

3.3MB

FECHA DE ENTREGA

Jan 15, 2024 3:49 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jan 15, 2024 3:51 PM GMT-5

● **11% de similitud general**

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

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

OFICINA DE GRADOS Y TÍTULOS

CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO TURNITIN

FECHA	NOMBRE DEL DOCENTE	CORREO DEL DOCENTE
15/01/2024	GRACIELA LISBETH GIRÓN FRANCO	ggironf@usmp.pe

NOMBRE DEL TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
"FACTORES CRÍTICOS QUE SE RELACIONAN CON LA EXPORTACIÓN DE TARA PERUANA, EN EL 2023"

NOMBRE DEL ASESORADO(A)	ESCUELA PROFESIONAL
CARLA ELIZABETH QUISPE VARGAS	ESCUELA DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

RESULTADO:

11% (EXCLUYENDO CITAS Y BIBLIOGRAFÍA)

CONCLUSIÓN:

LA TESIS SE ENCUENTRA APTA PARA CONTINUAR CON EL SIGUIENTE TRÁMITE. EL PORCENTAJE DE SIMILITUD ES DE 11%

GRACIELA LISBETH GIRÓN FRANCO

NOMBRE Y FIRMA DEL ASESOR

DNI: 40040174.



CARLA ELIZABETH QUISPE VARGAS

NOMBRE Y FIRMA DEL ASESORADO

DNI 10700345



REVISADO POR: DRA. BARBARA ISABEL PONCE PONCE



INTRODUCCIÓN

En la última década, las exportaciones de los productos agropecuarios han crecido constantemente, esto gracias a la firma de diversos convenios y el Tratado de Libre Comercio (TLC) de Perú con países del primer mundo, por lo cual, la balanza comercial se torna favorable según las cifras de AGRODATAPERÚ (2023):

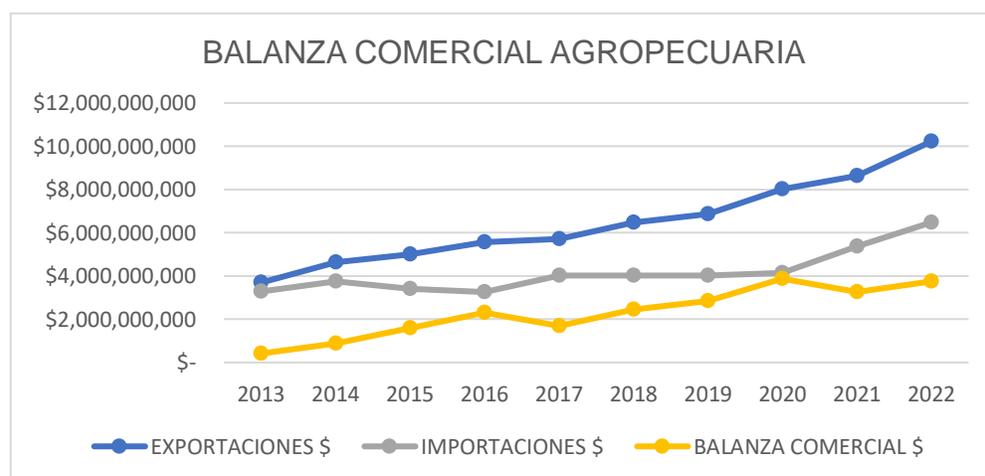
Tabla 1
Evolución de la balanza comercial agropecuaria Perú

Año	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
2013	\$ 3,696,000,000	\$ 3,280,000,000	\$ 416,000,000
2014	\$ 4,624,000,000	\$ 3,740,000,000	\$ 884,000,000
2015	\$ 5,007,000,000	\$ 3,420,000,000	\$ 1,587,000,000
2016	\$ 5,557,000,000	\$ 3,257,000,000	\$ 2,300,000,000
2017	\$ 5,713,000,000	\$ 4,021,000,000	\$ 1,692,000,000
2018	\$ 6,465,000,000	\$ 4,016,000,000	\$ 2,449,000,000
2019	\$ 6,945,000,000	\$ 4,014,000,000	\$ 2,931,000,000
2020	\$ 7,811,000,000	\$ 4,136,000,000	\$ 3,675,000,000
2021	\$ 8,637,000,000	\$ 5,371,000,000	\$ 3,266,000,000
2022	\$ 10,221,000,000	\$ 6,480,000,000	\$ 3,741,000,000

Nota. Fuente de Agrodataperú (2023)

Elaboración propia

Figura 1



Fuente: Agrodataperú (2023)

Elaboración propia.

En la tabla 1 y figura 1 presentan la evolución de la balanza comercial de productos agropecuarios de Perú de los últimos 10 años, donde se puede observar que en el 2014 las exportaciones llegaron a los \$4,624 millones incrementando un 25% sobre el 2013, en cuanto a las importaciones del 2014 alcanzaron los \$3,740 millones con una posición favorable de \$884 millones para la balanza comercial. En el 2015, destacan las exportaciones a EE. UU., Holanda, España, Alemania, China e Inglaterra, para ello, es necesario mencionar que los tratados de libre comercio más importantes entraron en vigor con los Estados Unidos en el 2009, con China en el 2011 y con la Unión Europea en el 2013, esto permite que los productos peruanos puedan consolidarse en grandes mercados internacionales.

En el 2016, la balanza comercial se torna más favorable con un incremento de 45% sobre el 2015, debido a que las exportaciones aumentaron a \$5,557 millones mientras que las importaciones descendieron a \$3,257 millones.

Para el 2017, las exportaciones subieron ligeramente a \$5,713 millones, pero las importaciones también subieron a \$4,021 millones con el 23% sobre las importaciones del 2016, esto se generó por factores climáticos como el fenómeno del niño costero a inicios de 2017.

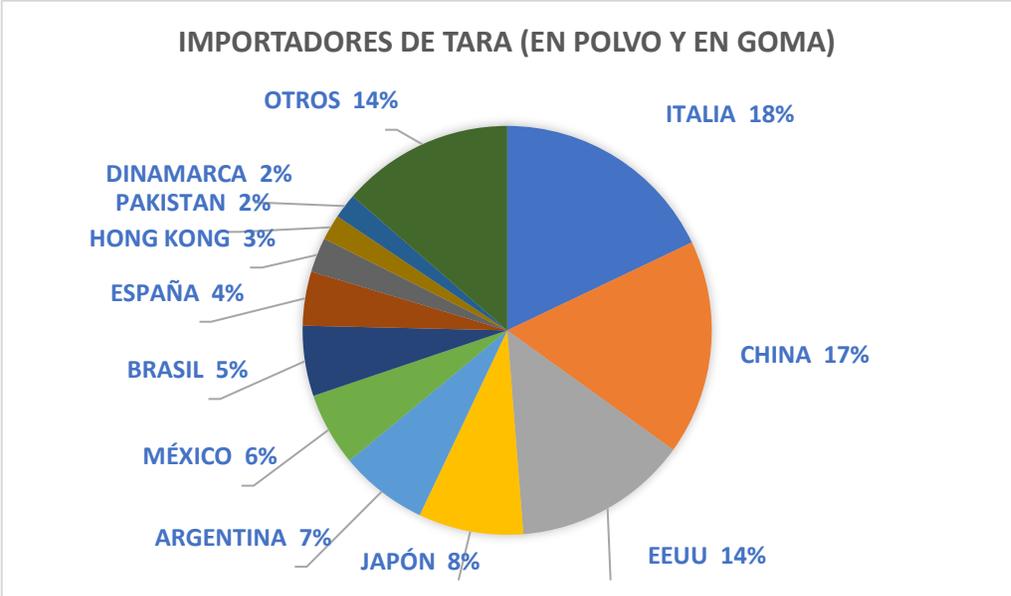
En el 2018, la balanza comercial se incrementó a \$2,449 millones con el 45% sobre el 2017, de manera similar, para el 2019 la balanza comercial aumentó a \$2,931 millones con el 20% sobre el 2018. Para el 2020, 2021 y 2022 las exportaciones crecieron con el 12%, 11% y 18%, respectivamente, y en cuanto a las importaciones de los mismos años también incrementaron con el 3%, 30% y 21%, respectivamente, esto debido a que en el periodo de pandemia (Covid-19), los precios se elevaron, el cual originó un alza en los productos alimenticios, finalmente, en el 2023 se registró un aumento leve

de \$10,285 millones con el 1% sobre el 2022 en las exportaciones de productos agropecuarios Perú. (Agrodataperú, 2023).

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú), informa que participaron en dos ferias de nivel mundial dedicadas al rubro de cosmética y cuidado personal, Suppliers Day (Nueva York) e In Cosmetics Global (Barcelona), mencionaron que; la tara o taya, menta peruana, palo santo, palo rosa molle, aceite de jojoba, entre otros productos, destacaron por sus incomparables propiedades. (Agraria.pe, 2023).

Para la revista boliviana de química (2021), el país peruano es el mayor productor y exportador de tara como insumo con el 80% a nivel internacional, lo cual contribuye a la economía nacional y mantiene un crecimiento sostenible, además es muy demandado por ser una fuente de muchos subproductos para diferentes aplicaciones industriales, debido a su técnica amigable con el medio ambiente.

Figura 2



Fuente de Veritrade (2023)

En la figura 2, se puede observar que en el mercado internacional existe una amplia demanda liderada por Italia, China y Estados Unidos, quienes representan casi el 50% del total de las importaciones de tara de ambos subproductos (en polvo y en goma).

Para Italia, quien representa el 18% del total de las importaciones de tara como insumo, del cual, el 6% requieren de tara en polvo, puesto que la industria italiana es un importante productor de ropa, zapatos y accesorios de cuero en la Unión Europea, por ello el comercio de taninos de tara es un sustituto natural de las sales de cromo. Además, el 12% requieren de tara en goma, ya que los consumidores italianos están cada vez más conscientes de las consecuencias con el medio ambiente, por ello solicitan productos ecológicos para sustituir insumos sintéticos, por ende, la tendencia hacia lo natural es visible en la industria alimenticia y en el sector de los cosméticos.

En el caso de China, quien representa el 17% del total de las importaciones de tara como insumo, el 13% es de tara en polvo, ya que el mercado chino es uno de los mayores industrializadores de cuero a nivel mundial, por lo que se requiere de insumos naturales con la finalidad de alcanzar estándares de calidad de sus productos.

En cuanto a los Estados Unidos, quien representa el 14% del total de las importaciones de tara como insumo, el 13% es de tara en goma, es decir que los consumidores estadounidenses también están cada vez más conscientes con el cuidado del medio ambiente, además de que cuentan con el poder adquisitivo necesario para cubrir sus necesidades, por ello solicitan de productos naturales y ecológicos principalmente en el sector alimenticio, en la industria farmacéutica y cosmética. Cabe mencionar que este país es el principal importador de harina proteica de tara orgánica, producto dirigido al consumidor final que contiene un 45% de proteínas producido recientemente por la empresa exportadora Molinos Asociados Sac (ADEX, 2022).

La revista ciencias y tecnología (2015) enfatiza que la tara es un árbol oriundo que se distribuye en América del Sur; Chile, Bolivia, Ecuador, Colombia, Venezuela y originalmente en Perú, donde es considerada de mejor calidad respecto al alto nivel de taninos, 60% aproximadamente, que se obtiene de la cáscara seca de la vaina de tara, y hasta el 24% de goma del endospermo sustraído de la semilla, esto gracias al maravilloso clima y excelente calidad de tierra fértil que presentan las zonas áridas y de mayor altura (entre los 800 y 2,800 msnm), además, esta planta es considerada rústica, ya que no necesitan de elementos relacionados con la nutrición, fertilización, abono y sistema de riego para una óptima producción, por lo cual, empieza a producir desde el 2do año, alcanza su mayor producción a los 10 años, empieza a disminuir a los 65 años y es improductiva a los 85 años aproximadamente, sin necesidad de talarlo, por ello constantemente se aprovechan los frutos, además de obtener las ventajas ecológicas y económicas, según Vásquez (2022).

En cuanto a los principales usos de los subproductos de la vaina de tara:

La tara en polvo fino que contiene altos porcentajes de taninos es utilizada principalmente para la industria de curtiembre (curtidos vegetales de pieles), y de la molienda gruesa se destina a la industria textil (tintorería y estampados), la industria química (fabricación de extracto tánico, ácido tánico, ácido gálico y galato de propilo), la industria farmacéutica (antioxidantes, astringente, antiséptico y para quemaduras), la manufactura de bebidas (clarificador de vinos, sustituto de malta).

La goma de tara es útil para espesar soluciones acuosas y para controlar la movilidad de materiales dispersados, además, es incolora, insípida, estable y muy resistente a la descomposición, por lo cual, es utilizada para la industria alimentaria (como espesante para; comida instantánea, salsas, mostaza, ketchup, helados y como gel

para refrescos, jugos a base de vegetales y frutas), la industria panificadora (como acondicionador de la masa), la industria láctea (como estabilizante para helados, yogurt, postres y leches), la industria cárnica (actúa como un agente de retención de agua), en la opinión de Torre (citado por Sáenz y Sebastián, 2021).

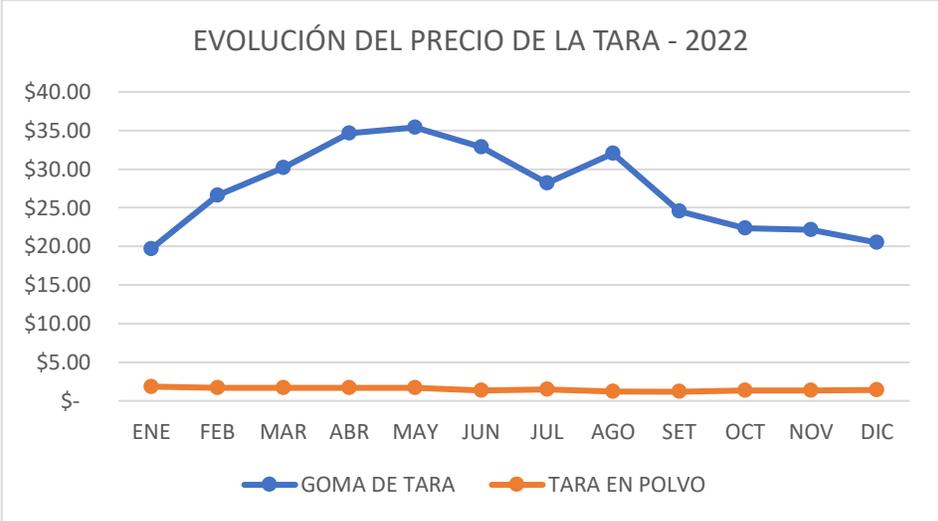
Silva (citado por Vásquez, 2022) menciona otros tipos de industrias: cosméticas, protección de metales (minería), elaboración de plásticos, adhesivos y resinas, preservación de aparejos de pesca, componente de las pinturas, papel en galvanoplastia, impermeabiliza ollas de barro y cerámicas. Y desde el punto de vista de Yeh y Gayoso (2023) adicionan que los peruanos usan este producto para preparar infusiones, porque contiene excelentes cualidades, tales como antiinflamatorias, antisépticas, antimicóticas y antibacteriales. Además, lo usan como parte de alimentos balanceados para animales domésticos y de granja (avícola y piscícola).

La revista de la sociedad química del Perú (2013) indica que los principales departamentos productores se ubican originalmente en la sierra; Cajamarca, Ayacucho, La Libertad, Huánuco, Ancash y entre otros dedicados a estas plantaciones, donde su cosecha es entre mayo y noviembre, entonces para ampliar la capacidad de exportación de este producto, los empresarios peruanos decidieron adaptarlo al territorio costero, con la finalidad de cosechar todos los meses del año, esto favorece a los periodos de baja oferta para negociar un buen precio. (Sáenz y Sebastián, 2021).

Por consiguiente, en la actualidad, existen plantaciones de tara ubicados en las provincias y distritos de Lima, tales como; Cañete, Punta Hermosa, Lurín y Pachacámac, es necesario mencionar que se ha incorporado una estrategia de producción para requerir un mayor cuidado de estas plantaciones, es decir, establecer la ubicación que garanticen la producción sostenible, evaluación del suelo o tierra fértil,

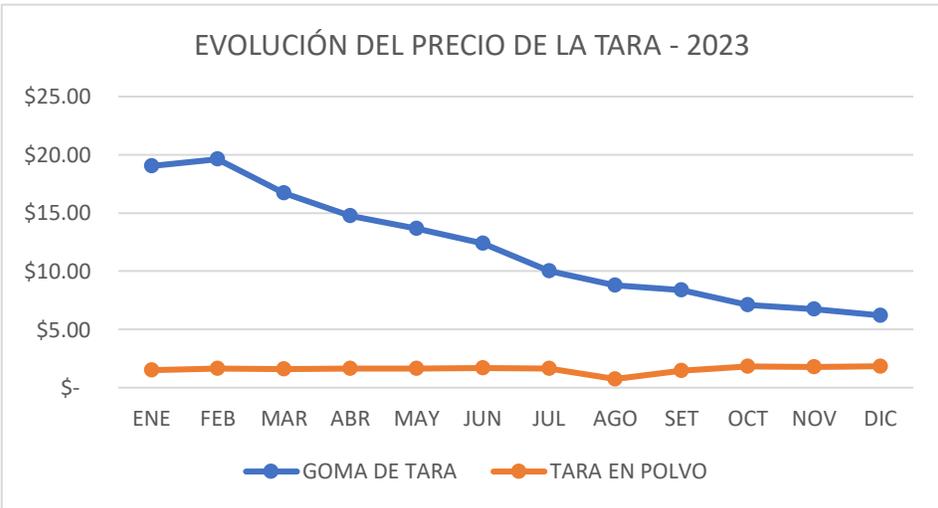
recursos hídricos, propiedades climáticas y la energía solar, con el fin de obtener un buen nivel de tanino ya que no se encuentra en su zona original. (Vásquez, 2022).

Figura 3



Fuente: Agrodaperú (2023)

Figura 4



Fuente: Agrodaperú (2023)

En la figura 3 y 4 se puede observar la evolución mensual de los precios de la tara en sus 2 presentaciones, donde el precio de la tara en polvo registra una variación mínima en todos los meses del 2022 y 2023, sin embargo, el precio de la goma de tara en el 2022 hubo un crecimiento de precio desde el inicio del año, llegando un valor alto entre abril y mayo, luego hubo un descenso gradual hasta diciembre del mismo año y en cuanto al 2023, a partir de febrero hubo una caída de precio notable hasta diciembre, esto debido a que hubo una alta demanda en el mercado internacional de un insumo natural y ecológico en las industrias alimentarias en el periodo de pandemia (Covid-19), es por ello que en el 2022 se registró un precio volátil y para el 2023 figura un proceso de estabilización de precio de la tara en goma.

En el Perú, menciona Cabrera (citado por Vásquez, 2022) que los pequeños productores son la parte más débil de una cadena de valor, al no contar con acceso al crédito y tecnología, cuentan con una producción muy pequeña, en su mayoría sin transporte, además se ven afectados cuando los precios bajan, por ello es importante acotar que el precio doméstico de la vaina de tara oscila entre los 3.00 a 4.00 soles por kilo en tiempos normales, sin embargo, este precio llegó a registrar hasta los 12 soles por kilo a partir de los primeros meses del 2021, sin embargo, para cerrar el año 2023 descendió el precio a 4.00 soles por kilo con tendencia a bajar, por lo tanto, si los agricultores no forman una asociatividad, entonces se les dificulta agregar valor a su producción, por ende, no tienen la capacidad de negociar individualmente con grandes mercados nacionales e internacionales.

Este estudio está direccionado a investigar la razón de la existencia de una demanda internacional insatisfecha de la tara como insumo (tara en polvo y goma de tara), donde existe una interesante oportunidad de negocio.

Tabla 2

Evolución de las exportaciones agropecuarias y la tara

AÑO	EXPORTACIONES AGROPECUARIOS	EXPORTACIONES DE TARA	REPRESENTACIÓN EN PORCENTAJE
2012	\$ 3,711,000,000	\$ 52,970,163	1.4%
2013	\$ 3,696,000,000	\$ 44,247,477	1.2%
2014	\$ 4,624,000,000	\$ 42,277,541	0.9%
2015	\$ 5,007,000,000	\$ 41,385,675	0.8%
2016	\$ 5,557,000,000	\$ 41,914,433	0.8%
2017	\$ 5,713,000,000	\$ 43,275,035	0.8%
2018	\$ 6,465,000,000	\$ 49,455,098	0.8%
2019	\$ 6,854,000,000	\$ 43,065,253	0.6%
2020	\$ 8,011,000,000	\$ 53,397,856	0.7%
2021	\$ 8,640,000,000	\$ 108,455,219	1.3%
2022	\$ 10,221,000,000	\$ 109,742,076	1.1%
2023	\$ 10,285,007,244	\$ 69,020,797	0.7%

Nota. Fuente: Agrodataberú (2023)

Elaboración propia

En la tabla 2, se visualiza la evolución de las exportaciones agropecuarias y la tara como insumo en los últimos 12 años según las cifras de Agrodataberú (2023).

Donde la tara en sus 2 presentaciones sólo representa el 1% aproximadamente del total a las exportaciones de los productos agropecuarios anuales, siendo el Perú el principal productor a nivel mundial del mencionado producto.

En base a lo expuesto, la tara es catalogada como un negocio rentable y beneficioso dentro del agroexportador peruano, debido a su gran acogida mundial ya que el consumidor requiere de productos naturales y ecológicos, por lo tanto, es indispensable formular la problemática, además de mencionar los siguientes objetivos:

Problema general

¿Cuáles son los factores críticos que se relacionan con las exportaciones de tara peruana, en el 2023?

Objetivo general

Determinar los factores críticos que se relacionan con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

Objetivos específicos

- Determinar si la demanda es un factor crítico que se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.
- Determinar si la producción es un factor crítico que se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.
- Determinar si la geografía es un factor crítico que se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.
- Determinar si las barreras comerciales son factores críticos que se relacionan con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

Por lo tanto, se busca respuestas por medio de las entidades exportadoras de tara peruana ubicadas en Lima, dedicadas a el proceso productivo de tara en polvo, goma de tara entre otros insumos similares, los cuales son exportados a importantes mercados internacionales. Por consiguiente, fue necesario y valioso realizar esta investigación que permitió conocer los factores críticos que se relacionan con las exportaciones de tara, para lo cual, se utilizó la metodología con enfoque cuantitativo,

de tipo aplicada, de alcance descriptivo correlacional, con diseño no experimental y transversal. Asimismo, se elaboró un cuestionario estructurado donde consta de 17 preguntas de control y 30 ítems, los cuales se midieron con la escala de Likert 5 puntos con nivel de acuerdo.

Como principal resultado de ambas variables, a través de las medidas de tendencia central, de dispersión y de forma, presentan una variación menor a 1 punto, es decir que indica una gran agrupación alrededor de la media, por lo tanto, es bastante significativa, asimismo, se confirma que las cifras de ambas variables muestran una distribución simétrica positiva, dado que el coeficiente obtenido es menor a 0.5, y la curtosis de ambas variables son negativas, lo cual, evidencia la presencia de una curva platicúrtica (achatada).

Además, se realizó un extracto de las frecuencias de las exportadoras encuestadas y para la variable factores críticos, se evidencia que la gran mayoría están de acuerdo con la importancia de la geografía que presenta el territorio peruano por la diversidad climática y el suelo o tierra fértil, en cuanto al crecimiento de la demanda y las barreras comerciales son factores importantes para una fluidez con el comercio exterior. Con referente a la variable exportaciones, refleja que la cantidad exportada requiere o necesita de una capacidad de producción óptima de las productoras.

También se demostró que existe una relación de manera positiva y muy significativa (p valor=0.007; Pearson=0.969**) entre los factores críticos y las exportaciones de tara peruana, además se pudo determinar que la producción (p valor=0.003;

Pearson=0.980**) y las barreras comerciales (p valor=0.001; Pearson=0.994**) son factores que se relacionan de manera positiva y muy significativa con las exportaciones de este producto, pero también se pudo hallar que la demanda (p valor=0.427; Pearson=0.468) y la geografía (p valor=0.332; Pearson=0.555) son factores críticos que se relacionan de manera positiva con las exportaciones de este insumo, pero no son estadísticamente significativas.

Como principal conclusión y con un 99% de confianza se ratifica que los factores críticos que se relacionan de manera positiva y muy significativa con las exportaciones de tara peruana en el 2023 son la demanda, producción, la geografía y las barreras comerciales.

Con referente a la recopilación de datos en el trabajo de campo, no se ha podido encuestar a la totalidad de la muestra proyectada, porque hubo resistencia y dificultad de parte de las exportadoras por temas de tiempo y/o comunicación efectiva del personal hacia los especialistas, del mismo modo, los resultados de los autores de estudio tuvieron una muestra similar, por lo tanto, un instrumento de 30 ítems y con 5 objetos de muestra representa datos con mediana claridad y consistencia, esto suele ser muy sensible, por ello cabe la posibilidad de obtener resultados generalizados y/o sesgados por la muestra muy pequeña. Sin embargo, este estudio se puede tomar como datos referenciales para otras investigaciones.

El informe se encuentra estructurado de la siguiente manera: En el capítulo 1 se puede apreciar el marco teórico donde se describe a los estudios previos nacionales e internacionales, bases teóricas de las variables, dimensiones, y teorías que los sustentan, además de la definición de los términos básicos. En el capítulo 2 se formula la hipótesis general y derivadas, por consiguiente, se encuentra la definición operacional de las variables independiente y dependiente. En el capítulo 3 se presenta la metodología que se ha utilizado en el estudio, tales como; diseño metodológico, diseño muestral (población y muestra), técnicas de recolección de datos, técnicas estadísticas para procesar los datos recolectados, y aspectos éticos. En el capítulo 4 se describe los principales resultados, mediante la descripción de la muestra, análisis exploratorio, análisis descriptivo y contrastación de hipótesis. En el capítulo 5 se expone la discusión, donde se presentan y comparan los principales resultados de estudio con relación a los antecedentes de la investigación.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de investigación

En el interés de obtener información sobre la exportación de tara peruana, es indispensable obtener información hipotética de exportaciones de productos agrícolas, que ayuden al desarrollo de esta investigación, donde la base es determinar cuáles fueron los factores críticos que se relacionaron con la exportación del producto. A continuación, se presentan algunas investigaciones relacionadas a las variables de estudio que sirven como sustento para este trabajo.

1.1.1. Antecedentes nacionales

Celis (2023) su objetivo fue hallar los factores críticos de éxito que impulsaron la exportación de arándano de Perú a Canadá en el periodo 2016-2020. Donde se utilizó un enfoque cuantitativo, correlacional, no experimental y transversal. Se realizó una encuesta virtual, mediante un cuestionario de 19 ítem a 5 exportadoras. Los resultados según Rho de Spearman; en el factor geográfico existe una relación positiva ($Rho=0.917^*$) y significativa (0.029) con las exportaciones, en el factor mercado se encontró una relación positiva ($Rho=0.583$) y no significativa (0.302) con las exportaciones, en el factor técnico productivo se halló una relación positiva ($Rho=0.913^*$) y significativa (0.030) con las exportaciones, el factor fitosanitario se encontró una relación positiva ($Rho=0.750$) y no significativa (0.144) con las exportaciones, en el factor logístico se halló una relación positiva ($Rho=0.917^*$) y significativa (0.029) con las exportaciones. Finalmente, se concluyó que los factores geográfico, logístico y productivo lograron coeficientes de correlación positiva y

significativa, sin embargo, los factores fitosanitario y mercado obtuvieron coeficientes de correlación positiva, pero no son significativas.

Sáenz y Sebastián (2021) presentaron un estudio que tuvo como objetivo establecer los factores críticos que influyeron en la exportación de tara de Cajamarca a EE. UU. en el 2020. El tipo de investigación fue cuantitativo, descriptivo, no experimental y transversal. Se aplicó una entrevista - cuestionario de 10 ítem a 65 productores de tara de la Cooperativa Agraria del Norte, San Marcos – Cajamarca. Se presentó los resultados con el Chi cuadrado: donde el X^2 calculado $12.1456 > X^2$ tabulado 9.4877 , de la misma manera, indicó que los factores innovación, (90.8%), tecnología (86.2%), clima (76.9%), competencia (72.3%), y demanda (70.8%), si fueron factores críticos determinantes para la exportación de tara a los EE. UU.

Canales y De la Vega (2020) mencionaron en este estudio los factores críticos que influyeron en las exportaciones de arándanos de Perú-Chile a EE. UU. en el periodo 2012-2018, donde la metodología aplicada fue mixta, explicativo-descriptivo, no experimental y transversal. Se realizó una encuesta virtual de 31 ítem a 15 exportadoras de arándanos, y según la prueba del chi cuadrado: si X^2 calculado $9.474 > X^2$ tabulado 7.8147 , entonces la hipótesis nula es rechazada, y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se presentó los resultados con el 95% confianza que los factores críticos; tecnología (100%) clima (90%), mano de obra especializada (90%), y políticas de gobierno (85%) si influyeron en las exportaciones.

Se concluyó que los factores críticos; el clima (para una buena producción), mano de obra (influye en el precio y la producción, a pesar de su escasez), tecnología (se tuvo optimización de tiempos) y políticas de gobierno (capacitaciones, TLC con EE. UU., fitosanitario) si influyeron en las exportaciones de arándanos a EE. UU.

1.1.2. Antecedentes internacionales

Herrejón (2022) realizó una investigación sobre los factores que influyeron en las exportaciones del aguacate orgánico de Michoacán-México durante el periodo 2016-2019, donde empleó la metodología de enfoque mixto y correlacional, además se registró los datos con una encuesta presencial, a través de un cuestionario con 65 ítem con reactivos de escala de Likert, aplicado a 9 exportadoras de aguacate orgánico de Michoacán-México. Según los resultados del coeficiente “r” de Pearson ($r=0.99$), donde refleja una correlación positiva alta o muy significativa entre la internacionalización de aguacate con las bajas exportaciones, y los factores que inciden son; mercado (45%), segmentación de mercado (94%), precio (86%) y calidad (94%), por otro lado, los canales de distribución ($r=0.95$) obtuvo una correlación alta, comportamiento del consumidor ($r=0.83$) obtuvo una correlación marcada, gestión ambiental ($r=0.92$) obtuvo una correlación alta y la innovación ($r=0.87$) obtuvo una correlación marcada con las bajas exportaciones. Se concluyó que los factores con mayor incidencia en las bajas exportaciones del aguacate orgánico fueron los canales de distribución (26.6%), seguido de la gestión ambiental (25.7%), la innovación (24.3%) y el comportamiento del consumidor (23.24%).

Alarcón (2018) menciona los factores que determinan el éxito de los emprendimientos de productos orgánicos en el mercado europeo (caso Pacari). En este trabajo se utilizó un enfoque cuantitativo-deductivo y correlacional, también se empleó una encuesta presencial, mediante un cuestionario de 11 ítem con alternativas de escala tipo Likert, aplicado a 134 productores orgánicos de Vinces de pequeña escala en Ecuador. Para la verificación de la hipótesis según el estadístico del Chi-Cuadrado; la ventaja competitiva mediante un funcionamiento eficiente de la cadena

de valor orgánica (9,55.-0,004), la innovación constante de procesos y productos (5,82.-0,011), la responsabilidad social empresarial con la aplicación del comercio justo y directo, la concientización de los emprendedores y agricultores sobre la importancia de la producción orgánica (7,46.-0,008) tuvieron evidencia estadística significativa relacionada con el buen desempeño en los emprendimientos de productos orgánicos exportados a Europa. En esta investigación se concluyó que los 3 factores mencionados son variables del modelo de negocio de Pacari, por lo cual, se pueden adaptar a otros emprendimientos que también exporten productos orgánicos.

Heras (2018) menciona los factores determinantes que inciden en las exportaciones de pitahaya ecuatoriana, en la cual, se utilizó un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo correlacional con diseño no experimental y longitudinal. La técnica de recolección de datos fue mediante el análisis de diferentes fuentes oficiales, con 6 ítems aplicados a las 315 productoras de pitahaya en la provincia de Morona Santiago de Ecuador. Se efectuó los resultados mediante el análisis econométrico: el modelo mínimo cuadrado ordinario (MCO), donde comprueba que el precio externo (0,0006***), renta nacional singapur (0,0027***), tipo de cambio Hong Kong (0,0127**) y tipo de cambio Singapur (0,0014***) si son factores que inciden con las exportaciones, pero el precio local (0,2519) y la renta nacional de Hong Kong (0,1836) no son estadísticamente significativos.

A continuación, se presenta una síntesis en base a la información teórica y resultados estadísticos de los antecedentes en la tabla 3.

Tabla 3
Cuadro de información basado a investigaciones previas

Autores	Celis	Sáenz y Sebastián	Canales y De la Vega	Herrejón	Alarcón	Heras
Año	2023	2021	2020	2022	2018	2018
País origen	Perú	Perú	Perú-Chile	México	Ecuador	Ecuador
País destino	Canadá	EE. UU.	EE. UU.	Varios	Europa	Hong Kong y Singapur
Muestra	5 exportadoras	65 productoras	15 exportadoras	9 exportadoras	134 productoras	315 productoras
Prueba	Rho de Spearman	Chi cuadrado	Chi cuadrado	"r" de Pearson	Chi cuadrado	Mínimo Cuadrado Ordinario (MCO)
Variable independiente	Factores críticos	Factores críticos	Factores críticos	Factores	Factores	Factores determinantes
Variable dependiente	Exportaciones de arándanos	Exportaciones de tara	Exportaciones de arándanos	Exportaciones de aguacate orgánico	Exportaciones de productos orgánicos	Exportaciones de Pitahaya
Estadístico general		X2 calculado 12.1456 > X2 tabulado 9.4877	X2 calculado 9.474 > X2 tabulado 7.8147	r = 0.99		MCO=0,0057***
Dimensión 1 Resultado estadístico	El mercado Rho=0.583	Demanda Chi2 = 70.8%		Mercado y precio 45% - 86%	Capacidad competitiva Chi2 = 9,55	Precios externos e internos Externo=0,0006*** Interno=0,2519
Dimensión 2 Resultado estadístico	Técnico productivo Rho=0.913*	Competencia Chi2 = 72.3%	Mano de obra especializada Chi2 = 90%	Canales de distribución r = 0.95	Innovación constante Chi2 = 5,82	Renta nacional de los destinos HongKong=0,1836 Singapur=0,0027***
Dimensión 3 Resultado estadístico	La geografía Rho=0.917*	Clima Chi2 = 76.9%	Clima Chi2 = 90%	Comportamiento del consumidor r =0 .83	Responsabilidad social empresarial Chi2 = 7,46	Tipo de cambio de los destinos HongKong=0,0127** Singapur=0,0014***
Dimensión 4 Resultado estadístico	Aspecto fitosanitario Rho=0.750	Tecnología Chi2 = 86.2%	Política de gobierno Chi2 = 85%	Gestión ambiental r =0 .92		
Dimensión 5 Resultado estadístico	La logística Rho=0.917*	Innovación Chi2 = 90.8%	Innovación tecnológica Chi2 = 100%	Innovación r =0 .87		

Nota. Síntesis en base a las investigaciones de los antecedentes.

Fuente: Autores de los antecedentes

Elaboración propia

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Definiciones de las variables

1.2.1.1 El producto tara

Definición y características:

La tara o taya (*Caesalpinia Spinosa*) es un árbol oriundo de los Andes (Venezuela - norte de Chile) y en el territorio peruano se extiende en las zonas secas y semisecas de la costa y sierra, aprovechado como medicina tradicional en la época prehispánica y en la época actual como insumo dirigido a diversas industrias en el mercado exterior, por lo tanto, es necesario acotar que, desde tiempos inmemoriales, este producto es de gran beneficio. Este árbol mide entre 4m a 8m de alto y en mejores condiciones llega hasta 12m, su copa es poco densa, irregular y aparasolada, sus flores están organizados en racimos y sus frutos son vainas con forma plana (contiene 10 semillas), los cuales su color varía según su proceso de maduración: verde (inmaduras), rosado (semi-maduras), café rojizo (maduras) de acuerdo con Torre (citado por Sáenz y Sebastián, 2021). La ventaja de esta planta es que empieza a producir desde el 2do año, alcanza su mayor producción a los 10 años, empieza a disminuir a los 65 años y es improductiva a los 85 años aproximadamente, sin necesidad de talarlo, por ello, constantemente se aprovechan los frutos, además de obtener las ventajas ecológicas y económicas, según Vásquez (2022).

Quispe (citado por Yeh y Gayoso, 2019) describe algunos productos sustitutos, tales como, el quebracho que se presenta en la selva de Argentina y Paraguay, y la mimosa originaria de Australia, estos frutos también contienen alto contenido de taninos al igual que la tara, es decir, que son principales sustitutos de la tara en polvo.

Partes y usos de la tara:

Riego (citado por Sáenz y Sebastián, 2021), expone que el fruto de la tara (Vainas) está compuesta por polvo (45%), pepa (33%) y fibra (22%). La funda o cascara seca pasa por un proceso de molienda, donde se obtiene un polvo fino que contiene 60% de taninos y de las semillas se extrae endospermo, del cual se obtiene la goma de tara. Estos productos no compiten entre sí, ya que los mercados están separados.

En cuanto a los principales usos: La tara en polvo es utilizada para; la industria de curtiembre (curtición vegetal de pieles), la industria textil (tintorería y estampados), la industria química (fabricación de extracto tánico, ácido tánico, ácido gálico y galato de propilo), la industria farmacéutica (antioxidantes, astringente, antiséptico y para quemaduras), la manufactura de bebidas (clarificador de vinos, sustituto de malta), otros tipos de industrias: cosméticas, protección de metales (minería), elaboración de plásticos, adhesivos y resinas, preservación de aparejos de pesca, componente de las pinturas, papel en galvanoplastía, impermeabiliza ollas de barro y cerámicas.

Además, la goma de tara es utilizada para; la industria alimenticia (como espesante para; comida instantánea, salsas, mostaza, ketchup, helados y como gel para refrescos, jugos a base de vegetales y frutas), la industria panificadora (como acondicionador de la masa), la industria láctea (como estabilizante para helados, yogurt, postres y leches), la industria cárnica (actúa como un agente de retención de agua), en la opinión de Torre (citado por Sáenz y Sebastián, 2021).

Desde el punto de vista de Yeh y Gayoso (2023) señalan que los peruanos usan la tara para preparar infusiones, ya que tiene excelentes cualidades, tales como antisépticas, antiinflamatorias, antimicóticas y antibacteriales. Además, lo usan como parte de alimentos balanceados para animales domésticos y de granja (avícola y piscícola).

Teoría:

Según Vernon (1966) define que la teoría del ciclo de vida del producto es el desarrollo gradual o cronológico de un producto comercial, durante su permanencia en el mercado (desde su ingreso hasta su salida), por lo cual, las empresas buscan ampliar el periodo de un producto de manera estratégica e inteligente, esto conlleva a valorar dos factores de suma importancia: el capital humano (pieza esencial para la productividad) y la innovación del producto mediante el rango de tecnología (los consumidores buscan productos más completos y eficientes que resuelvan su necesidad). Se tiene en cuenta las siguientes etapas de un producto: introducción, crecimiento, madurez y declive, según Cardozo (citado por Celis, 2023).

1.2.1.2 La exportación e internacionalización

Definiciones:

Para Hill y Daniels (citados por Canales y De la Vega, 2020), definen que la exportación es un grupo de bienes y servicios enviados a un país extranjero a cambio de dinero, esta transacción tiene como finalidad incrementar las ganancias en una organización o país emisor, esto conlleva a la ampliación del mercado externo con la posibilidad de conseguir una economía de escala. Existen dos formas para exportar: La exportación directa; donde el exportador debe obtener el conocimiento de todo el proceso de exportación (desde definir el mercado destino hasta cobrar lo vendido), por lo cual, la venta se realiza a un intermediario internacional (distribuidor, agente, minorista o consumidor final) y la exportación indirecta; donde el comercio se apoya a través de un intermediario nacional, quién luego exporta a sus agentes extranjeros y/o consumidor final, en este caso es esencial que el productor interprete nuevos

mercados potenciales ya identificados por su intermediario (empresa exportadora), para luego exportar sus productos directamente.

Según Ortega (citado por Canales y De la Vega, 2020), indica que la internacionalización es un intercambio de culturas en el mundo empresarial, donde las entidades obtienen mejores capacidades y oportunidades para negociar con otros países que establecen diversos mercados, esto implica desarrollar diferentes procesos como; la compra de suministros, venta de su producto, inversión productiva, localizar su comercio a través de sucursales en el exterior.

Teorías:

-Teoría de Uppsala elaborado por Johanson y Wiedersheim-Paul (1975), es una herramienta estratégica necesaria para la evolución de la internacionalización que recorre una organización, con el fin de incrementar sus recursos de manera gradual, además de conseguir conocimiento de nuevos mercados para afianzar el grado de responsabilidad con ellos. En este modelo se adquiere experiencia, gracias a las actividades realizadas para obtener una buena intervención e interacción en el mercado exterior, esto conlleva a disminuir la incertidumbre y desconocimiento que se genera en este proceso.

Según Cardozo (citado por Celis, 2023) define esta cadena en cuatro etapas: 1ra etapa, exportaciones esporádicas o no regulares; venta directa o indirecta poco frecuente, sólo para obtener conocimiento y control en las operaciones. 2da etapa, exportaciones por medio de representantes independientes (mayoristas, importadores, etc.); esto permite ganar conocimiento en el mercado exterior. 3ra etapa, ingreso de comercio mediante sucursales en el país extranjero; la empresa logra establecer licencias y/o franquicias (previo análisis de costos y ventajas). 4ta etapa, ingreso de

empresas productivas en el país extranjero, donde es importante considerar, estudiar y contar con la cadena de valor en el mercado exterior.

-Teoría sobre el Origen del Intercambio Desigual, por Arghiri, E. (1969) quien plantea que se originó una secuela por el comercio internacional, lo cual, se puede visualizar la existencia de una gran diferencia en los recursos (naturales y humano) y medios tangibles (capital y tecnología) que posee cada país al momento de producir sus bienes, por ende, el proceso de operación y producción son distintos.

Esto nos da a conocer que el valor de cada producto es significativamente diferente y en consecuencia este tipo de transacción es un intercambio inequitativo entre países, esto afecta a los países en desarrollo que exportan materia prima (precio con menor valor), sin embargo, los países desarrollados exportan productos terminados (precio con mayor valor) a los países en desarrollo, por lo tanto, es muy clara la desventaja en el intercambio. (Canales y De la Vega, 2020).

1.2.1.3 Factores Críticos

Definición de factor crítico:

Para Leidecker (citado por Sáenz y Sebastián, 2021) lo define como dimensiones o características que pueden tener un impacto positivo o afectar significativamente la posición de una unidad que compite en un mundo empresarial, esto va a depender si las decisiones tomadas están debidamente soportadas o fundamentadas. Además, Daniels (citado por Canales y de la Vega, 2020) menciona que las entidades que comercializan con el mercado exterior se encuentran relacionadas con los factores sociales (política, leyes, cultura y economía), físicos (geografía de un territorio) y competitivos (números de clientes, proveedores y competencias).

Modelo:

El modelo diamante de Michael Porter (1990), plantea una estrategia en la estructura de las entidades para aumentar el beneficio de éstas, con ello pretende resolver el motivo esencial del por qué hay empresas con mejor posición frente a sus rivales dentro de un mercado competitivo, menciona también que el formato del comercio está determinado por cuatro elementos en un país:

-Condiciones de los factores, se refiere a la excedencia de sus factores productivos (capital, tecnología, infraestructura, recursos humanos y físicos), esto genera ventaja competitiva, ya que un país se especializa en cierto tipo de industria del cual está dotado en factores que son necesarios y difícil de imitar.

-Condiciones de la demanda, esta permite que las empresas crean su mercado mediante respuestas a los clientes que brindan información sobre sus necesidades (sofisticados, exigentes y bien informados), por lo tanto, direcciona a las empresas a segmentar la estructura para lograr una economía de escala, innovar, anticipar necesidades y buscar alternativas para satisfacer las exigencias de los consumidores.

-Sectores afines y auxiliares, son manufactureras o fabricantes que proveen, colaboran o prestan servicios de ciertas actividades a otras industrias, esto permite un trabajo en equipo o colaborativo, proporcionándose entre sí, productos de óptima calidad.

-Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa, se puede entender que la rivalidad de las empresas de un sector estimula el progreso de una ventaja competitiva, motiva la innovación, mejora la calidad y servicio de un producto, adopta nuevas estrategias en el mercado, además, genera competitividad entre colaboradores dentro de una estructura organizacional. (Vásquez, 2022).

1.2.2 Definiciones de los factores críticos de exportación

1.2.2.1 La Demanda

Definición de demanda:

La demanda es el volumen o cifra de bienes y/o servicios solicitados por usuarios, clientes o compradores, quienes cuentan con el poder adquisitivo para cumplir o cubrir sus necesidades en un ambiente de negociación. (Sáenz y Sebastián, 2021).

Demanda de la tara:

Gracias a las excelentes características que tiene la tara, es considerado un producto ecológico, por ello, el requerimiento de este insumo ha aumentado notablemente en el mercado internacional y actualmente el Perú es el primer productor y exportador con el 80% a nivel mundial, y según el informe de la Minagri (2015), el principal importador de la tara en polvo es China y el principal importador de la goma de tara es EE. UU.

Tabla 4
Importadores de tara más importantes

Tara en polvo		Tara en goma		Ambos Subproductos	
CHINA	40%	EE. UU.	21%	ITALIA	18%
ITALIA	19%	ITALIA	17%	CHINA	17%
BRASIL	8%	JAPÓN	12%	EE. UU.	14%
MÉXICO	7%	ARGENTINA	9%	JAPÓN	8%
ARGENTINA	4%	ESPAÑA	6%	ARGENTINA	7%
BELGICA	4%	MÉXICO	5%	MÉXICO	6%
INDIA	3%	CHINA	5%	BRASIL	6%
REINO UNIDO	2%	BRASIL	4%	ESPAÑA	4%
ALEMANIA	2%	HONG KONG	4%	HONG KONG	3%
ESPAÑA	1%	DINAMARCA	3%	PAKISTAN	2%
COREA DEL SUR	1%	PAKISTAN	3%	DINAMARCA	2%
PAKISTAN	1%	ZONAS FRANCAS	2%	OTROS	14%
OTROS	9%	OTROS	8%		

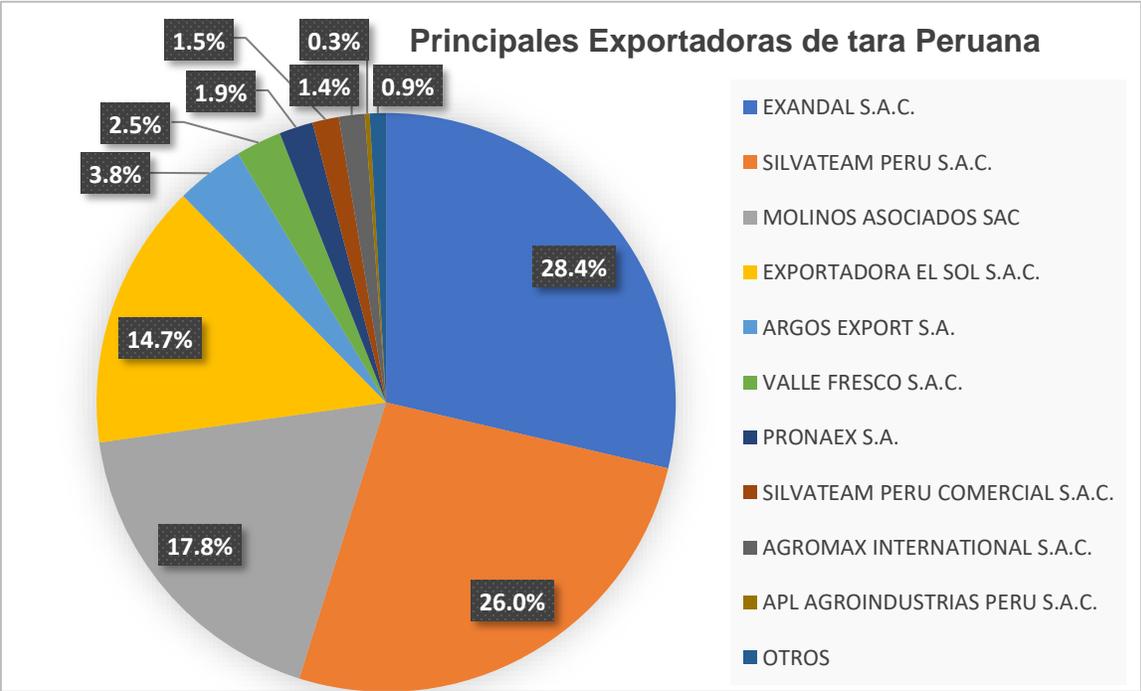
Nota. Fuente de Minagri (2015)

Elaboración propia

En la tabla 4, se puede observar que en el mercado internacional existe una amplia demanda liderada por Italia, China y Estados Unidos, quienes representan casi el 50% del total de las importaciones de tara de ambos subproductos (en polvo y en goma). Para Italia, quien representa el 18% del total de las importaciones de tara como insumo, del cual, el 6% requieren de tara en polvo, puesto que la industria italiana es un importante productor de ropa, zapatos y accesorios de cuero en la Unión Europea, por ello el comercio de taninos de tara es un sustituto natural de las sales de cromo. Además, el 12% requieren de tara en goma, ya que los consumidores italianos están cada vez más conscientes de las consecuencias con el medio ambiente, por ello solicitan productos ecológicos para sustituir insumos sintéticos, por lo que la tendencia hacia lo natural es visible en la industria alimenticia y en el sector de los cosméticos. En el caso de China, quien representa el 17% del total de las importaciones de tara como insumo, el 13% es de tara en polvo, ya que el mercado chino es uno de los mayores industrializadores de cuero a nivel mundial, por lo que se requiere de insumos naturales con la finalidad de alcanzar estándares de calidad de sus productos. En cuanto a los Estados Unidos, quien representa el 14% del total de las importaciones de tara como insumo, el 13% es de tara en goma, es decir que los consumidores estadounidenses también están cada vez más conscientes con el cuidado del medio ambiente, además de que cuentan con el poder adquisitivo necesario para cubrir sus necesidades, por ello solicitan de productos naturales y ecológicos principalmente en el sector alimenticio, en la industria farmacéutica y cosmética. Cabe mencionar que este país es el principal importador de harina proteica de tara orgánica, producto dirigido al consumidor final que contiene un 45% de proteínas producido recientemente por la empresa exportadora Molinos Asociados Sac (ADEX, 2022).

Según los datos de Veritrade (2023), existen 24 empresas exportadoras de tara (en polvo y goma) que comercializaron con el mercado exterior en el periodo de 2019-2022, de los cuales se presentan los 10 más importantes en la siguiente figura.

Figura 5



Fuente de Veritrade (2023)

Elaboración propia

En la figura 5, se puede visualizar que las dos primeras exportadoras de tara como insumo, representan más del 50% de participación comercial con el mercado internacional, es muy probable que exista un oligopolio bien estructurado, son cuatro las grandes empresas que registran casi el 90% del total de las exportaciones de tara en sus dos presentaciones, así pueden protegerse y controlar los precios del mercado y no permitir ingresos de pequeñas y medianas empresas del mismo rubro.

Según las cifras de Agrodataperú (2023) muestra la evolución de los precios de ambos subproductos: tara en polvo y goma de tara.

Tabla 5
Evolución de los precios de la tara como insumo

AÑO	TARA EN POLVO		GOMA DE TARA	
	VALOR FOB \$	PRECIO	VALOR FOB \$	PRECIO
2012	\$ 30,806,452	\$ 1.75	\$ 22,163,711	\$ 6.86
2013	\$ 29,499,259	\$ 1.56	\$ 14,748,218	\$ 7.12
2014	\$ 30,744,642	\$ 1.42	\$ 11,532,899	\$ 5.89
2015	\$ 30,352,641	\$ 1.48	\$ 11,033,034	\$ 4.92
2016	\$ 32,387,473	\$ 1.51	\$ 9,526,960	\$ 3.89
2017	\$ 35,000,980	\$ 1.51	\$ 8,274,055	\$ 3.44
2018	\$ 39,228,494	\$ 1.55	\$ 10,226,604	\$ 3.96
2019	\$ 32,810,137	\$ 1.46	\$ 10,255,116	\$ 3.47
2020	\$ 34,127,424	\$ 1.20	\$ 19,270,432	\$ 5.14
2021	\$ 53,586,761	\$ 1.76	\$ 54,868,458	\$ 7.73
2022	\$ 42,480,472	\$ 1.47	\$ 67,261,604	\$ 27.52
2023	\$ 43,058,991	\$ 1.57	\$ 25,961,806	\$ 11.51

Nota. Fuente de Agrodataperú (2023)

Elaboración propia

En la tabla 5, se puede observar la evolución anual de los precios de la tara en sus 2 presentaciones, donde el precio de la tara en polvo registra una variación mínima en los últimos 12 años, sólo en el 2021 hubo un incremento de un 47% sobre el 2020, sin embargo, el precio de la goma de tara a partir del 2012 hasta el 2019 figura un descenso gradual, en el 2020 hubo un crecimiento leve hasta el 2021, en el 2022 hubo un ascenso abrupto y para el 2023 hubo una caída de precio notable, esto debido a que hubo una alta demanda en el mercado internacional de un insumo natural y ecológico en las industrias alimentarias en el periodo de pandemia (Covid-19), es por ello que en este último año figura un proceso de estabilización de precio de la tara en goma.

En el Perú, menciona Cabrera (citado por Vásquez, 2022) que los pequeños productores son la parte más débil de una cadena de valor, al no contar con acceso al crédito y tecnología, cuentan con una producción muy pequeña, en su mayoría sin transporte, además se ven afectados cuando los precios bajan, por ello es importante acotar que el precio doméstico de la vaina de tara oscila entre los 3.00 a 4.00 soles por kilo en tiempos normales, sin embargo, este precio llegó a registrar hasta los 12 soles por kilo a partir de los primeros meses del 2021, sin embargo, para cerrar el año 2023 descendió el precio a 4.00 soles por kilo con tendencia a bajar, por lo tanto, si los agricultores no forman una asociatividad, entonces se les dificulta agregar valor a su producción, por ende, no tienen la capacidad de negociar individualmente con grandes mercados nacionales e internacionales.

Teoría:

La economía neoclásica por Alfred Marshall (1890), quien crea una síntesis entre la economía clásica y la utilidad marginal para explicar la demanda, lo cual se basa en la percepción sensorial y facultad que tiene el consumidor para satisfacer sus necesidades, es decir, el valor de los bienes que se asigna a la utilidad marginal consumida, además de cómo obtener mayor capacidad de adquisición para solventar el producto que le ofrezca un alto beneficio. Los consumidores tienden a fijarse en la conexión coste-beneficio para tomar decisiones asertivas, propuesto por Torres (citado por Herrejón, 2022).

1.2.2.2 La producción

Definición de producción:

La producción es una actividad humana dirigida a complacer las necesidades del consumidor, mediante un proceso productivo, donde se utilizan los recursos y materia prima para elaborar otros productos, para ello se requiere de los siguientes factores: Tierra (recursos naturales que proporciona la materia prima). Trabajo (jornada laboral de un individuo). Tecnología; (combinación entre conocimientos y técnicas que son usadas ordenadamente a fin de solucionar problemas), según Roldan (citado por Sáenz y Sebastián, 2021).

Producción de la tara:

Estas plantaciones se ubican en zonas geográficas que tienen condiciones de sequedad y están localizados entre los 800 a 2,600 msnm, además logra mantenerse en temperaturas extremas, desde 12°C, 28°C hasta 34°C, no exige calidad de suelo ni manejo técnico, también puede sobrevivir ante las sequías, enfermedades y plagas, por esa razón es catalogada un producto rústico, esto promueve a ser muy rentable, además de su alta demanda extranjera, el país peruano es el 1er productor a nivel mundial con el 80% de exportación y los departamentos que más producen según la Veritrade (2023) son: Ayacucho, Cajamarca, Huánuco, La Libertad, entre otros, que inicialmente eran los territorios naturales (zonas de la sierra) dedicados a este cultivo, donde su cosecha es entre mayo y noviembre, entonces para ampliar la capacidad de exportación de este producto, los empresarios peruanos decidieron adaptarlo al territorio costero, principalmente en Ica, con la finalidad de cosechar todos los meses del año, esto favorece a los periodos de baja oferta para negociar un buen precio. (Sáenz y Sebastián, 2021).

Tabla 6*Principales departamentos productores de vaina de tara*

DEPARTAMENTOS	TONELADAS
AYACUCHO	11,790.79
CAJAMARCA	6,952.60
HUANUCO	1,859.85
LA LIBERTAD	1,532.90
ICA	1,500.97
ANCASH	1,143.00
CUSCO	512.20
APURIMAC	241.77
AREQUIPA	48.51
LAMBAYEQUE	30.00

Nota. Fuente de Veritrade (2023)

Elaboración propia

En la tabla 6, se registra los 10 principales departamentos productores de vaina de tara en el 2021, donde se puede apreciar que los más importantes abastecedores del producto mencionado están liderados por Ayacucho y Cajamarca (región sierra), a pesar de que en la actualidad existen plantaciones de tara en la costa, desde Lambayeque hasta Tacna, en cuanto a Lima, están ubicados en las provincias y distritos de: Cañete, Punta Hermosa, Lurín y Pachacámac, es importante resaltar que la producción proveniente de la costa, obtiene bajo nivel de tanino, ya que no se encuentra en su zona original, por ello, se ha incorporado una estrategia de producción para requerir un mayor cuidado de estos árboles, es decir, establecer la ubicación que garanticen la producción sostenible, evaluación del suelo o tierra fértil, recursos hídricos, propiedades climáticas y la energía solar.

En la siguiente figura se puede observar los meses de mayor cosecha y menor cosecha por departamentos.

Figura 6*Calendario de cosecha de tara en vaina por departamentos*

Regiones	Meses											
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Cajamarca			■	■	■	■	■	■			■	■
Ayacucho	■			■	■	■	■	■	■			■
La Libertad				■	■	■	■					
Ancash						■	■	■				
Ica	■	■					■	■				■
Huánuco					■	■					■	■
Apurímac								■	■			
Amazonas				■	■	■	■					
Arequipa												■
Tacna				■							■	
Piura							■	■	■			
Cusco						■	■	■				
Lima	■						■	■				■
Huancavelica					■	■	■					
Lambayeque	■				■	■	■					■
Pasco							■	■	■			
Moquegua					■						■	

Fuente: SERFOR

Color verde oscuro: meses de mayor cosecha y verde claro: meses de menor cosecha.

Elaborado por Saénz y Sebastián (2021)

En la figura 6, muestra los meses de producción de tara en vaina por departamentos, por lo que Agraria.pe (2022) menciona que el Perú cuenta con 10 mil hectáreas de plantaciones de tara aprox. (60% cultivada y 40% silvestre), donde indica que el rendimiento promedio es de 15 toneladas de vaina de tara por hectárea, además, detalla que de una tonelada de vaina de tara se puede obtener 600 kilos de tara en polvo y 60 kilos de goma de tara, proporción baja para un mercado grande, por ello el precio es alto.

Tabla 7
Evolución de toneladas de la tara como insumo

AÑO	TARA EN POLVO		GOMA DE TARA	
	VALOR FOB \$	TONELADAS	VALOR FOB \$	TONELADAS
2012	\$ 30,806,452	17,554	\$ 22,163,711	3,229
2013	\$ 29,499,259	18,956	\$ 14,748,218	2,072
2014	\$ 30,744,642	21,687	\$ 11,532,899	1,957
2015	\$ 30,352,641	20,447	\$ 11,033,034	2,245
2016	\$ 32,387,473	21,379	\$ 9,526,960	2,446
2017	\$ 35,000,980	23,135	\$ 8,274,055	2,407
2018	\$ 39,228,494	25,323	\$ 10,226,604	2,584
2019	\$ 32,810,137	22,396	\$ 10,255,116	2,954
2020	\$ 34,127,424	28,524	\$ 19,270,432	3,751
2021	\$ 53,586,761	30,516	\$ 54,868,458	7,101
2022	\$ 42,480,472	28,959	\$ 67,261,604	2,444
2023	\$ 43,058,991	27,455	\$ 25,961,806	2,256

Nota. Fuente de Agrodataperú (2023)

Elaboración propia

En la tabla 7, se visualiza una síntesis en base a la evolución de toneladas de tara como insumo exportadas en los últimos 12 años, donde registra que se exportó 25,000 toneladas de tara en polvo y 3,000 toneladas de goma de tara, en promedio de la última década, lo cual suma 28,000 toneladas anuales según las cifras de Agrodataperú (2023), además detalla que para cubrir la demanda internacional insatisfecha se debe exportar 100,000 toneladas anual aproximadamente.

Es importante mencionar que SERFOR (2019) ha identificado 8,060,256 hectáreas de tara en bosques naturales y 5,745 hectáreas en plantaciones, además cuenta con una propuesta sobre Plan de Acción de Desarrollo Sostenible de la tara, con perspectiva de ser una alternativa para incrementar la producción y productividad. Y en cuanto a, el plan operativo de tara de la región Amazonas (2007) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, señala que China ya contaba con 500 hectáreas de plantaciones de tara adaptada en el 2003 y que Marruecos iniciaron con la siembra de estos árboles.

Duarte (citado por Chumán y Córdova, 2019) detalla las fases de la cadena de producción de vaina de tara y sus relaciones entre los mismos de la siguiente manera.

-Provisión de insumos: los principales suministradores son los campesinos que abastecen con abono orgánico como el estiércol (vacuno y ovino), restos vegetales y cenizas, otros proveedores son los comerciantes que abastecen de materiales y herramientas apropiadas para el desarrollo de la cadena de valor.

-Producción: esta fase involucra el manejo del cultivo, así como la producción de plántones (se realizan con todas las especificaciones técnicas en viveros forestales), plantación, remoción del terreno, deshierbo, abonamiento, sistema de riego, poda, raleo, cosecha de la vaina y postcosecha (seleccionar el producto adecuado).

-Acopio: en esta etapa abarca actividades de estiba y desestiba, selección, almacenamiento, traqueado, embarque y transporte del producto, los cuales se realizan y direccionan en centros de acopio rústico, es decir, almacenes arrendados por productores y a veces son propiedad de estos acopiadores.

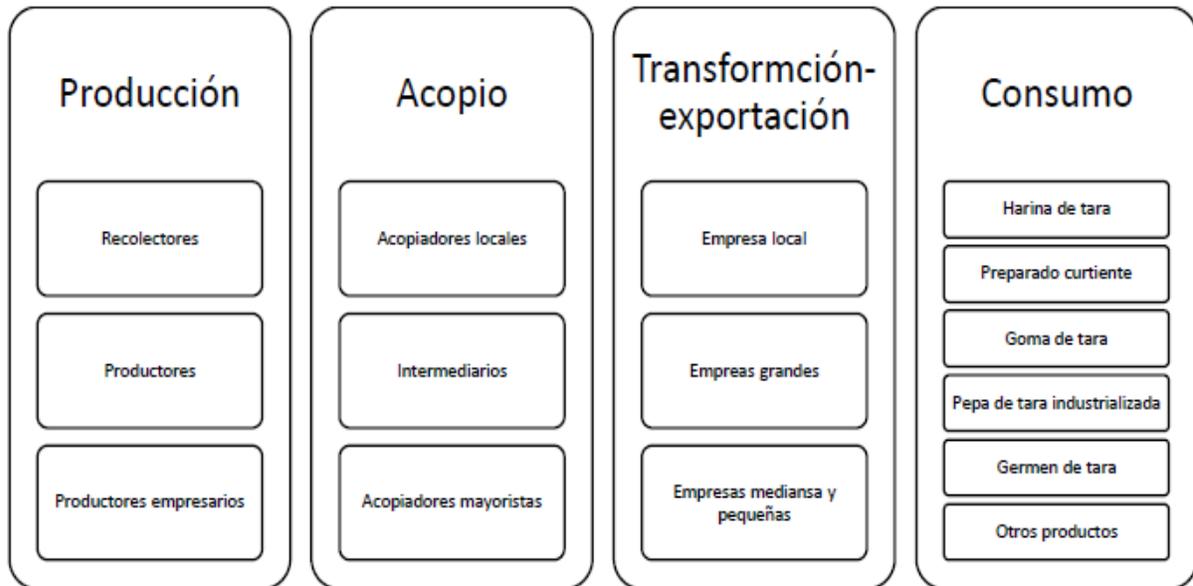
-Transformación del producto: es el proceso que permite darle valor agregado al producto, lo cual incluye varios procesos en plantas industriales, además, una significación económica marginal.

-Exportación: empresas dedicadas a la exportación de productos derivados de la tara (polvo y goma), estas entidades cuentan con diversos puntos de acopio y almacenes, movilizan alta cantidad de vaina de tara, por ende, exportan grandes cantidades de estos insumos a diversos países, además de brindar capacitación a sus trabajadores.

-Consumo final: los consumidores de la tara procesada son empresas foráneas que la usan como un insumo para la transformación de un producto final.

Es necesario acotar que esta estructura puede variar según la región productiva.

Figura 7



Elaborado por Chumán y Córdova (2019)

Teorías:

-Teoría del nuevo comercio y geografía económica; según Paul Krugman (1979), elaboró y desarrolló una teoría en base a la “economías de escala” (producir de forma más barata si se hace en grandes series), donde se determina que, a mayor volumen de producción los costos se reducen, además simplifica la oferta de productos, esto beneficia a los compradores, según el estudio de Castillo (citado por Herrejón, 2022)

-Cadena de Valor: es una técnica original de Michael Porter (2005), quién indica que es una herramienta de análisis dirigido a la gestión empresarial, con el fin de incrementar valor al producto final reduciendo costos, a esto se le llama estrategia competitiva, por lo tanto, esta técnica determina que una organización está constituida por actividades de apoyo que originan o suscitan valor. (Canales y De la Vega, 2020).

1.2.2.3 La geografía

Definición de geografía:

Según la Real Academia Española (2020), describe que la geografía es un cúmulo de características de una zona o superficie terrestre (aspecto físico y natural), además, define al clima como componentes meteorológicos o elementos climáticos que se dan en un área geográfica durante un periodo de tiempo con relación a la temperatura, la precipitación, la humedad, presión atmosférica, nubosidad y el viento. (Sáenz y Sebastián, 2021). De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2022), el suelo es un componente importante de la tierra, además es un conjunto de roca triturada, arena, arcilla y material orgánico (residuos vegetal y animal, organismos como bacterias y hongos, minerales, aire y agua).

Cabe mencionar que la calidad del suelo y la temperatura son afectados por el cambio climático de manera directa, dos factores importantes para la producción, además, los países agroexportadores, como el territorio peruano, no está preparado ante mencionada adversidad. (Celis, 2023).

Clima del Perú:

El territorio peruano es destacado por su diversidad climática que posee, donde tiene 11 ecorregiones, además, se divide en 3 regiones naturales: La costa (11% de territorio), en el centro y norte mantienen un clima soleado durante el periodo de un año, y en el sur tiene el clima húmedo, templado y con nubosidad. En la sierra (30% de territorio), tiene el clima seco y templado, pero con temperaturas cambiantes. Y la selva (59% de territorio) su clima es tropical y húmedo.

Según la Dirección General de Políticas Agrarias (2017), en el 2015 decreció la producción de tara debido a problemas climáticas en las importantes zonas productoras: Cajamarca y La Libertad. (Sáenz y Sebastián, 2021).

Teoría:

Heckscher-Ohlin (1919-1933) quienes buscan explicar cómo funcionan los flujos del comercio internacional, para ello, desarrollaron la teoría de la proporción de los factores (trabajo, mano de obra, maquinaria o capital), donde explican que un país tiene ventaja comparativa y competitiva cuando éste tiende a exportar los productos que son excedentes en los factores con que están capacitados o dotados en su territorio y por efecto más barato, en contraste importan productos que requiere un uso intensivo de los factores que es escaso y por efecto más caro. Es considerada una de las teorías más influyentes de la economía internacional debido a que contiene menos premisas simplificadoras, es decir, es más cercana a la realidad. (Canales y De la Vega, 2020).

1.2.2.4 Las barreras comerciales

Definición:

García (citado por Yeh y Gayoso, 2019), define que son medidas establecidas por el gobierno, para restringir el flujo de bienes y servicios entre países, con el objetivo de corregir desequilibrios económicos, resguardar el medio ambiente, la seguridad y salud pública, además, proteger las industrias nacionales de la competencia extranjera, con el fin de impulsar y apoyar a los exportadores nacionales.

Tabla 8*Partidas arancelarias de la tara (caesalpineae spinosa)*

PARTIDA	DESCRIPCIÓN DE PARTIDA
1404902000	Tara en polvo
1302391000	Mucilagos de semilla (goma de tara)
1302399000	Los demás mucilagos y espesativos

Fuente: Sunat (2019)

Elaboración propia

-Las barreras arancelarias, son restricciones al comercio de un país mediante aranceles (impuestos, derechos de aduana o tasas) aplicados a las exportaciones (genera ingresos de los impuestos recolectados) o importaciones (para defender los productos nacionales frente a la competencia externa) de mercancías.

Tipos de aranceles son: Ad valorem; donde se calculan en porcentaje sobre la base del valor de las mercancías importadas. Específico; se calculan sobre la base de una unidad medida, volumen o peso. Mixto; es un cálculo donde se mezclan los dos aranceles antes mencionados y luego se elige el valor más bajo. Compuesto; es la suma del ad-valorem y un específico. Técnico; se calcula sobre la base de los contenidos específicos de las mercancías.

-Las barreras no arancelarias, son restricciones no monetarias que dificulta el ingreso de un producto a determinado mercado, con el objetivo de proteger el medio ambiente, la salud pública, la seguridad nacional o garantizar estándares de calidad. Esto mediante, las cuotas, donde el gobierno define el límite de la cantidad importada. En cuanto a las medidas sanitarias y fitosanitarias, donde se impone estrictos procedimientos para la exportación e importación en el sector alimenticio, con el fin de

garantizar al comprador que el producto cuenta con las condiciones sanitarias necesarias para su consumo, por ende, es indispensable obtener el certificado fitosanitario para proteger la salud, asegurar la calidad y evitar obstáculos al comercio internacional. (Celis, 2023).

Tratado de Libre Comercio (TLC):

-TLC con EE. UU. se firmó en 2003 y rectificada en el 2009, donde se benefician los exportadores de productos agrícolas, agropecuarios, textiles y también los productores tuvieron la oportunidad de ofrecer su producto al mercado internacional. (Canales y de la Vega, 2020).

-TLC con China, está vigente desde el 01 de marzo 2011, fue suscrito y ratificado en el 2009 en Beijing-China, donde el país asiático aprueba un ingreso exclusivo al mercado de mayor crecimiento del mundo. (Yeh y Gayoso, 2019).

-TLC con la Unión Europea fue suscrito en junio de 2012 en Bruselas-Bélgica y entró en vigor en marzo de 2013, este acuerdo permite que productos peruanos puedan consolidarse a más mercados y de desarrollar una oferta exportable. (Alarcón, 2018).

1.3. Definición de términos básicos

El producto tara: es una medicina tradicional en la época prehispánica y en la época actual como materia prima dirigido a diversas industrias en el mercado exterior, por lo tanto, es necesario acotar que, desde tiempos inmemoriales, este producto es de gran beneficio, además, permite obtener ventajas ecológicas y económicas. Vásquez (2022).

La exportación: es un grupo de bienes y servicios enviados a un país extranjero a cambio de dinero, esta transacción tiene como finalidad incrementar las ganancias en una organización o país emisor, esto conlleva a la ampliación del mercado externo, y posibilita conseguir una economía de escala, según Hill y Daniels (citados por Canales y De la Vega, 2020).

La internacionalización: es un intercambio de culturas en el mundo empresarial, donde las entidades obtienen mejores capacidades y oportunidades para negociar con otros países que establecen diversos mercados, esto implica desarrollar diferentes procesos como; la compra de suministros, venta de su producto, inversión productiva, localizar su comercio a través de sucursales en el exterior, según Ortega (citados por Canales y De la Vega, 2020).

Factores críticos: Para Leidecker (citado por Sáenz y Sebastián, 2021) lo define como dimensiones, características o variables que pueden tener un impacto positivo o afectar significativamente la posición de una unidad que compite en un mundo empresarial, esto va a depender si las decisiones tomadas están debidamente soportadas o fundamentadas.

La demanda: es el volumen o cifra de bienes y servicios solicitados por usuarios, clientes o compradores, quienes cuentan con el poder adquisitivo para cumplir o cubrir sus necesidades en un ambiente de negociación. (Sáenz y Sebastián, 2021).

La producción: es una actividad humana dirigido a complacer las necesidades del consumidor, mediante un proceso productivo, donde se utilizan los recursos y materia prima para elaborar otros productos, para ello se requiere de los siguientes factores: tierra, trabajo y tecnología, según Roldan (citado por Sáenz y Sebastián, 2021).

La geografía: según la RAE (2020), describe que es un conjunto de características de una zona o superficie terrestre, en cuanto al clima lo define como componentes meteorológicos que se dan en un área geográfica durante un periodo de tiempo. (Sáenz y Sebastián, 2021). De acuerdo con la ONU para la Alimentación y la Agricultura (2022), el suelo es un componente importante de la tierra, además, es un conjunto de roca triturada, arena, arcilla y material orgánico, por lo tanto, la calidad del suelo y la temperatura son afectados por el cambio climático de manera directa, dos factores importantes para la producción. (Celis, 2023).

Las barreras comerciales; García (citado por Yeh y Gayoso, 2019), define que son medidas establecidas por el gobierno, para restringir el flujo de bienes y servicios entre países, con el objetivo de corregir desequilibrios económicos, resguardar la seguridad pública o proteger las industrias nacionales de la competencia extranjera. Los tipos de barreras son: las barreras arancelarias y no arancelarias.

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis

Para esta investigación se revisaron diferentes antecedentes que hacen referencia a los factores críticos relacionados a las exportaciones de productos agrícolas nacionales e internacionales, para ello se plantea la hipótesis principal y las hipótesis específicas, que son posibles respuestas no comprobadas a los problemas del estudio, según Vara (citado por Canales y de la Vega, 2020). La matriz de consistencia se puede apreciar en el anexo 1.

2.1.1 Hipótesis general:

Los factores críticos que se relacionan con las exportaciones de tara peruana, en el 2023 son la demanda, la producción, la geografía y las barreras comerciales.

2.1.2 Hipótesis específicas:

-La demanda es un factor crítico que se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

-La producción es un factor crítico que se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

-La geografía es un factor crítico que se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

-Las barreras comerciales son factores críticos que se relacionan con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

2.2 Variables y definición operacional

-Variable 1

Tabla 9
Definición operacional de la variable 1

Variable	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Técnica	Instrumento
Factores críticos	Demanda	Calidad del producto	Leidecker (citado por Sáenz y Sebastián, 2021) lo define como dimensiones o características que pueden tener un impacto positivo o afectar significativamente la posición de una unidad que compite en un mundo empresarial, esto va a depender si las decisiones tomadas están debidamente soportadas o fundamentadas.	Encuesta	Cuestionario estructurado con Escala de Likert
		Consumidor destino			
	Crecimiento de la demanda				
	Producción	Manejo de cultivo			
		mano de obra			
	Geografía	Tecnología			
		Clima			
Barreras comerciales	Suelo o tierra				
	TLC				
	Aranceles				
		Medida Fitosanitaria			

Nota. La tabla presenta la desagregación de la variable independiente y su definición operacional.

Fuente: Autores de los antecedentes.

Elaboración propia.

- Variable 2

Tabla 10
Definición operacional de la variable 2

Variable	Dimensiones	Indicadores	Definición operacional	Técnica	Instrumento
Exportaciones	Sin dimensionar	Cantidad	Es un grupo de bienes y servicios enviados a un país extranjero a cambio de dinero, esta transacción tiene como finalidad incrementar las ganancias en una organización o país emisor, esto conlleva a la ampliación del mercado externo, y posibilita conseguir una economía de escala, según Hill y Daniels (citados por Canales y De la Vega, 2020).	Encuesta	Cuestionario estructurado con Escala de Likert
		Precio			
		Monto			

Nota. La tabla presenta la desagregación de la variable dependiente y su definición operacional.

Fuente: Autores de los antecedentes.

Elaboración propia.

En las tablas 9 y 10 se exponen las variables de esta investigación con sus respectivas definiciones operacionales, tales como las dimensiones y los indicadores correspondientes, también, contiene la técnica y el instrumento que se empleó para la recolección de información. La matriz de operacionalización se puede apreciar en el anexo 2.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo detalla la metodología que se empleó para el progreso de este estudio, así como la descripción del diseño metodológico, seguido de los rasgos distintivos de la población y los criterios que se estableció para el tamaño de la muestra, posteriormente, se presenta la técnica y el instrumento de recolección de datos, donde se describe la confiabilidad y validez de estos, más adelante, se muestran las técnicas estadísticas empleadas para el procesamiento de la información, finalmente, se plantean los aspectos éticos que rigen el estudio.

3.1 Diseño metodológico

El diseño metodológico que se utilizó en esta investigación contempla lo siguiente:

-Enfoque cuantitativo, porque se recopiló y analizó el grupo datos de la muestra en el trabajo de campo mediante un cuestionario (virtual y/o presencial). Según Sáenz y Sebastián (2021), este tipo de enfoque reúne datos cuantificables, en base a ellos se busca obtener resultados medibles o estadísticos que puedan ser interpretados objetivamente y den respuesta a la problemática expuesta en el estudio.

-La investigación es de tipo aplicada, según Esteban (2018) este tipo de investigación es práctica o empírica, lo cual, tiene como objetivo la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren mediante la información de investigaciones básicas para brindar soluciones que puedan contribuir a resolver el problema que presentan las entidades.

-Tiene un alcance descriptivo correlacional, según Vásquez (2022) menciona que el alcance descriptivo permite especificar propiedades y características importantes del problema a analizar, además, pretende medir o recoger información sobre los conceptos o las variables del estudio, con el propósito de brindar un panorama sobre el fenómeno de investigación. En cuanto al alcance correlacional tiene como objetivo conocer y medir la relación o grado de asociación existente entre 2 variables.

-Diseño no experimental y transversal, ya que esta investigación se llevó a cabo sin alterar las variables, en otras palabras, sólo se miró el problema, analizó e interpretó los resultados de éstas en un tiempo único, según Hernández (citado por Celis, 2022).

-Objeto de investigación: Empresas exportadoras de tara peruana ubicadas en Lima.

-Unidad de investigación: Especialistas o personal encargado de las exportaciones.

3.2 Diseño muestral

3.2.1 La población:

Según López (citado por Celis, 2023), es una agrupación de personas que se hallan en un determinado espacio u objetos que tienen las mismas características ubicadas en una determinada área geográfica. Por lo cual, la población está conformada por entidades exportadoras de tara peruana como insumo ubicadas en Lima y según los datos de Veritrade (2023), existen 24 exportadoras que registraron participación dinámica con el mercado exterior en el periodo de 2019-2022.

Tabla 11
Empresas exportadoras de tara como insumo

N°	EMPRESAS EXPORTADORAS	TOTAL	Participación
1	EXANDAL S.A.C.	\$ 89,074,568	28.70%
2	SILVATEAM PERU S.A.C.	\$ 81,418,902	26.20%
3	MOLINOS ASOCIADOS SAC	\$ 55,732,805	17.90%
4	EXPORTADORA EL SOL S.A.C.	\$ 46,172,718	14.90%
5	ARGOS EXPORT S.A.	\$ 11,856,990	3.80%
6	VALLE FRESCO S.A.C.	\$ 7,946,776	2.60%
7	PRODUCTOS NATURALES DE EXPORTACION S.A.	\$ 5,872,908	1.90%
8	SILVATEAM PERU COMERCIAL S.A.C.	\$ 4,578,284	1.50%
9	AGROMAX INTERNATIONAL S.A.C.	\$ 4,496,182	1.40%
10	APL AGROINDUSTRIAS PERU S.A.C.	\$ 827,609	0.30%
11	UNTAN CPM S.A.C.	\$ 1,012,560	0.30%
12	SOCIEDAD MERCANTIL (EXPORTACION) SA	\$ 731,783	0.20%
13	TECNACORP S.A.C	\$ 255,951	0.10%
14	AGRODET S.A.C.	\$ 246,758	0.10%
15	TRANSPACIFICO-WARI S.A.C.	\$ 229,000	0.10%
16	PEBANI INVERSIONES SA	\$ 212,450	0.10%
17	BIOSOLGAR S.A.C.	\$ 99,232	0.00%
18	COLOREXA SAC	\$ 35,385	0.00%
19	FRUCTUS TERRUM S.A.	\$ 2,171	0.00%
20	PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.	\$ 1,230	0.00%
21	UNIQUE S.A.	\$ 1,061	0.00%
22	3Z OPERADOR LOGISTICO AGROINDUSTRIAL SAC	\$ 844	0.00%
23	COMERCIALIZADORA EL GRANERO E.I.R.L.	\$ 796	0.00%
24	AGROINDUSTRIAS OSHO S.A.C.	\$ 715	0.00%

Nota. La tabla presenta el valor FOB de las exportadoras de tara como insumo y su participación

Fuente Veritrade (2023)

Elaboración propia

Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión de la población:

Empresas exportadoras de tara como materia prima o insumo.

Con experiencia en el rubro no menor de dos años.

Con Valor FOB no menor a \$ 250,000 al año.

Con comercio en exportación con frecuencia.

Criterio de exclusión de la población:

Empresas no exportadoras.

Empresas exportadoras que no exporten tara como materia prima o insumo.

Empresas exportadoras de tara con experiencia en el rubro menor a dos años.

Con Valor FOB menor a \$ 250,000 al año.

Con comercio en exportación eventuales.

3.2.2 La muestra:

Carrasco (citado por Herrejón, 2022) menciona que la muestra es una porción representativa del total de una población. Para este estudio se realizó un muestreo no probabilístico, porque la clasificación de los objetos de análisis no depende de la probabilidad estadística, pero sí de la decisión del investigador basado a características y propósitos del estudio.

Por ello se obtuvo la muestra a través de las técnicas de muestreo por cuotas y *snow ball* (bola de nieve), desde el punto de vista de Hernández (2019), con referente a la primera técnica, la población se estratificó de acuerdo con los criterios de inclusión y exclusión, en cuanto a la segunda técnica, este grupo pequeño de exportadoras se hizo muy difícil de acceder a los miembros, especialistas o representantes, quienes dudan en brindar información completa y necesaria para esta investigación, por ello se buscó a los objetos seleccionados que inviten a participar a sus conocidos del mismo rubro para completar la muestra.

Finalmente, se logró clasificar el tamaño de la muestra a 10 empresas exportadoras de tara peruana ubicadas en Lima y que, actualmente, tienen participación significativa en el mercado exterior.

Tabla 12*Tamaño de la muestra conformada por 10 exportadoras*

N°	EMPRESAS EXPORTADORAS	Participación
1	EXANDAL S.A.C.	28.7%
2	SILVATEAM PERU S.A.C.	26.2%
3	MOLINOS ASOCIADOS SAC	17.9%
4	EXPORTADORA EL SOL S.A.C.	14.9%
5	ARGOS EXPORT S.A.	3.8%
6	VALLE FRESCO S.A.C.	2.6%
7	PRODUCTOS NATURALES DE EXPORTACION S.A.	1.9%
8	SILVATEAM PERU COMERCIAL S.A.C.	1.5%
9	AGROMAX INTERNATIONAL S.A.C.	1.4%
10	APL AGROINDUSTRIAS PERU S.A.C.	0.3%

Nota. La tabla presenta las 10 exportadoras con mayor participación en el mercado

Fuente Veritrade (2023)

Elaboración propia

En cuanto al procedimiento que se siguió para recolectar información necesaria para la investigación, es de la siguiente manera:

- Primero, se procedió con la verificación y validación del cuestionario, con el fin de alcanzar la medición de la información requerida y necesaria para este estudio.
- Segundo, se identificó todos los medios de comunicación de las 10 exportadoras de tara peruana ubicadas en Lima.
- Tercero, se buscó información estadística de las exportadoras de tara mediante la página web de la Cámara de comercio de Lima, Veritrade y Agrodataperú.
- Cuarto, se envió la información a las exportadoras, por medio de correos, Messenger, llamadas y mensajes por WhatsApp, donde se les informó acerca del estudio que se deseaba realizar en su organización y se les explicó que la recolección de datos (cuestionario) sería al representante, especialista o personal encargado de las

exportaciones, del cual sólo se pudo obtener información de dos unidades de parte del personal interno.

-Quinto, al no tener mucho éxito en localizar al especialista de las entidades, se optó en hacer la encuesta de manera presencial, por lo cual, se pudo recolectar datos del personal interno de tres unidades más.

-Finalmente, sólo se pudo recolectar datos de cinco empresas exportadoras, los cuales se procedió a tabular, analizar e interpretarlos.

3.3 Técnicas de recolección de datos

Técnica:

Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos, ya que permite recaudar información para realizar un análisis detallado y minucioso de un grupo de datos recolectados en el trabajo de campo, a través de programas estadísticos, según Casa (citado por Celis, 2023). Además, la encuesta se aplicó mediante un cuestionario dirigido a un grupo de exportadoras de tara, con el fin de adquirir valioso conocimiento.

Instrumento:

Se elaboró un cuestionario como instrumento de recolección de datos, ya que permite obtener información cuantitativa de manera práctica, confiable y de acuerdo con los resultados se puede identificar la relación entre variables, esto debido a que tiene enunciados de fácil entendimiento y opciones de respuesta en escala de Likert. Cada ítem se desarrolló basándose a la información de los antecedentes de investigación que está sustentado en el marco teórico de este estudio.

El cuestionario es estructurado, el cual considera las dos variables, cuatro dimensiones y 14 indicadores, además, este instrumento contiene 17 preguntas abiertas de control y está compuesto por 30 ítems donde todas son afirmaciones, los cuales se midieron con escala de Likert, que posibilita reunir las características necesarias para una óptima medición, como la confiabilidad y la validez. El cuestionario detallado se puede visualizar en el anexo 3, además, se explica en la siguiente tabla.

Tabla 13

Cuestionario: variables, dimensiones, indicadores e ítems

Variables	Dimensiones	Indicadores	Orientación de Ítems	Numeración de Ítems
Factores críticos	Demanda	Calidad de la tara	Positiva	1,2
		Consumidor destino	Positiva	3,4,5
		Crecimiento de la demanda	Positiva	6,7
	Producción	Manejo de cultivo	Positiva	8,9
		Mano de obra	Positiva	10,11,12
		Tecnología	Positiva	13,14,15
	Geografía	Clima	Positiva	16,17
		Suelo o tierra	Positiva	18,19,20
	Barreras comerciales	TLC	Positiva	21
		Aranceles	Positiva	22
Medida fitosanitaria		Positiva	23	
Exportaciones	Sin dimensionar	Cantidad total	Positiva	24,25
		Precio	Positiva	26,27,28
		Monto total	Positiva	29,30

Nota. La tabla representa la cantidad de ítems para los indicadores

Fuente: Elaboración propia

La escala de Likert es un método que se utiliza para cuestionar y medir actitudes de una persona en base a su nivel de acuerdo mediante una encuesta, por lo tanto, cada

ítem cuenta con 5 opciones de respuestas, al cual se les asignó un valor numérico. Ilustrado por Hernández (citado por Herrejón, 2022). Se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 14
Escala de Likert con nivel de acuerdo

TOTALMENTE EN DESACUERDO (TD)	EN DESACUERDO (ED)	ME ES INDIFERENTE (MI)	DE ACUERDO (DA)	TOTALMENTE DE ACUERDO (TA)
1	2	3	4	5

Nota. La tabla presenta las 5 opciones de respuestas de la escala de Likert

Fuente: Elaboración propia

3.3.1 Confiabilidad del instrumento

-La confiabilidad según Kerlinger y Howard (citados por Herrejón, 2022), explican el nivel en que un instrumento se aplica en muestras similares ocasiona resultados congruentes a través del tiempo, debido a su precisión y estabilidad.

-Coeficiente de consistencia interna de Alfa de Cronbach, según Quero (citados por Herrejón, 2022), es un método que ayuda a medir la fiabilidad de un instrumento con escala de medida tipo Likert (diferencial semántico), y la designación alfa fue ejecutado por Cronbach en 1951.

Para medir la confiabilidad del instrumento de recolección de datos de las variables propuestas en este estudio, se hizo un análisis de fiabilidad mediante el Alfa de Cronbach basados a los ítems del cuestionario en el estadístico SPSS, el propósito del uso de este tipo de evaluación según Herrera (1998), es medir el instrumento para obtener resultados consistentes, representativos y confiables, además menciona que ya es confiable cuando supera el 0.60. Se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 15*Cuadro de interpretación de Alfa de Cronbach*

Interpretación	Intervalos
Confiabilidad nula	0.00 - 0.53
Confiabilidad baja	0.54 - 0.59
Confiable	0.60 - 0.65
Muy confiable	0.66 - 0.71
Excelente confiabilidad	0.72 - 0.99
Confiabilidad perfecta	1

Nota. El cuadro detalla los rangos de confiabilidad

Fuente: Herrera (1998)

Elaboración propia

Tabla 16*Estadísticas de fiabilidad del instrumento - Alfa de Cronbach*

Variable	Dimensiones	Alfa de Cronbach	Nº de elementos
Factores críticos	La demanda	0.757	7
	La producción	0.926	8
	La geografía	0.625	5
	Las barreras comerciales	0.913	3
	Exportaciones	Sin dimensionar	0.924
Coeficiente de correlación del instrumento en general		0.958	30

Nota. Resultados obtenidos del cuestionario aplicado a empresas exportadoras de tara

Fuente: elaboración propia

En la tabla 16, se puede observar que el resultado general del instrumento tuvo un coeficiente de Alfa de Cronbach superior a 0.9, por lo tanto, se puede determinar que posee una buena y alta consistencia interna, es decir, los ítems de cada variable se correlacionan de manera adecuada, a pesar de que la dimensión geografía alcanzó un nivel confiable, a diferencia de las demás dimensiones que alcanzaron un nivel más alto. Entonces, se considera que se tiene una herramienta de excelente confiabilidad para el procedimiento de esta investigación. (ver los resultados en anexo 5).

3.3.2 Validez del instrumento

Es importante e indispensable la validez del instrumento de recolección de datos, con el objetivo de verificar si todos los ítems ayudan a comprender y medir las variables, y saber si tiene lógica que estén considerados en el cuestionario, por lo cual se consultó al juicio de dos expertos, profesionales de la Universidad de San Martín de Porres (USMP), con el grado académico de maestros, quienes poseen conocimiento y experiencia necesaria para la evaluación. Asimismo, los docentes evaluaron y validaron el cuestionario de acuerdo con los siguientes criterios; suficiencia, claridad, coherencia y relevancia. Las fichas de validación se pueden visualizar en el anexo 4. Después de la puntuación obtenida por parte de los expertos, se llevó a cabo un análisis factorial exploratorio para cada variable, mediante la rotación Varimax. El resultado detallado se puede visualizar en el anexo 6.

Tabla 17

Matriz de componente para las variables de estudio - Varimax

Variable	Componente 1
Factores críticos	0.992
Exportaciones	0.992

Nota. Resultados obtenidos del cuestionario aplicado a las exportadoras de tara.

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 17, se puede apreciar la matriz de componente, donde arrojó valores positivos mayores a 0.9 para ambas variables, esta cifra indica que los ítems del cuestionario explican y ayudan a medir en más de un 99%, además, se comprueba que tiene lógica y pertinencia, por ello, se puede indicar que se tiene un instrumento de excelente validez, por lo cual, cuenta con enunciados adecuados y necesarios para medir ambas variables de estudio.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Para el procesamiento de los datos obtenidos en el trabajo de campo, se empleó el programa estadístico SPSS, ya que es un sistema extenso y flexible para la codificación, interpretación, presentación, análisis y diagnóstico de los resultados para tomar decisiones acertadas, como lo indica Hernández (citado por Alarcón, 2018). Con respecto a las estrategias estadísticas para el procesamiento de datos, se emplearon las estadísticas descriptiva e inferencial. Daniel (2019) lo determina de la siguiente manera: La primera estadística, permite resumir, describir y mostrar las características de un grupo de datos en base a tablas y gráficos, con el propósito de hallar las medidas de tendencia central (media y mediana), medidas de dispersión (varianza y desviación estándar), además de las medidas de forma (asimetría y curtosis), los cuales son interpretados mediante el análisis exploratorio, este análisis ayuda a descubrir el tipo de distribución que exponen los datos y que tan dispersos se encuentran.

Para reforzar la interpretación se ejecutó un análisis descriptivo, a través de la información obtenida en tablas de frecuencias.

En cuanto a la segunda estadística, permite estimar, predecir o generalizar los rasgos distintivos de la población en base a la muestra de estudio, por ello se desarrolla la prueba de normalidad, donde se puede identificar el nivel de alfa de las variables y decidir en base a los resultados, si se debe aceptar o se rechaza la hipótesis nula, también permite identificar el tipo de distribución que presenta los datos para establecer el uso de la prueba paramétrica o no paramétrica. Asimismo, esta técnica permite realizar pruebas de correlación de Pearson por cada hipótesis planteada, con la finalidad de identificar el tipo de relación que existe entre las variables de estudio, estos resultados se muestran a través de tablas y gráficos de dispersión.

Por otra parte, para verificar la confiabilidad y validez del instrumento, se requiere de un análisis de fiabilidad, mediante la técnica de Alfa de Cronbach y para el análisis de validez, se requiere del análisis factorial exploratorio, mediante la rotación Varimax.

3.5 Aspectos éticos

Esta investigación respeta los principios jurídicos y éticos como la originalidad, la propiedad intelectual y la confiabilidad dado por las partes involucradas, que son la USMP, los autores de investigaciones previas y las empresas exportadoras de tara.

En este estudio, se cumplió y respetó con los principios éticos que rige la universidad, como pilares para la creación y desarrollo de todo trabajo de investigación que contribuyan al progreso socio económico, científico, tecnológico y bienestar del país, además de aportar mayores conocimientos sobre los temas tratados y que sirva como precedente para futuros estudios o de manera informativa para las empresas.

Del mismo modo, esta investigación se realizó en base a todos los lineamientos propuestos por la institución, con referente a la información extraída de las diversas fuentes, lo cual, se ha respetado la propiedad intelectual de los autores de las investigaciones, mediante la correcta citación según las normas APA 6ta edición.

Asimismo, se respetó a los objetos de investigación con respecto a la información que brindaron, ya que se ha mantenido la libertad del personal de las exportadoras a responder por voluntad propia el cuestionario solicitado, además, debido a que las preguntas y enunciados que se plantearon no estuvieron hechas con calificativos negativos, de la misma manera, el grupo de datos recolectados son confidenciales, fueron empleados exclusivamente con fines académicos y siempre se buscó cuidar la imagen de las empresas exportadoras de tara peruana.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Resultados de la investigación

En este capítulo, se presentan los principales resultados alcanzados, en base a la aplicación del cuestionario y procesamiento de los datos en el programa estadístico SPSS, a fin de hallar respuesta a los problemas expuestos en esta investigación. En primer lugar, se presenta la descripción de la muestra basados a las preguntas de control realizadas a las exportadoras encuestadas, seguido del análisis exploratorio y descriptivo para cada variable, posteriormente, se encuentra la prueba de normalidad y la prueba de correlación por cada hipótesis formulada.

4.1 Descripción de la muestra

Para esta investigación, se pudo obtener información de la muestra conformada por 5 entidades exportadoras de tara peruana ubicadas en Lima, en los distritos de; Santa Anita, cercado de Lima y San Juan de Lurigancho, los cuales se caracterizan por ser exportadoras de tara en polvo, goma de tara y otros insumos similares, con valor FOB entre \$250 mil a \$30 millones anual y con destino a los principales países de China y Estados Unidos como los más frecuentes. Además, estas entidades cuentan con experiencia en el rubro como mínimo 10 años y con un máximo de 66 años, y el origen de las principales productoras que los abastece están ubicados en la región sierra y costa. Para complementar la información se elaboró tablas de frecuencias con los datos obtenidos de las preguntas de control realizadas en el cuestionario. Los resultados se pueden observar en el anexo 7, además se explica en las siguientes tablas:

Tabla 18*Muestra clasificada de las exportadoras encuestadas I*

Preguntas de control	Opciones	N=5	%
Rubro de la empresa	Sólo tara	0	0%
	Tara y productos agrícolas	3	60%
	Tara y productos agrícolas y otros	2	40%
Años de la empresa como exportador	05 - 20 años	3	60%
	21 - 35 años	0	0%
	36 - 50 años	0	0%
	51 - 65 años	1	20%
	66 años a más	1	20%
Tipo de insumo que exporta	Tara en polvo	0	0%
	Goma de tara	1	20%
	Ambos productos	4	80%
Región origen de productoras que los abastece	Región Costa	1	20%
	Región Sierra	2	40%
	Región Selva	0	0%
	Región Costa y Sierra	2	40%
País destino que realizan exportaciones de tara en polvo	Otros	0	0%
	China	2	40%
	Italia	1	20%
	Brasil	1	20%
País destino que realizan exportaciones de goma de tara	Otros	1	20%
	Estados Unidos	2	40%
	Italia	1	20%
	Japón	1	20%
	Otros	1	20%

Nota. Resultados obtenidos del cuestionario aplicado a las empresas exportadoras de tara.

N = número de muestra. % = porcentaje.

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 18, se puede afirmar que, en base a las respuestas obtenidas por los encuestados, la mayoría de las entidades exportan tara en polvo y goma de tara como insumo, además, tienen más de 10 años en el rubro, cabe mencionar que la mayor parte de las productoras de origen se ubican en la sierra, y en cuanto a los países destinos más importantes de tara en polvo es China y de la goma de tara es EE. UU.

Tabla 19*Muestra clasificada de las exportadoras encuestadas II*

Preguntas de control	Opciones	N=5	%
Cantidad exportada de tara en polvo en tonelada en el 2022	0000 TN - 1,000 TN	2	40%
	1,001 TN - 3,000 TN	1	20%
	3,001 TN - 5,000 TN	1	20%
	5,001 TN - 7,000 TN	0	0%
	7,001 TN a más	1	20%
Cantidad exportada de tara en goma en tonelada en el 2022	001 TN – 200 TN	3	60%
	201 TN – 400 TN	1	20%
	401 TN – 600 TN	1	20%
	601 TN – 800 TN	0	0%
	801 TN a más	0	0%
Precio de la tara en polvo en el 2022	\$1.00 - \$1.50	1	20%
	\$1.51 - \$2.00	4	80%
	\$2.01 - \$3.00	0	0%
	\$3.01 a más	0	0%
Precio de la tara en goma en el 2022	\$10 - \$20	1	20%
	\$21 - \$30	2	40%
	\$31 - \$40	2	40%
	\$41 a más	0	0%
Valor FOB \$ de tara en polvo en el 2022	\$ 0 - \$ 5'000,000	3	60%
	\$ 5'000,001 - \$ 10'000,000	1	20%
	\$ 10'000,001 - \$ 15'000,000	1	20%
	\$ 15'000,001 - \$ 20'000,000	0	0%
	\$ 20'000,001 a más	0	0%
Valor FOB \$ de tara en goma en el 2022	\$ 250,000 - \$ 5'000,000	3	60%
	\$ 5'000,001 - \$ 10'000,000	1	20%
	\$ 10'000,001 - \$ 15'000,000	0	0%
	\$ 15'000,001 - \$ 20'000,000	1	20%
	\$ 20'000,001 a más	0	0%

Nota. Resultados obtenidos del cuestionario aplicado a las empresas exportadoras de tara.

N = número de muestra. % = porcentaje.

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 19, se puede apreciar que, la cantidad exportada en toneladas de la goma de tara es menor a la tara en polvo, en cuanto al precio de la goma de tara es más alto comparado a la tara en polvo, finalmente, el valor FOB\$ de ambos productos es similar, esto debido a que el valor de la goma de tara es mayor a la tara en polvo.

4.2 Análisis exploratorio

Daniel (2019) indica que los valores obtenidos ayudan a caracterizar una muestra, para ello existen diferentes indicadores que sirven para describir resumir e interpretarlos, por consiguiente, se explica las medidas de tendencia central, las medidas de dispersión y las medidas de forma:

-Media (\bar{X}): es el resultado del promedio de un grupo de datos, lo cual permite comparar el punto de equilibrio de una muestra.

-Mediana (Me): es el valor que se encuentra en medio del conjunto de datos ordenados, es decir que la mitad de un lado es menor y la mitad del otro lado es mayor.

-La varianza (s^2), es la diferencia entre dato y dato de una serie de números respecto a su media con el fin de medir la dispersión del conjunto de datos. Cuanto más elevado el valor de la varianza, indica que se encuentra alejado de la media.

-Desviación estándar (s), se obtiene al calcular la raíz cuadrada de la varianza, por lo general, es mayor o igual a cero, además, se expresa en unidades de variable.

-Asimetría: la simetría es cuando el valor de la media, mediana y moda son iguales ($\bar{X} = Me = Mo$), con referente a la asimetría positiva, es cuando las mayores frecuencias están asociadas con los valores menores que se ubican del lado izquierdo de la figura, por lo cual, en el lado derecho aparece un sesgo debido a que los valores mayores tienen las menores frecuencias ($Mo < Me < \bar{X}$), por ende, para la asimetría negativa, es cuando las mayores frecuencias están asociadas con los valores mayores que se ubican del lado derecho de la figura, por lo cual, en el lado izquierdo aparece un sesgo debido a que los valores menores tienen las menores frecuencias ($Mo > Me > \bar{X}$). Se toma en cuenta el coeficiente cercano de ± 0.5 aprox., como una distribución simétrica.

-Curtosis: es una forma de comparar verticalmente una distribución de frecuencias. Si el coeficiente es cero se tiene una distribución normal estándar llamada mesocúrtica (curtosis = 0), si el coeficiente es positivo (curtosis > 0) se tiene una distribución leptocúrtica (frecuencias alargadas), es decir, presenta un decaimiento abrupto hacia uno u otro lado de la media y si el coeficiente es negativo (curtosis < 0) se tiene una distribución platicúrtica (frecuencias achatadas), en consecuencia, presenta un decaimiento lento hacia uno u otro lado de la media. Del mismo modo sucede con la asimetría, es poco probable obtener un coeficiente de curtosis cero, por lo cual se suele aceptar valores cercanos de ± 0.5 aproximadamente como una distribución mesocúrtica. Para complementar la información se puede visualizar el anexo 8.

Se ejecutó el análisis exploratorio, con el propósito de comprender la coherencia de los datos recolectados, a través del cuestionario realizado a las exportadoras. Este tipo de análisis permite sintetizar las características del conjunto de datos mediante tablas y gráficos, por lo cual, se puede conocer los valores de las medidas de tendencia central (\bar{X} y Me), medidas de dispersión (s^2 y s) y medidas de forma (asimetría y curtosis), con el fin de descubrir el tipo de distribución y que tan dispersos se encuentran los datos.

Los resultados obtenidos de la SPSS se pueden visualizar en el anexo 9, además, se muestra los resultados más relevantes obtenidos para las variables y cada una de las dimensiones de estudio en las siguientes tablas.

4.2.1 Análisis exploratorio de las variables

Tabla 20

Estadística descriptiva de las variables

	Factores críticos	Exportaciones
Media (\bar{X})	3.590	2.943
Mediana (Me)	3.434	2.857
Varianza (s^2)	0.121	0.373
Desv. Estándar (s)	0.348	0.611
Asimetría	0.197	0.139
Curtosis	-2.481	-2.903
Mínimo	3.180	2.290
Máximo	3.950	3.570

Nota. Resultados obtenidos del cuestionario aplicado a las exportadoras de tara

Fuente: Elaboración propia

Para la evaluación de las variables, se puede apreciar en la tabla 20, que el promedio de los puntajes totales que se obtuvo mediante la aplicación del instrumento a las exportadoras presenta una variación menor a 1 punto por encima o debajo del promedio, es decir, que indica una gran agrupación alrededor de la media, por lo tanto, es bastante significativa (comportamiento homogéneo o regular de los datos).

Asimismo, se puede confirmar que los coeficientes de ambas variables presentan una distribución simétrica positiva, dado que la cifra obtenida es menor a 0.5, es decir, que la distribución de ambas variables presentan mayores frecuencias asociados con los valores centrales y con un ligero sesgo hacia el lado derecho. Mientras la curtosis para ambas variables es negativas y menor a cero, evidencia la presencia de una curva platicúrtica (achatada), donde indica que la distribución está más aplanada que la normal, es decir, presenta un decaimiento lento hacia uno u otro lado de la media.

4.2.2 Análisis exploratorio de las dimensiones

Tabla 21

Estadística descriptiva de las dimensiones

	Demanda	Producción	Geografía	Barreras comerciales
Media (\bar{X})	3.171	3.350	4.040	3.800
Mediana (Me)	3.286	3.125	4.200	3.666
Varianza (s^2)	0.076	0.370	0.048	0.256
Desv. Estándar (s)	0.275	0.608	0.219	0.505
Asimetría	-1.517	0.397	-0.609	0.315
Curtosis	2.608	-3.077	-3.333	-3.081
Mínimo	2.710	2.750	3.800	3.330
Máximo	3.430	4.000	4.200	4.330

Nota. Resultados obtenidos del cuestionario aplicado a las exportadoras de tara.

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la evaluación de las dimensiones, se puede distinguir en la tabla 21, que el promedio de los puntajes totales que se obtuvo de la encuesta a las exportadoras mediante el instrumento refleja que los datos presentan una variación menor a 1 punto por encima o debajo del promedio, es decir, que indica una baja dispersión alrededor de la media, para las 4 dimensiones, por lo tanto, son bastante significativas (comportamiento homogéneo o regular de los datos).

Con respecto al análisis de la primera dimensión, se puede asegurar que el coeficiente refleja una distribución asimétrica negativa, dado que la cifra es menor a cero, es decir, que la distribución de la demanda presenta un sesgo hacia el lado izquierdo, y las mayores frecuencias están asociadas a los valores mayores. Mientras que la curtosis es positiva, dado que el coeficiente es mayor a cero, esto evidencia la presencia de una curva leptocúrtica (alargada), donde indica que la distribución es más alta que la distribución normal, es decir, presenta un decaimiento abrupto hacia uno u otro lado de la media.

Del mismo modo, para el análisis de la segunda dimensión se puede confirmar que el coeficiente presenta una distribución simétrica positiva, dado que la cifra obtenida es menor a 0.5, es decir, que la distribución de la producción presentan las mayores frecuencias asociadas con los valores centrales y con un ligero sesgo hacia el lado derecho. Mientras que la curtosis es negativa, dado que el coeficiente es menor a cero, esto evidencia la presencia de una curva platicúrtica (achatada), donde refleja que la distribución está más aplanada que la normal, es decir, presenta un decaimiento lento hacia uno u otro lado de la media.

De igual manera, para el análisis de la tercera dimensión se puede observar que el coeficiente presenta una distribución asimétrica negativa, dado que la cifra es menor a cero, es decir, que la distribución de la geografía presenta un sesgo hacia el lado izquierdo, y las mayores frecuencias están asociadas a los valores mayores. Igualmente presenta una curtosis negativa, por tanto, el coeficiente es menor a cero, esto evidencia la presencia de una curva platicúrtica (achatada), donde refleja que la distribución está más aplanada que la normal, es decir, presenta un decaimiento lento hacia uno u otro lado de la media.

Por último, para el análisis de la cuarta dimensión se puede asegurar que el coeficiente refleja una distribución simétrica positiva, dado que la cifra es menor a 0.5, es decir, que la distribución de las barreras comerciales presentan mayores frecuencias asociadas con los valores centrales y con un ligero sesgo hacia el lado derecho. Mientras que la curtosis es negativa, dado que el coeficiente es menor a cero, esto evidencia la presencia de una curva platicúrtica (achatada), donde refleja que la distribución está más aplanada que la normal, es decir, presenta un decaimiento lento hacia uno u otro lado de la media.

4.3 Análisis descriptivo

Se ejecutó este tipo de estrategia con el propósito de describir, resumir y presentar las singularidades de un grupo de datos obtenidos mediante un cuestionario estructurado de escala tipo Likert 5 puntos con nivel de acuerdo, además se consiguió una mejor comprensión, interpretación y conclusiones valederas, por medio de la información acopiada en tablas de frecuencias para las variables independiente, dependiente y por cada una de las dimensiones presentadas en esta investigación. (Daniel, 2019). (Visualizar en el anexo 10).

4.3.1 Análisis descriptivo de la variable: Factores críticos

Para conocer si la frecuencia de las exportaciones de tara de las entidades encuestadas está vinculada con cada uno de los indicadores de las cuatro dimensiones de la variable factores críticos, por lo tanto, se presenta el análisis, mediante la elaboración de tablas de frecuencias, en las que se agrupó y promedió la frecuencia de las exportadoras que indican en qué grado se asocia con cada indicador. Se explica en las siguientes tablas.

Tabla 22
Frecuencias de la dimensión demanda

Indicadores	Opciones	N=5	%
Calidad de la tara	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	0.0	0.0%
	Me es indiferente	1.0	20.0%
	De acuerdo	4.0	80.0%
Consumidor destino	Totalmente de acuerdo	0.0	0.0%
	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	1.7	33.3%
	Me es indiferente	3.3	66.7%
Crecimiento de la demanda	De acuerdo	0.0	0.0%
	Totalmente de acuerdo	0.0	0.0%
	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	1.0	20.0%
	Me es indiferente	1.5	30.0%
	De acuerdo	2.5	50.0%
	Totalmente de acuerdo	0.0	0.0%

Nota. Resultados obtenidos del cuestionario aplicado a las exportadoras de tara peruana

N = muestra. % porcentaje

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 22, se puede apreciar el total de las exportadoras encuestadas, donde la mayoría están de acuerdo en que la tara es un producto de calidad y ecológica, por lo cual origina un crecimiento gradual en la demanda, debido a la necesidad del comprador de un insumo amigable con el medio ambiente, a pesar de ello, para la mayoría le es indiferente la preferencia del consumidor destino, ya que no existe gran competencia de este insumo y se encuentra pocos productos sustitutos en el mercado internacional.

Tabla 23
Frecuencias de la dimensión producción

Indicadores	Opciones	N=5	%
Manejo de cultivo	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	1.0	20.0%
	Me es indiferente	4.0	80.0%
	De acuerdo	0.0	0.0%
	Totalmente de acuerdo	0.0	0.0%
Mano de obra especializada	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	2.0	40.0%
	Me es indiferente	1.7	33.3%
	De acuerdo	1.3	26.7%
	Totalmente de acuerdo	0.0	0.0%
Tecnología	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	0.0	0.0%
	Me es indiferente	1.0	20.0%
	De acuerdo	2.0	40.0%
	Totalmente de acuerdo	2.0	40.0%

Nota. Resultados obtenidos del cuestionario aplicado a las exportadoras de tara peruana

N = muestra. % porcentaje

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 23, se puede visualizar el total de las exportadoras encuestadas, donde la gran mayoría le es indiferente el manejo del cultivo de la tara, ya que no se requiere de un intensivo proceso productivo por ser una especie rústica, por otro lado, es necesario mencionar que se requiere de la ampliación de las plantaciones del árbol de tara para aumentar la capacidad productiva de las productoras. Con referente a la mano de obra especializada la mayoría están en desacuerdo, es decir, que para recolectar las vainas de tara no hay límites de edad, ni sexo, ni experiencia, sólo se necesita personal disponible en recolectar con mucho cuidado el producto. En cuanto a la tecnología, la mayor parte de los exportadores están entre “De acuerdo y

totalmente de acuerdo”, cabe resaltar que este indicador está vinculado con el proceso químico de la tara como insumo, esto quiere decir que las exportadoras no se enfocan en especializar a su personal, ya que trabajan con tecnología avanzada, donde todo el proceso productivo es computarizado y automatizado.

Tabla 24
Frecuencias de la dimensión geográfica

Indicadores	Opciones	N=5	%
Clima	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	0.0	0.0%
	Me es indiferente	1.0	20.0%
	De acuerdo	4.0	80.0%
Suelo o tierra	Totalmente de acuerdo	0.0	0.0%
	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	0.0	0.0%
	Me es indiferente	0.0	0.0%
	De acuerdo	4.0	80.0%
	Totalmente de acuerdo	1.0	20.0%

Nota. Resultados obtenidos del cuestionario aplicado a las exportadoras de tara peruana

N = muestra. % porcentaje

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 24, se puede apreciar el total de las exportadoras encuestadas, en la cual, la gran mayoría están de acuerdo en que la diversidad climática que presenta el territorio peruano es un indicador relevante, ya que el árbol de tara se puede adecuar en cualquier región, también están de acuerdo en que el suelo es un indicador importante, ya que existe suficiente territorio adecuado, nutrido y fértil para aumentar las plantaciones de este árbol, con el fin de incrementar la producción.

Tabla 25
Frecuencias de la dimensión barreras comerciales

Indicadores	Opciones	N=5	%
TLC	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	0.0	0.0%
	Me es indiferente	0.0	0.0%
	De acuerdo	3.0	60.0%
	Totalmente de acuerdo	2.0	40.0%
Aranceles	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	2.0	40.0%
	Me es indiferente	3.0	60.0%
	De acuerdo	0.0	0.0%
	Totalmente de acuerdo	0.0	0.0%
Medida fitosanitaria	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	0.0	0.0%
	Me es indiferente	0.0	0.0%
	De acuerdo	3.0	60.0%
	Totalmente de acuerdo	2.0	40.0%

Nota. Resultados obtenidos del cuestionario aplicado a las exportadoras de tara peruana

N = muestra. % porcentaje

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 25, se puede observar el total de las exportadoras encuestadas, en la cual la mayoría sostienen que están de acuerdo con la importancia de la firma del TLC con países del primer mundo, este tratado favorece a las exportadoras peruanas a consolidarse y desarrollarse en diversos mercados. De la misma forma, la medida fitosanitaria es un indicador de suma importancia para garantizar al importador que el producto cuenta con buenas condiciones sanitarias, por ello la gran mayoría están de acuerdo. Con respecto a los aranceles, para la mayoría le es indiferente, debido a que los impuestos que pagan los importadores de tara como insumo no han limitado la creciente demanda del producto.

Tabla 26
Frecuencias de la variable factores críticos

Dimensiones	Opciones	N=5	%
Demanda	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	0.9	17.8%
	Me es indiferente	1.9	38.9%
	De acuerdo	2.2	43.3%
	Totalmente de acuerdo	0.0	0.0%
Producción	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	1.0	20.0%
	Me es indiferente	2.2	44.4%
	De acuerdo	1.1	22.2%
	Totalmente de acuerdo	0.7	13.3%
Geografía	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	0.0	0.0%
	Me es indiferente	0.5	10.0%
	De acuerdo	4.0	80.0%
	Totalmente de acuerdo	0.5	10.0%
Barreras comerciales	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	0.7	13.3%
	Me es indiferente	1.0	20.0%
	De acuerdo	2.0	40.0%
	Totalmente de acuerdo	1.3	26.7%

Nota. Resultados obtenidos del cuestionario aplicado a las exportadoras de tara peruana

N = muestra. % porcentaje

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 26, se evalúa un resumen de las frecuencias de las 4 dimensiones de la variable factores críticos, en el cual se evidencia que la gran mayoría de las exportadoras encuestadas están de acuerdo con la importancia de la dimensión geografía, por la diversidad climática y el suelo o tierra fértil que presenta el territorio peruano, además el 40% aprox., están de acuerdo en que la demanda y las barreras comerciales son factores necesarios para una fluida comercialización con el exterior, En cuanto al proceso productivo le es indiferente para la mitad de las entidades, ya que este indicador depende de la capacidad de producción de las productoras.

4.3.2 Análisis descriptivo de la variable: Exportaciones

Para identificar si la frecuencia de las de las exportaciones de tara de las exportadoras encuestadas están vinculadas con cada uno de los indicadores de la variable exportaciones, se presenta el análisis, mediante la elaboración de una tabla de frecuencia, en las que se agrupó y promedió la frecuencia de las entidades que indican en qué medida se asocia con cada indicador. Se explica en la siguiente tabla.

Tabla 27
Frecuencias de la variable exportaciones

Indicadores	Opciones	N=5	%
Cantidad total	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	2.0	40.0%
	Me es indiferente	2.0	40.0%
	De acuerdo	1.0	20.0%
	Totalmente de acuerdo	0.0	0.0%
Precio	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	1.3	26.7%
	Me es indiferente	1.7	33.3%
	De acuerdo	2.0	40.0%
	Totalmente de acuerdo	0.0	0.0%
Monto total	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	1.0	20.0%
	Me es indiferente	4.0	80.0%
	De acuerdo	0.0	0.0%
	Totalmente de acuerdo	0.0	0.0%
Resultados generales de los indicadores	Totalmente en desacuerdo	0.0	0.0%
	En desacuerdo	1.4	28.9%
	Me es indiferente	2.6	51.1%
	De acuerdo	1.0	20.0%
	Totalmente de acuerdo	0.0	0.0%

Nota. Resultados obtenidos del cuestionario aplicado a las exportadoras de tara peruana

N = muestra. % porcentaje

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 27, se puede visualizar el total de las exportadoras encuestadas, donde la mayor parte están entre “En desacuerdo y me es indiferente” con relación al primer indicador, es decir, la cantidad total exportada de tara en toneladas depende de la capacidad de producción de las productoras, por ello, empresarios peruanos adaptaron este árbol en la región costa (su origen es la región sierra), con la finalidad de ampliar la capacidad de exportación de este insumo.

Del total de las exportadoras encuestadas la mitad de ellos indican estar de acuerdo con el segundo indicador, si bien es cierto que el precio lo calculan y manejan las exportadoras, esto varía porque depende del acceso del producto, ya sea por la logística (transporte), los meses de abundante o poca cosecha, la fluctuación del tipo de cambio, también depende de la demanda del comprador, se puede mencionar como ejemplo en los años de pandemia (Covid19) la magnitud de la demanda de este insumo fue muy grande, por ello el precio de la goma de tara aumentó en ese periodo.

Del total de las exportadoras encuestadas la gran mayoría expresan que le es indiferente el total del valor FOB exportado, este tercer indicador está vinculado al análisis de la cantidad exportada y el precio del insumo.

Para la variable exportaciones se realizó un resumen de las frecuencias, donde se evidencia que la mitad de las exportadoras encuestadas le es indiferente el vínculo con los 3 indicadores mencionados, esto debido a que las exportaciones del insumo dependen de capacidad de producción de las productoras, para abastecer la demanda insatisfecha, ya que existe poca competencia y reducidos productos sustitutos en el mercado internacional de este insumo.

4.4 Contrastación de hipótesis

Con el objetivo de conocer si se debe rechazar la hipótesis nula o aceptar la hipótesis alterna, se desarrolló la prueba de normalidad para cada variable de estudio y para comprender el tipo de correlación que existe entre las variables y las dimensiones, se hallaron las correlaciones para cada hipótesis planteada.

4.4.1 Prueba de normalidad

En esta investigación se hizo un análisis de normalidad, a través de la prueba estadística de Shapiro Wilk, ya que la muestra es menor a 50 elementos además Rufino (2008) menciona que ayuda a evaluar si el conjunto de datos está distribuida de manera normal, con el propósito de reconocer el nivel de alfa de las variables y así determinar si se acepta o rechaza la hipótesis nula, por ende, saber si es una prueba paramétrica o no paramétrica y constatar que tanto se asemeja o difiere la distribución de los datos observados con relación a lo esperado. Se muestra los resultados de la prueba en el anexo 11, además, se explica en la siguiente tabla.

Tabla 28
Pruebas de normalidad - Shapiro Wilk

Variable	Shapiro Wilk		
	Estadístico	N	Sig.
Factores críticos	0.850	5	0.195
Exportaciones	0.855	5	0.212

Nota. Resultados obtenidos del cuestionario aplicado a las exportadoras de tara.

N = muestra. Sig. = nivel de significancia

Fuente: Elaboración propia.

Hipótesis para la variable factores críticos:

H0: Los datos de la variable se ajustan a una distribución normal.

H1: Los datos de la variable no se ajustan a una distribución normal.

Hipótesis para la variable exportaciones:

H0: Los datos de la variable tienen una distribución normal.

H1: Los datos de la variable no tienen una distribución normal.

Regla de decisión:

Si valor $p \geq 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H0)

Si valor $p < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula (H0)

Como se puede apreciar en la tabla 28, la variable factores críticos y la variable exportaciones, mediante la prueba de Shapiro Wilk, evidenciaron un nivel de significancia mayor a 0.05 y según la regla de decisión, si $p > 0.05$ se acepta la hipótesis nula (H0) y se rechaza la hipótesis alterna (H1). En base a estos resultados, se puede afirmar que las cifras de ambas variables reflejan una distribución normal, por ello se aplicó pruebas estadísticas paramétricas, como la prueba de correlación del coeficiente "r" de Pearson.

4.4.2 Prueba de correlación de Pearson

Debido a los resultados de la prueba de normalidad, se presentan las pruebas de coeficiente de correlación “r” de Pearson para cada una de las hipótesis propuestas en esta investigación, se efectuó la prueba paramétrica, mediante el estadístico SPSS. Los resultados de las pruebas de contrastación se pueden visualizar en el anexo 12.

Tabla 29
Cuadro de interpretación - Pearson

Rango	Interpretaciones de acuerdo con los resultados	
-1	Correlación negativa perfecta	Relación inversa
-0.90 a -0.99	Correlación negativa muy fuerte	Relación negativa
-0.75 a -0.89	Correlación negativa fuerte	Relación negativa
-0.50 a -0.74	Correlación negativa media	Relación negativa
-0.25 a -0.49	Correlación negativa débil	Relación negativa
-0.10 a -0.24	Correlación negativa muy débil	Relación negativa
-0.09 a -0.09	No existe correlación alguna	Independencia completa
+0.10 a +0.24	Correlación positiva muy débil	Relación positiva
+0.25 a +0.49	Correlación positiva débil	Relación positiva
+0.50 a +0.74	Correlación positiva media	Relación positiva
+0.75 a +0.89	Correlación positiva fuerte	Relación positiva
+0.90 a +0.99	Correlación positiva muy fuerte	Relación positiva
+1	Correlación positiva perfecta	Relación directa

Nota. La tabla presenta el grado de correlación del coeficiente.

Fuente: Hernández (citado por Herrejón, 2022)

Elaboración propia

Nivel de significancia:

-Si valor $p > 0.05$ () = No existe relación.

-Si valor $p \leq 0.05$ (*) = Existe una relación significativa con el 95% de confianza.

-Si valor $p \leq 0.01$ (**) = Existe una relación muy significativa con el 99% de confianza.

Determinar los factores críticos que se relacionan con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

Para hallar el tipo de relación que existe entre las variables, se llevó a cabo la prueba de correlación de Pearson y el gráfico de dispersión para la hipótesis general.

Hipótesis:

H0= Los factores críticos que no se relacionan con las exportaciones de tara peruana en el 2023 son la demanda, la producción, la geografía y las barreras comerciales.

H1= Los factores críticos que se relacionan con las exportaciones de tara peruana en el 2023 son la demanda, la producción, la geografía y las barreras comerciales.

Criterio de decisión:

Si valor $p > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H0) y se rechaza la hipótesis alterna (H1).

Si valor $p < 0.05$, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0).

Tabla 30
Correlación de Pearson para la hipótesis general

Variables		1	2
1. Factores críticos	Pearson	-	
	Sig. (bilateral)	-	
	N	-	
2. Exportaciones	Pearson	0.969**	-
	Sig. (bilateral)	0.007	-
	N	5	-

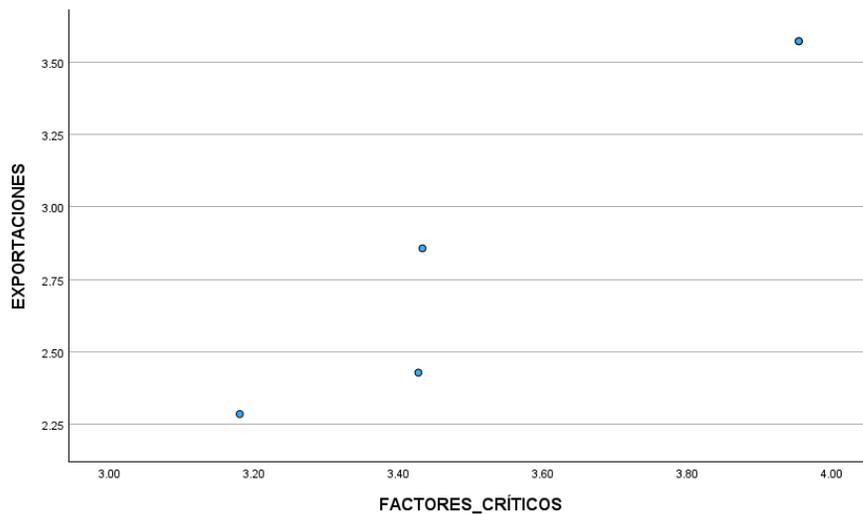
** . La correlación es muy significativa en el nivel 0.01 bilateral

Sig. = nivel de significancia. N = muestra. Pearson = coeficiente de correlación

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8

Gráfico de dispersión para la hipótesis general



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 30, se observa la correlación de la variable factores críticos con la variable exportaciones de tara, donde se evidencia un nivel de significancia (p valor) menor a 0.05 y según la regla de decisión, si valor $p < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1), entonces existe una relación muy significativa entre las variables. Del mismo modo el coeficiente de correlación de Pearson arrojó un valor positivo, donde señala que existe una correlación positiva muy fuerte entre la variable independiente y dependiente. (Ver figura 8).

En base a los resultados, se puede asegurar con un 99% de confianza que los factores críticos que se correlacionan de manera positiva y muy significativa con las exportaciones de tara peruana en el 2023 son la demanda, la producción, la geografía y las barreras comerciales.

Determinar si la demanda es un factor crítico que se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

A fin de detectar el tipo de relación que existe entre la dimensión demanda y la variable exportaciones de tara, se realizó la prueba de correlación de Pearson y el gráfico de dispersión para la primera hipótesis específica.

Hipótesis:

H0= La demanda es un factor crítico que no se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

H1= La demanda es un factor crítico que se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

Criterio de decisión:

Si valor $p > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H0) y se rechaza la hipótesis alterna (H1).

Si valor $p < 0.05$, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0).

Tabla 31

Correlación de Pearson para la primera hipótesis específica

Variable		1	2
1. Demanda	Pearson	-	
	Sig. (bilateral)	-	
	N	-	
2. Exportaciones	Pearson	0.468	-
	Sig. (bilateral)	0.427	-
	N	5	-

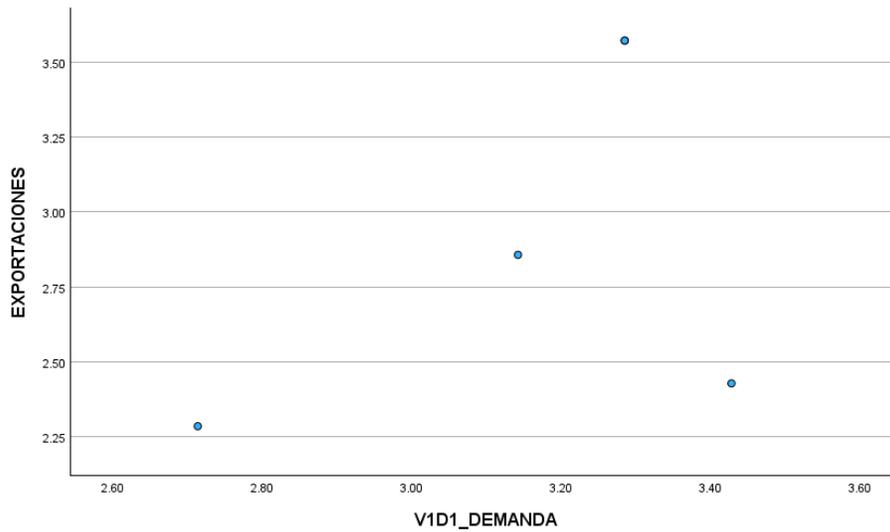
Nota. El resultado de correlación de la dimensión y variable no es significativo

Sig. = nivel de significancia. N = muestra. Pearson = coeficiente de correlación

Fuente: Elaboración propia.

Figura 9

Gráfico de dispersión para la primera hipótesis específica



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 31 muestra la correlación de la dimensión demanda con la variable exportaciones de tara, se obtuvo un nivel de significancia (p valor) mayor a 0.05 y según la regla de decisión, si valor $p > 0.05$ se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis alterna (H_1), es decir, la demanda es un factor crítico que no tiene relación con las exportaciones de tara. Sin embargo, el coeficiente de correlación de Pearson dio un valor positivo, donde señala que existe una correlación positiva débil entre la demanda y las exportaciones del insumo. (Ver figura 9).

De acuerdo con los resultados, se puede confirmar que la demanda del consumidor destino presenta una correlación positivo débil, pero no significativa con las exportaciones de tara peruana en el 2023.

Determinar si la producción es un factor crítico que se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023

Con el fin de descubrir el tipo de relación que existe entre la dimensión producción y la variable exportaciones de tara, se realizó la prueba de correlación de Pearson y el gráfico de dispersión para la segunda hipótesis específica.

Hipótesis:

H0= La producción es un factor crítico que no se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

H1= La producción es un factor crítico que se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

Criterio de decisión:

Si valor $p > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H0) y se rechaza la hipótesis alterna (H1).

Si valor $p < 0.05$, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0).

Tabla 32

Correlación de Pearson para la segunda hipótesis específica

Variable		1	2
1. Producción	Pearson	-	
	Sig. (bilateral)	-	
	N	-	
2. Exportaciones	Pearson	0.980**	-
	Sig. (bilateral)	0.003	-
	N	5	-

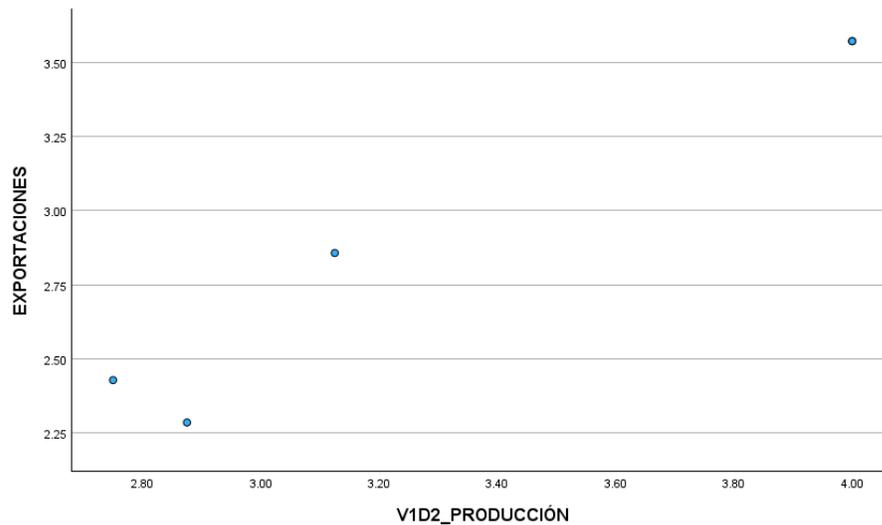
** . La correlación es muy significativa en el nivel 0.01 bilateral

Sig. = nivel de significancia. N = muestra. Pearson = coeficiente de correlación

Fuente: Elaboración propia.

Figura 10

Gráfico de dispersión para la segunda hipótesis específica



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 32, refleja la correlación de la dimensión producción con la variable exportaciones de tara, donde alcanzó un nivel de significancia (p valor) menor a 0.05 y según la regla de decisión, si valor $p < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1), entonces existe una relación muy significativa entre la dimensión y la variable. Asimismo, el coeficiente de correlación de Pearson arrojó un valor positivo, que denota que existe una correlación positiva muy fuerte entre la segunda dimensión y la variable dependiente, es decir, al aumentar la producción de tara, entonces también incrementará las exportaciones de este insumo. (Ver figura 10). En base a los resultados, se puede confirmar con un 99% de confianza que, la producción se correlaciona de manera positiva muy significativa con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

Determinar si la geografía es un factor crítico que se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023

Con el propósito de averiguar el tipo de relación que existe entre la dimensión geografía y la variable exportaciones de tara, se realizó la prueba de correlación de Pearson y el gráfico de dispersión para la tercera hipótesis específica.

Hipótesis:

H_0 = La geografía es un factor crítico que no se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

H_1 = La geografía es un factor crítico que se relaciona con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

Criterio de decisión:

Si valor $p > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis alterna (H_1).

Si valor $p < 0.05$, se acepta la hipótesis alterna (H_1) y se rechaza la hipótesis nula (H_0).

Tabla 33

Correlación de Pearson para la tercera hipótesis específica

Variable		1	2
1. Geografía	Pearson	-	
	Sig. (bilateral)	-	
	N	-	
2. Exportaciones	Pearson	0.555	-
	Sig. (bilateral)	0.332	-
	N	5	-

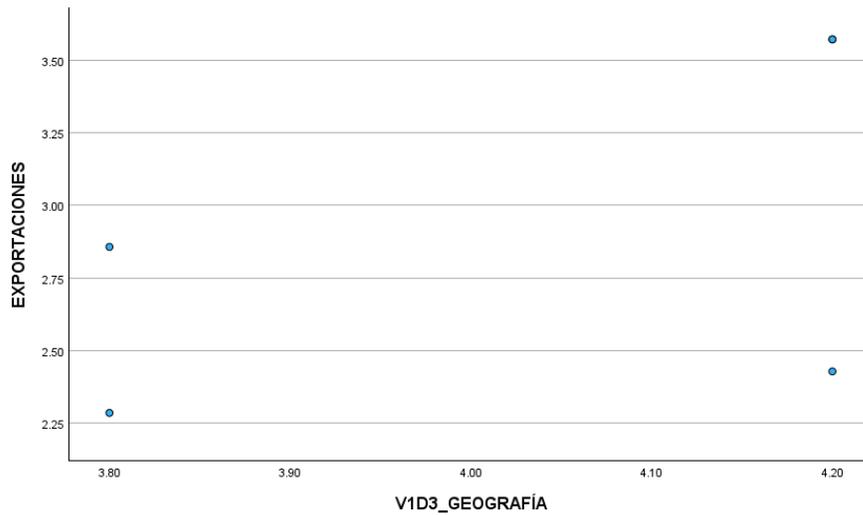
Nota. El resultado de correlación de la dimensión y variable no es significativo

Sig. = nivel de significancia. N = muestra. Pearson = coeficiente de correlación

Fuente: Elaboración propia.

Figura 11

Gráfico de dispersión para la tercera hipótesis específica



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 33 se visualiza la correlación de la dimensión geografía con la variable exportaciones de tara, donde logró un nivel de significancia (p valor) mayor a 0.05 y según la regla de decisión, si valor $p > 0.05$ se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis alterna (H_1), es decir, que la geografía es un factor crítico que no tiene relación significativa con las exportaciones de tara. Sin embargo, el coeficiente de correlación de Pearson expulsó un valor positivo, donde señala que existe una correlación positiva media entre la geografía y las exportaciones del insumo (Ver figura 11). De acuerdo con los resultados, se puede confirmar que la geografía presenta una correlación positiva media, pero no significativa con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

Determinar si las barreras comerciales son factores críticos que se relacionan con las exportaciones de tara peruana, en el 2023

Con el propósito de averiguar el tipo de relación que existe entre la dimensión barreras comerciales y la variable exportaciones de tara, se realizó la prueba de correlación de Pearson y el gráfico de dispersión para la cuarta hipótesis específica.

Hipótesis:

H0= Las barreras comerciales son factores críticos que no se relacionan con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

H1= Las barreras comerciales son factores críticos que se relacionan con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

Criterio de decisión:

Si valor $p > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H0) y se rechaza la hipótesis alterna (H1).

Si valor $p < 0.05$, se acepta la hipótesis alterna (H1) y se rechaza la hipótesis nula (H0).

Tabla 34

Correlación de Pearson para la cuarta hipótesis específica

Variable		1	2
1. Barreras comerciales	Pearson	-	
	Sig. (bilateral)	-	
	N	-	
2. Exportaciones	Pearson	0.994**	-
	Sig. (bilateral)	0.001	-
	N	5	-

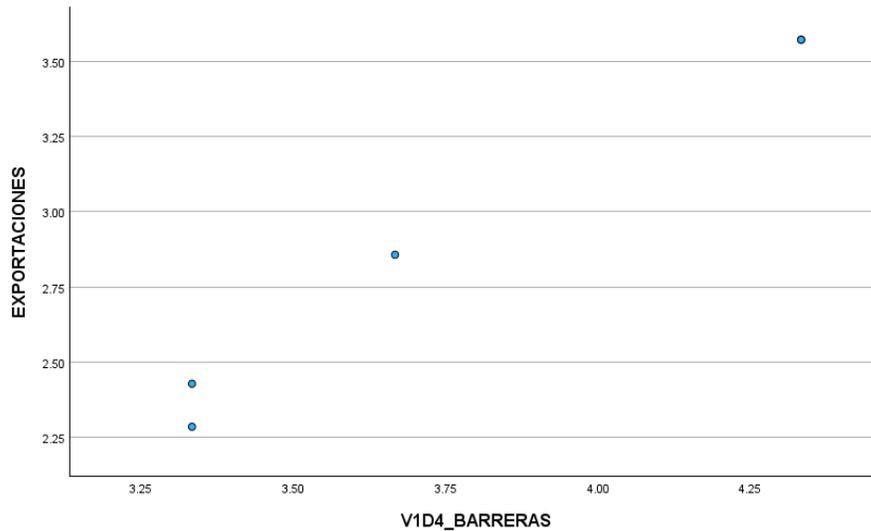
** La correlación es muy significativa en el nivel 0.01 bilateral

Sig. = nivel de significancia. N = muestra. Pearson = coeficiente de correlación

Fuente: Elaboración propia.

Figura 12

Gráfico de dispersión para la cuarta hipótesis específica



Fuente: Elaboración propia.

La tabla 34 refleja la correlación de la dimensión barreras comerciales con la variable exportaciones de tara, lo cual alcanzó un nivel de significancia (p valor) menor a 0.05 y según la regla de decisión, si valor $p < 0.05$ se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1), entonces existe una relación muy significativa entre la dimensión y la variable. De la misma manera, el coeficiente de correlación de Pearson dio un valor positivo, que refleja que existe una correlación positiva muy fuerte entre la cuarta dimensión y la variable dependiente, es decir, al mejorar las barreras comerciales, con referente a las medidas establecidas por el gobierno (barreras arancelarias y no arancelarias), entonces incrementará las exportaciones de tara peruana. (Ver figura 12).

En base a los resultados, se puede confirmar con un 99% de confianza que las barreras comerciales se correlacionan de manera positiva y muy significativa con las exportaciones de tara peruana, en el 2023.

Tabla 35

Cuadro comparativo de resultados estadísticos de las variables y dimensiones seleccionadas

Variables y Dimensiones	Quispe 2023	Celis 2023	Sáenz y Sebastián 2021	Canales y De la Vega 2020	Herrejón 2022
Factores críticos Exportaciones	Pearson=0.969**		Chi2 tabulado 9.488	Chi2 = 95% de confianza	Pearson=0.99
Demanda	Pearson=0.468	Rho = 0.583	Chi2 = 70.8%		45%
Producción	Pearson=0.980**	Rho = 0.913*		Chi2 = 90%	
Geografía	Pearson=0.555	Rho = 0.917*	Chi2 = 76.9%	Chi2 = 90%	
Barreras comerciales	Pearson=.0994**	Rho = 0.750		Chi2 = 85%	

Nota. La tabla representa los datos estadísticos de los autores de los antecedentes y de esta investigación.

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

En este capítulo, se exponen y comparan los principales resultados de estudio con relación a los antecedentes de la investigación y las bases teóricas, con el fin de comprender las posturas de diferentes autores y darles sustento a los resultados hallados, por lo tanto, se presenta la discusión de los resultados según los objetivos propuestos en esta investigación.

Objetivo general:

Para el objetivo general de la investigación, basados a los resultados recolectados, se logró determinar que los factores críticos que se relacionan de manera positiva y muy significativa (Sig.=0.007; Pearson=0.969**) con las exportaciones de tara peruana en el 2023 son la demanda, la producción, la geografía y las barreras comerciales. Si bien es cierto que los cuatro factores en conjunto presentan una correlación positiva y significativa con las exportaciones, individualmente los factores; demanda (Sig.=0.427) y geografía (Sig.=0.332) no son estadísticamente significativas.

Del mismo modo, Celis (2023) identificó que los factores críticos de éxito que impulsaron las exportaciones de arándanos a Canadá en el periodo 2016 al 2020 fueron el factor geográfico (Rho=0.917*), técnico productivo (Rho=0.913*) y logístico (Rho=0.917*) con altos coeficiente de correlación positiva, con referente a los factores mercado (Rho=0.583) y fitosanitario (Rho=0.750), también se obtuvo una correlación positiva, pero estadísticamente no son significativas.

Con referente a los resultados de Herrejón (2022), identificó que los factores que influyeron a la baja exportación de aguacate orgánico de las productoras de Michoacán-México en el periodo 2016-2019 fueron los canales de distribución, comportamiento del consumidor, gestión ambiental e innovación. Además, determina que las dimensiones que influyeron en el proceso de internacionalización del aguacate orgánico son el mercado (45%), segmentación de mercado (94%), el precio (86%) y la calidad (94%) del producto, lo cual en conjunto se correlacionan de manera alta y muy significativa (Pearson=0.99), pero la dimensión mercado no influye en la internacionalización del producto orgánico, ya que presenta un bajo porcentaje.

Con respecto a los resultados de Sáenz & Sebastián (2021), mediante la prueba del Chi cuadrado (X^2 calculado 12.146 > X^2 tabulado 9.488), indicaron que los factores; innovación (90.8%), clima (76.9%), demanda (70.8%), tecnología (86.2%) y competencia (72.3%) están asociadas con las exportaciones de tara a Estados Unidos en el 2020.

Estos resultados se asemejan a los recabados por Canales & De la Vega (2020), quienes validaron con el 95% de confianza que los factores críticos que influyeron en las exportaciones de arándanos de Perú-Chile a los Estados Unidos en el periodo 2012-2018 fueron el clima (90%), mano de obra especializada (90%), tecnología (100%) y políticas de gobierno (85%), analizados mediante la prueba del Chi cuadrado (X^2 calculado 9.474 > X^2 tabulado 7.815).

En cuanto a los resultados de Heras (2028), comprobó que los factores determinantes en conjunto si inciden con la exportación de pitahaya (0,0057***), pero de manera individual el precio externo (0,0006***), renta nacional singapur (0,0027***), tipo de cambio Hong Kong (0,0127**) y tipo de cambio Singapur (0,0014****) si son

factores que inciden con las exportaciones, a diferencia del precio local (0,2519) y la renta nacional de Hong Kong (0,1836) no son estadísticamente significativas.

Por último, en la investigación de Alarcón (2018), demuestra que los factores que evidencian una asociación estadística significativa con los emprendimientos de productos orgánicos en el mercado europeo (caso Pacari) son la capacidad competitiva ($\text{Chi}^2=9,55.-0,004$), innovación constante ($\text{Chi}^2=5,82.-0,011$), y la responsabilidad social empresarial ($\text{Chi}^2=7,46.-0,008$).

De acuerdo con los resultados de previas investigaciones y del presente estudio, se puede determinar que existe una correlación positiva y directa entre los factores críticos y las exportaciones de productos. Al respecto, Venon (1966) menciona la importancia del desarrollo gradual de un producto comercial en el mercado, esto conlleva a valorar el capital humano y la innovación constante.

Michael Porter (1990) plantea una estrategia en la estructura de una organización para generar ventaja competitiva de éstas, mediante cuatro elementos; el primero es cuando un país se especializa en cierto tipo de industria del cual está dotado de factores productivos (capital, tecnología, infraestructura, recursos humanos y físicos), el segundo permite que las entidades creen su mercado en base a la demanda que brindan información sobre sus necesidades (sofisticados y exigentes), por ende, se direccionan a innovar, anticipar necesidades y buscar alternativas para satisfacer las exigencias de los consumidores, el tercero se refiere a los sectores afines que prestan servicios de ciertas actividades a otras industrias y por último se puede entender que la rivalidad de las empresas estimula la innovación y mejora la calidad del producto.

Johanson y Wiedersheim-Paul (1975), mencionan el modelo de Uppsala como una herramienta estratégica necesaria para la evolución gradual de la internacionalización

que recorre una organización, donde se adquiere experiencia, gracias a las actividades realizadas con el mercado exterior, esto conlleva a disminuir la incertidumbre y desconocimiento que se genera en este proceso. Para complementar Arghiri (1969) plantea que se produjo una secuela por el comercio internacional, se puede visualizar una gran diferencia que posee cada país al momento de producir sus bienes (proceso de operación y producción), en consecuencia, se genera un intercambio desigual entre países, esto afecta a los países en desarrollo que exportan materia prima.

Con referente a los resultados propios de este estudio se puede compartir muchas coincidencias con los resultados de las investigaciones previas, en cuanto a los factores críticos (en conjunto) que se correlacionan de manera positiva con las exportaciones del producto, los cuales se han sustentado con las teorías de estudio. Es pertinente resaltar que el desarrollo de la discusión de esta investigación con otros estudios no necesariamente se refiere al producto de tara. También es importante mencionar que hubo diferentes resultados en las dimensiones demanda y geografía, lo cual se relata en los objetivos específicos.

Primer objetivo específico:

Con referente al primer objetivo específico y basados a los resultados encontrados, se puede identificar que la demanda del consumidor destino es un factor crítico que se relaciona de manera positiva débil con las exportaciones de tara en el 2023, pero no es estadísticamente significativa, ya que obtuvo un nivel de significancia mayor a 0.05 (Sig.=0.427), sin embargo, arrojó un coeficiente de valor positivo (Pearson=0.468).

Este resultado se asemeja con lo hallado por Celis (2023), quién identificó que el factor mercado no es significativa ($\text{Sig.}=0.302$) con las exportaciones de arándanos, a pesar de ello, el valor del coeficiente refleja que existe una correlación de tipo positiva ($\text{Rho}=0.583$), en este caso, la autora argumenta que en el factor mercado aborda la demanda, oferta y precio, los cuales en conjunto éstos no se correlacionan con las exportaciones, por lo cual aduce que el precio se origina en el mercado y la demanda se aprovecha por el nivel de competencia que surge en este mercado.

De la misma manera Herrejón (2022) determinó que el factor mercado incide en el proceso de internacionalización del aguacate orgánico. En base a los resultados el autor menciona que el producto fue bien aceptado gracias a la calidad orgánica, pero ha sido difícil para las empacadoras posicionarse en el mercado extranjero por falta de reconocimiento y apoyo del gobierno, con referente a la publicidad, por ello sólo el 45% lograron posicionarse en el mercado, quienes consideran que es gracias a la estrategia de manera particular que llevaron a cabo la segmentación de mercado, lo cual ayuda a identificar las características de la demanda, tales como conocer las necesidades del consumidor para generar valor agregado al producto, por otro lado, también consideran que el precio final es un factor que es afectado por las fluctuaciones del tipo de cambio, costos de transporte y por la competencia con el aguacate convencional que trabaja con una economía de escala a nivel mundial.

Sin embargo, los resultados obtenidos difieren con lo hallado por Sáenz y Sebastián (2021), quienes identificaron que la demanda es un factor crítico determinante para las exportaciones de la goma de tara de Cajamarca, debido a que el requerimiento de este insumo aumentó en el 2020, además el 70.8% de entidades encuestadas lo avalan.

De acuerdo con los resultados de estas investigaciones no se puede generalizar, por lo que se evidencia diferentes resultados, con referente a la relación entre la demanda o mercado y las exportaciones de un producto, se puede sustentar con la teoría económica propuesta por Alfred Marshall (1842-1924); quien se basa en la idea del valor de los bienes que se asigna a la utilidad marginal consumida por la demanda (satisfacción que le asignan los consumidores), además, cómo obtener mayor capacidad de adquisición para solventar el producto que le ofrezca un alto beneficio.

Por lo tanto, se puede acotar que la demanda de la tara tiene perspectiva de un mercado internacional en crecimiento en la última década, esto debido a la necesidad del comprador (países del primer mundo) de un insumo que sea amigable con el medio ambiente, a pesar de ello, es un factor que tiene una correlación positiva débil, pero no significativa con las exportaciones del producto mencionado, entonces, se puede asumir que las exportadoras no están enfocados en la preferencia del consumidor, ya que existe una mínima competencia y pocos productos sustitutos en el mercado internacional. Además, el Perú no cubre la demanda internacional en la actualidad, debido a las pocas plantaciones del árbol de tara existentes en el territorio peruano.

Segundo objetivo específico:

Del mismo modo, para el segundo objetivo específico y basados a los resultados encontrados, se puede confirmar que la producción es un factor crítico que se relaciona de manera positiva y muy significativa con las exportaciones de tara en el 2023 (Sig.=0.003; Pearson=0.980**).

Este resultado se asemeja con lo hallado por Celis (2023), quién identificó que el aspecto productivo es estadísticamente significativo (Sig.=0.030) con las

exportaciones, además, el valor del coeficiente refleja que existe un alto nivel de correlación positiva ($Rho=0.913^*$), lo cual, la autora afirma que a mayor relevancia en el factor productivo (manejo de cultivo, mano de obra especializada y tecnología), entonces mejora las exportaciones de los arándanos.

En cuanto a los resultados recabados por Canales & De la Vega (2020), quienes se basan con el 90% de los encuestados, pueden afirmar que la mano de obra especializada (MOE) es un factor que influyó en las exportaciones de arándanos. Dicho esto, los autores informan que, para la producción de este fruto, se requiere de MOE masculina para la siembra y riego, y se prefiere MOE femenina para la cosecha y selección.

En base a los resultados expuestos se puede generalizar que existe una relación positiva entre la producción y las exportaciones de un producto. Al respecto se puede sustentar con la teoría del nuevo comercio y geografía económica; según Paul Krugman (1979), donde determina que, a mayor volumen de producción los costos se reducen (economía de escala), además, simplifica la oferta de productos, esto beneficia a los compradores. Para completar este sustento se tiene a Michael Porter (2005), quién indica que la “Cadena de Valor” es una herramienta de análisis dirigido a la gestión empresarial, su objetivo es incrementar valor al producto final reduciendo costos, esta técnica determina que una organización está constituida por actividades de apoyo que originan o suscitan valor.

Por lo tanto, se puede acotar que la producción en las productoras se desarrollan protocolos técnicos para la siembra, manejo de las plantaciones y cosecha del fruto del árbol de tara, además, el país peruano ha invertido en tecnología en los últimos años, para simplificar los tiempos y facilitar la utilización de mano de obra

especializada (recurso esencial durante la cosecha). En cuanto a la transformación de la vaina de tara a insumo, cuentan con un sistema automatizado, lo cual se aplica desde el control de calidad de la tara en vaina hasta el empaquetado del insumo.

Tercer objetivo específico:

Con referente al tercer objetivo específico y basado a los resultados encontrados, se logró identificar que la geografía que presenta el territorio peruano es un factor crítico que se correlaciona de manera positiva media con las exportaciones de tara en el 2023, pero no es estadísticamente significativo, ya que obtuvo un nivel de significancia mayor a 0.05 (Sig.=0.332), sin embargo, arrojó un coeficiente de valor positivo (Pearson=0.555).

Este resultado difiere con lo hallado por Celis (2023), quien confirma que el factor geográfico es estadísticamente significativo (Sig.=0.029) con las exportaciones, además, el valor del coeficiente refleja que existe una correlación alta y positiva (Rho=0.917*), lo cual, la autora aduce que a medida que el factor geográfico (Clima, calidad de tierras y la logística) obtenga mayor importancia, entonces incrementarán los envíos de arándanos a Canadá.

De la misma manera, los resultados hallados por Sáenz y Sebastián (2021), precisan que el clima es un factor determinante para las exportaciones de tara de Cajamarca, lo cual está representado por el 76.9% de entidades encuestadas.

Estos resultados se asemejan a los recabados por Canales y De la Vega (2020), quienes se basan con el 90% de las exportadoras encuestadas, confirman que el clima es un factor que influyó en las exportaciones de arándanos. Los autores mencionan

que, en la actualidad, este fruto se puede producir durante todo el año gracias a la diversidad climática que posee el territorio peruano.

De acuerdo con los resultados de estas investigaciones no se puede generalizar, por lo que tres autores difieren con los resultados de este estudio, con referente a la relación entre la geografía o clima y las exportaciones de un producto, se puede sustentar con Heckscher-Ohlin (1919-1933) quienes desarrollaron la teoría de la proporción de los factores (trabajo o capital), donde explican que un país tiende a exportar los productos que son excedentes en los factores con que están capacitados en su territorio y por efecto más barato, en contraste importan productos que requiere un uso intensivo de los factores que es escaso y por efecto más caro.

Por lo tanto, se puede acotar que la geografía que presenta el territorio peruano goza de gran cantidad de tierra fértil y diversidad climática óptima, además, existe suficiente terreno con potencial para la producción que aún no ha sido explorado, con el fin de incrementar las plantaciones de este árbol rústico que se adecúa en cualquier región. Cabe mencionar que el cambio climático inesperado afecta de manera directa a la calidad del suelo y la temperatura, dos factores importantes para la producción, el cual los países agroexportadores, como el país peruano, no están preparados ante mencionada adversidad.

Cuarto objetivo específico:

Acerca del cuarto objetivo específico y basados a los resultados encontrados, se puede confirmar que las barreras comerciales son factores críticos que se relacionan de manera positiva y muy significativa con las exportaciones de tara

(Sig.=0.001; Pearson=0.994**), es decir, al mejorar las barreras comerciales (barreras arancelarias y no arancelarias), entonces aumentará las exportaciones de tara.

Este resultado es similar al estudio realizado por Canales y De la Vega (2020), quienes determinaron que el 85% de las exportadoras encuestadas, afirman que las políticas de gobierno es un factor que influyó en las exportaciones de arándanos. Los autores argumentan que los especialistas encuestados aducen que la participación del gobierno simplifica la negociación con otros países, además, indicaron la importancia de las capacitaciones en las entidades, ferias internacionales para promocionar su producto, arancel 0% como consecuencia del TLC y conocimiento de las medidas sanitarias-fitosanitarias para garantizar un producto de calidad al importador, por estas razones el Perú ha incrementado las exportaciones de arándanos a Estados Unidos.

Estos resultados difiere con lo hallado por Celis (2023), quién identificó que el factor fitosanitario no es estadísticamente significativa (Sig.=0.144) con las exportaciones, a pesar de ello, el valor del coeficiente refleja que existe una correlación positiva (Rho=0.750), en este caso, la autora argumenta que el aspecto fitosanitario es una condición necesaria para toda exportación agrícola, lo cual, el sector exportador sabe muy bien el proceso para adquirir este requisito, por ende, no es un determinante para incrementar las exportaciones de arándanos.

De acuerdo con los resultados de las investigaciones expuestas no se puede generalizar la relación de las barreras comerciales con las exportaciones de un producto, sin embargo, se puede acotar la importancia de la firma del TLC con países del primer mundo, este acuerdo favorece a las exportadoras peruanas de productos agrícolas a consolidarse y desarrollarse en diversos mercados, de igual manera la medida fitosanitaria es un indicador de suma importancia para garantizar al importador

que el producto cuenta con las condiciones sanitarias, a pesar de que un autor lo difiera, y con respecto a los aranceles, los impuestos que pagan los importadores de tara no han limitado la creciente demanda del producto. Cabe resaltar que estas medidas son establecidas por el gobierno con el fin de corregir desequilibrios económicos, resguardar la seguridad pública o proteger las industrias nacionales de la competencia extranjera, mediante las barreras comerciales.

CONCLUSIONES

Los resultados de la presente investigación permitieron comprobar la hipótesis general, donde se determinó que los factores críticos que se relacionan de manera directa y muy significativa ($\text{Sig.}=0.007$; $\text{Pearson}=0.969^{**}$) con las exportaciones de tara peruana en el 2023 son la demanda, la producción, la geografía y las barreras comerciales. Es decir, las dimensiones mencionadas son factores críticos importantes y necesarios para una fluida y adecuada comercialización con el mercado exterior. De la misma manera se puede compartir muchas coincidencias con los resultados de las investigaciones previas.

Con respecto a la primera hipótesis específica, y en base a los resultados encontrados, se pudo identificar que la demanda del consumidor destino es un factor crítico que se relaciona de manera positiva débil con las exportaciones de tara en el 2023, sin embargo, no es estadísticamente significativa ($\text{Sig.}=0.427$; $\text{Pearson}=0.468$). La tara es un producto de calidad y ecológica, por ello, origina un crecimiento gradual en la demanda internacional, debido a la necesidad del comprador de un insumo amigable con el medio ambiente, además, se puede asumir que las exportadoras no están enfocadas en la preferencia del consumidor, ya que existe una mínima competencia y pocos productos sustitutos en el mercado exterior. Sin embargo, en la actualidad el Perú no cubre la demanda por las pocas plantaciones del árbol de tara existentes en el territorio peruano.

Del mismo modo, para la segunda hipótesis específica, se pudo determinar que la producción es un factor crítico que se relaciona de manera positiva y muy significativa (Sig.=0.003; Pearson=0.980**) con las exportaciones de tara en el 2023. Para las productoras de la sierra, la tara no requiere de un intensivo proceso productivo por ser una especie rústica, es decir que para recolectar las vainas de tara no hay límites de edad, ni sexo, ni experiencia, sólo se necesita personal disponible en recolectar con mucho cuidado el producto y luego acopiarlo, por otro lado, es necesario acotar la importancia de la ampliación de las plantaciones de este producto para maximizar la capacidad productiva de las productoras. Para las productoras de la costa, la producción está desarrollado por protocolos técnicos para la siembra, manejo de las plantaciones, sistema de riego y cosecha del fruto del árbol de tara, además el país peruano ha invertido en tecnología en los últimos años, para simplificar los tiempos y facilitar la utilización de mano de obra especializada (recurso esencial durante la cosecha). En cuanto a la transformación de la vaina de tara a insumo, cuentan con un sistema automatizado, lo cual se aplica desde el control de calidad de la tara en vaina hasta el empaquetado del insumo.

En cuanto a la tercera hipótesis específica, y en base a los resultados encontrados, se pudo identificar que la geografía es un factor crítico que se relaciona de manera positiva media con las exportaciones de tara en el 2023, pero no es estadísticamente significativa (Sig.=0.332; Pearson=0.555).

La geografía que presenta el territorio peruano goza de gran cantidad de tierra fértil y diversidad climática óptima, además, existe suficiente terreno con potencial para la producción que aún no ha sido explorado, con el fin de incrementar las plantaciones

de este árbol rústico que se adecúa en cualquier región. Cabe mencionar que el cambio climático inesperado afecta de manera directa a la calidad del suelo y la temperatura, dos factores importantes para la producción. Los países agroexportadores, como Perú, no está preparados ante mencionada adversidad.

Con respecto a la cuarta hipótesis específica, también se pudo confirmar que las barreras comerciales son factores críticos que se relacionan de manera positiva y muy significativa (Sig.=0.001; Pearson=0.994**) con las exportaciones de tara en el 2023.

Es importante acotar que la firma del TLC con países del primer mundo favorece a las exportadoras peruanas de productos agrícolas a consolidarse y desarrollarse en diversos mercados, de igual manera la medida fitosanitaria es un indicador necesario para garantizar al importador que la tara como insumo cuenta con las condiciones sanitarias, con respecto a los aranceles, los impuestos que pagan los importadores de tara no han limitado la creciente demanda del producto. Cabe resaltar que estas medidas son establecidas por el gobierno con el fin de corregir desequilibrios económicos, resguardar la seguridad pública o proteger las industrias nacionales de la competencia extranjera, mediante las barreras comerciales.

RECOMENDACIONES

En base al resultado general se recomienda tomar como referencia los factores críticos que se relacionan de manera positiva y significativa con las exportaciones de tara, tanto para los productores y exportadores.

En cuanto al gobierno se sugiere implementar nuevas políticas para incentivar el emprendimiento de las pequeñas productoras de tara, principalmente al productor-campesino mayores de 60 años, esto mediante una pensión monetaria a cambio de kilos de vaina de tara recolectados por hombres o mujeres mayores, para ayudarlos a sustentar y mejorar su calidad de vida, con el fin de sumar e incluirlos en el flujo de la economía.

En cuanto a la demanda, se sugiere tomar en cuenta la necesidad del comprador de un producto ecológico y comercializar la tara en diversas presentaciones dirigido al consumidor final, es decir, un producto con valor agregado y no sólo como insumo.

Con referente a la producción se sugiere a las exportadoras trabajar en equipo con las productoras y el gobierno para aprovechar el extenso y adecuado territorio peruano con el fin de ampliar las plantaciones del árbol de tara, por ende, aumentar el volumen de producción. También es importante incluir a los productores pequeños, ya que es necesario brindarles capacitación mediante charlas con referente al proceso productivo de la tara en vaina.

La geografía que presenta el territorio peruano en cuanto al clima y tierra fértil son factores favorables para el árbol de tara, por ello es indispensable aumentar las plantaciones de tara principalmente en la región sierra, porque se obtiene una alta calidad de tanino en comparación a la producción de tara en vaina en la región costa.

Las exportadoras grandes y privadas tienen la posibilidad de invertir en estudio para su propio beneficio, sin embargo, para las pequeñas y medianas productoras es necesario la continua mejora en las políticas de gobierno peruano para que puedan exportar directamente sin intermediarios, mediante capacitaciones de sus negocios, ferias internacionales para publicitar su producto, conocimiento y estudios de suelos.

Para futuras investigaciones se sugiere tomar estrategias para lograr entrevistar a la mayoría de la totalidad de una muestra, por ende, buscar contactos directos con los especialistas de las entidades exportadoras de tara peruana ubicadas en Lima, ya que se desea contribuir con las empresas productoras y exportadoras, ofreciéndoles diversas alternativas estratégicas para aumentar las exportaciones en base a la ampliación de plantaciones de tara, a gestionar el acceso a más productoras de la región sierra, mediante la mejora de la logística y diversificar los productos con valor agregados.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Agraria.pe. (Junio de 2023). *Ingredientes naturales peruanos para cosmética se abren camino en grandes mercados internacionales*, págs. <https://agraria.pe/noticias/ingredientes-naturales-peruanos-para-cosmetica-se-abren-cami-32091>.
- Agrodataperu. (2023). Obtenido de Exportaciones Agropecuarias Parú: <https://www.agrodataperu.com/exportaciones>
- Alexandra, H. C. (Noviembre de 2022). *Biblioteca virtual*. Obtenido de Factores que influyeron en las exportaciones del aguacate orgánico de Michoacán, México, durante el periodo 2016-2019: http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/8543/ININEE-M-2022-1522.pdf?sequence=1
- Andrés, S. A. (2021). *Repositorio Upagu*. Obtenido de Factores críticos que influyen en las exportaciones de tara: <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/2147/Informe%20Final%20-%20Saenz%20y%20Sebastian.pdf?sequence=1>
- Calle, D. L. (Julio de 2018). *Factores determinantes que inciden en las exportaciones de Pitahaya ecuatoriana*. Obtenido de scholar: https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=DAYANA+LISBED+HERAS+CALLE&btnG=
- Canales Mendoza, L. P., & De la Vega García, M. (24 de Enero de 2020). *Repositorio Académico UPC*. Obtenido de Análisis de los factores críticos que influyeron: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/652534>
- Celis Quispe, J. D. (Marzo de 2023). *Upagu*. Obtenido de Análisis de los factores críticos de éxito que impulsaron la exportación de arandano de Perú a Canadá en el periodo 2016 – 2020: <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/upagu/2695>
- Daniel García, H. (2019). *Universidad Nacional de San Luis*. Obtenido de Metodología de la investigación I - Licenciatura en Psicomotricidad: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63947853/Documento_de_Catedra_Unidad_420200717-5476-1egwbsb-libre.pdf?1595002900=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DUNIVERSIDAD_NACIONAL_DE_SAN_LUIS_FACULTA.pdf&Expires=1697827800&Signature=UFv0aijXct
- David, A. R. (Setiembre de 2018). *Repositorio Dspace*. Obtenido de Factores que determinan el éxito en los emprendimientos de productos orgánicos en el mercado Europeo caso PACARI: <http://181.39.139.68:8080/handle/123456789/192>

- Esteban Nieto, N. (25 de Junio de 2018). *Repositorio institucional*. Obtenido de Tipos de investigación: <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>
- Esttefany, C. A. (2017). *Estrategias de Producción para incrementar la exportación de los derivados de tara en el departamento de Lambayeque, periodo 2017*. Obtenido de Repositorio: <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/4608>
- Fátima, A. J. (2015). *Revista Ciencia y Tecnología. Efecto Citotóxico del extracto acuoso del pericarpio de Caesalpinia spinosa "tara" en células meristemáticas de Allium cepa L. var. Arequipeña*, pág. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/1598>.
- Hernández Ávila, C. E. (24 de Abril de 2019). *Scholar google*. Obtenido de Introducción a los tipos de muestreo: <https://scholar.google.es/citations?user=52wrr-UAAAAJ&hl=es&oi=sra>
- Ibieta, G., & Peñarrieta, J. M. (s.f.). *Revista Boliviana de Química. Caracterización química y cuantificación de taninos del polvo de Caesalpinia spinosa: Tara Boliviana*, págs. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S0250-54602021000100026&script=sci_abstract&lng=pt.
- Javier, L. T. (2020). *Repositorio institucional UPN*. Obtenido de Estudio de los factores para la exportación de la Tara en polvo (caesalpinia espinosa) como producto natural hacia Minnesota, Estados Unidos; año 2020: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25626>
- Lima, C. d. (2023). *Camtrade*. Obtenido de Cámara de comercio de Lima: <https://www.camtradeplus.com.pe/eximdata-exportaciones/>
- Luis, V. O. (2022). *Repositorio institucional*. Obtenido de Modelo cooperativo como estrategia asociativa para mejorar la competitividad de los productores de tara en la provincia de Santa Cruz: 2013 - 2018: <http://190.116.36.86/handle/20.500.14074/4988>
- María, D. R. (2015). *Repositorio uchile*. Obtenido de Evaluación de proyecto de pre factibilidad para la plantación e instalación de una: <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/134936/evaluacion-de-proyecto-de-prefactibilidad-para-la-plantacion-e-instalacion-de-una-planta.pdf?sequence=1>
- Melo Ferrari Marianela, G. P. (Setiembre de 2013). *Revista de la sociedad Química del Perú. Efecto de la madurez en los componentes de valor comercial (taninos y goma) de tara Caesalpinia spinosa (Molina) Kuntze*, págs. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1810-634X2013000300004&script=sci_arttext.

N., H. A. (1998). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de Notas de psicometría: <https://docer.com.ar/doc/nc0svex>

Veritrade. (2015). Obtenido de Veritradeperu: <https://www.veritradecorp.com/es/paises/per>

Yeh, C. C. (2 de Marzo de 2019). *Repositorio académico upc*. Obtenido de Análisis de los factores que permitieron la exportación de tara en polvo hacia china durante el período del 2014 al 2017: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/626501>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO DE LA TESIS:	FACTORES CRITICOS QUE SE RELACIONAN CON LA EXPORTACIÓN DE TARA PERUANA, EN EL 2023
AUTOR:	CARLA ELIZABETH QUISPE VARGAS

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cuáles son los factores críticos que se relacionan con la exportación de tara peruana, en el 2023?	Determinar los factores críticos que se relacionan con la exportación de tara peruana, en el 2023.	Los factores críticos que se relacionan con la exportación de tara peruana, en el 2023 son la demanda, la producción, la geografía y las barreras comerciales.	1: Factores críticos	1: Demanda 2: Producción 3: Geografía 4: Barreras comerciales	-Enfoque: Cuantitativo -Tipo: Investigación aplicada -Alcance: Descriptivo-correlacional -Diseño: Investigación no experimental y transversal
			2: Exportaciones	Sin dimensionar	-Objeto de investigación: Empresas exportadoras de tara peruana -Unidad de investigación: Representantes, especialistas o personal encargado de las exportaciones.

Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Dimensiones	Indicadores	Fuente de Información	
¿La demanda es un factor crítico que se relaciona con la exportación de tara peruana, en el 2023?	Determinar si la demanda es un factor crítico que se relaciona con la exportación de tara peruana, en el 2023.	La demanda es un factor crítico que se relaciona con la exportación de tara peruana, en el 2023.	Demanda	-Calidad de la tara -Consumidor destino -Crecimiento de la demanda	Para el recojo de información primaria: cuestionario	
			Exportaciones	-Cantidad -Precio -Monto		
¿La producción es un factor crítico que se relaciona con la exportación de tara peruana, en el 2023?	Determinar si la producción es un factor crítico que se relaciona con la exportación de tara peruana, en el 2023.	La producción es un factor crítico que se relaciona con la exportación de tara peruana, en el 2023.	Producción	-Manejo de cultivo -Mano de obra -Tecnología		Para el recojo de información secundaria: fuentes de investigaciones previas (antecedentes)
			Exportaciones	-Cantidad -Precio -Monto		
¿La geografía es un factor crítico que se relaciona con la exportación de tara peruana, en el 2023?	Determinar si la geografía es un factor crítico que se relaciona con la exportación de tara peruana, en el 2023.	La geografía es un factor crítico que se relaciona con la exportación de tara peruana, en el 2023.	Geografía	-Clima -Suelo o tierra		
			Exportaciones	-Cantidad -Precio -Monto		
¿Las barreras comerciales son factores críticos que se relacionan con la exportación de tara peruana, en el 2023?	Determinar si las barreras comerciales son factores críticos que se relacionan con la exportación de tara peruana, en el 2023.	Las barreras comerciales son factores críticos que se relacionan con la exportación de tara peruana, en el 2023.	Barreras comerciales	-TLC -Aranceles -Medida fitosanitaria		
			Exportaciones	-Cantidad -Precio -Monto		

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla N° 1

Operacionalización de la variable 1

Variable Independiente: FACTORES CRÍTICOS		
Definición conceptual: son dimensiones o variables que pueden tener un impacto positivo o afectar significativamente la posición de una unidad que compete en el mundo de los negocios, esto va a depender si las decisiones tomadas están debidamente fundamentadas.		
Instrumento: Cuestionario estructurado con escala de Likert		Técnica: Encuesta
Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento
La demanda	Calidad de la tara	-La empresa considera que la tara es un producto ecológico, por lo cual, es solicitado por el mercado exterior. -La empresa considera que la tara es un producto de calidad, en comparación a los productos sustitutos de otros países.
	Consumidor destino	-La empresa conoce la necesidad del consumidor destino, el cual requiere de un producto ecológico. -La empresa mide con frecuencia el nivel de preferencia del consumidor. -El consumidor está de acuerdo en pagar el precio de la tara.
	Crecimiento de la demanda	-La empresa considera que la demanda de la tara crece anualmente de manera constante. -La empresa considera que el tamaño del mercado exterior es amplio para comercializar diversas presentaciones de tara (no sólo insumo).
La producción	Manejo de cultivo	-La empresa considera que el manejo de cultivos que poseen los productores peruanos ha sido relevante para las exportaciones. -La empresa se preocupa que los productores garanticen un sistema de riego eficiente para una mayor producción.
	Mano de obra	-La empresa capacita constantemente al personal sobre las normas ambientales nacionales e internacionales. -La empresa hace uso de personal capacitado para realizar negociaciones internacionales con el comprador. -La empresa invierte frecuentemente en capacitaciones tecnológicas para su personal.
	Tecnología	-La empresa cuenta con sistemas automatizados en su proceso de producción. -La empresa utiliza plataformas digitales para la operacionalización de sus negocios. -La empresa se preocupa por invertir frecuentemente en la renovación y el desarrollo de tecnologías.
La geografía	Clima	-La empresa considera que la existencia de la diversidad climática que presenta el Perú es un factor crítico para la exportación. -La empresa considera que gracias a la diversidad climática que tiene el país, el árbol de tara se puede adecuar en cualquier región.
	Suelo o tierra	-La empresa considera que la calidad de suelo o tierra que presenta el territorio peruano es relevante para una buena producción. -La empresa considera que es importante los nutrientes del suelo (tierra fértil) para una mayor producción y mejor calidad de la tara. -La empresa considera que existe suficiente territorio peruano adecuado para incrementar las plantaciones de tara.
Las barreras comerciales	TLC	-La empresa considera que la firma del TLC con el mercado exterior tiene arancel 0% es un factor crítico para la exportación.
	Aranceles	-Los costos arancelarios que pagan los importadores de tara, no han limitado la creciente exportación del producto.
	Medida fitosanitaria	-Medida fitosanitaria es de suma importancia para garantizar al importador que la tara cuenta con buenas condiciones sanitarias.

Tabla N° 2

Operacionalización de la variable 2

Variable Dependiente: EXPORTACIONES		
Definición conceptual: La exportación es un grupo de bienes y servicios enviados a un país extranjero a cambio de dinero, esta transacción tiene como finalidad incrementar las ganancias en una organización o país emisor, esto conlleva a la ampliación del mercado externo.		
Instrumento: Cuestionario estructurado con escala de Likert		Técnica: Encuesta
Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento
Sin dimensionar	Cantidad	-La alta cantidad exportada de tara ha influido en los precios. -La cantidad exportada de tara depende de la capacidad de producción de las productoras.
	Precio	-Los costos de transporte del producto influyen en el precio, el cual es un factor crítico para las exportaciones. -Las fluctuaciones del tipo de cambio influyen en el precio, el cual es un factor crítico para las exportaciones. -El precio del producto en el mercado destino influye en las ventas realizadas.
	Monto total	-La empresa ha logrado una economía de escala gracias a sus ventas al mercado exterior (reducción de costos como resultado de un incremento del volumen de producción). -La empresa ha aumentado sus utilidades como resultado de sus ventas al mercado exterior.

ANEXOS 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Datos personales:

- I) Nombre completo del entrevistado:
- II) Cargo del entrevistado:
- III) Edad del entrevistado:
- IV) Tiempo que labora en la empresa:

Datos de la empresa:

- I) Nombre de la empresa:
- II) Rubro de la empresa:
- III) ¿Cuántos años tiene la empresa como exportador de tara?
- IV) ¿Exporta tara en polvo y/o goma de tara?
- V) ¿En qué región se encuentran las productoras que lo abastece?
- VI) ¿A qué países realizan las exportaciones de tara en polvo?
- VII) ¿A qué países realizan las exportaciones de tara en goma?
- VIII) ¿Cuánto fue la cantidad exportada de la tara en polvo en el 2022?
- IX) ¿Cuánto fue la cantidad exportada de la goma de tara en el 2022?
- X) ¿Cuál fue el precio exportado de la tara en polvo en el 2022?
- XI) ¿Cuál fue el precio exportado de la goma de tara en el 2022?
- XII) ¿Cuánto fue el valor FOB de la tara en polvo en el 2022?
- XIII) ¿Cuánto fue el valor FOB de la goma de tara en el 2022?

Questionario estructurado con escala de Likert

Instrucciones:

A continuación, se presenta un conjunto de ítem sobre los factores críticos que se relacionan con las exportaciones, donde la finalidad es conocer su valiosa perspectiva sobre el mercado de la tara en polvo y la goma de tara como insumo es considerado el principal producto exportable a nivel mundial, en los últimos años.

La información solicitada es confidencial, por favor responder la encuesta con libertad y sinceridad.

Marque con una "X" la alternativa elegida por usted según la frecuencia en cada enunciado, La escala utilizada es:

ESCALA DE LIKERT - DE ACUERDO				
TOTALMENTE EN DESACUERDO (TD)	EN DESACUERDO (ED)	ME ES INDIFERENTE (MI)	DE ACUERDO (DA)	TOTALMENTE DE ACUERDO (TA)
1	2	3	4	5

N°	ÍTEM	TD (1)	ED (2)	MI (3)	DA (4)	TA (5)
FACTORES CRÍTICOS						
LA DEMANDA						
CALIDAD DE LA TARA						
1	La empresa considera que la tara es un producto ecológico, por lo cual, es solicitado por el mercado exterior.					
2	La empresa considera que la tara es un producto de calidad, en comparación a los productos sustitutos de otros países.					
CONSUMIDOR DESTINO						
3	La empresa conoce la necesidad del consumidor destino, el cual requiere de un producto ecológico.					
4	La empresa mide con frecuencia el nivel de preferencia del consumidor.					
5	El consumidor está de acuerdo en pagar el precio de la tara.					
CRECIMIENTO DE LA DEMANDA						
6	La empresa considera que la demanda de la tara crece anualmente de manera constante.					
7	La empresa considera que el tamaño del mercado exterior es amplio para comercializar diversas presentaciones de tara (no sólo insumo).					

LA PRODUCCIÓN					
MANEJO DE CULTIVO					
8	La empresa considera que el manejo de cultivos que poseen los productores peruanos ha sido relevante para las exportaciones.				
9	La empresa se preocupa que los productores garanticen un sistema de riego eficiente para una mayor producción.				
MANO DE OBRA					
10	La empresa capacita constantemente al personal sobre las normas ambientales nacionales e internacionales.				
11	La empresa hace uso de personal capacitado para realizar negociaciones internacionales con el comprador.				
12	La empresa invierte frecuentemente en capacitaciones tecnológicas para su personal.				
TECNOLOGÍA					
13	La empresa cuenta con sistemas automatizados en su proceso de producción.				
14	La empresa utiliza plataformas digitales para la operacionalización de sus negocios.				
15	La empresa se preocupa por invertir frecuentemente en la renovación y el desarrollo de tecnologías.				
LA GEOGRAFÍA					
CLIMA					
16	La empresa considera que la existencia de la diversidad climática que presenta el Perú es un factor crítico para la exportación.				
17	La empresa considera que gracias a la diversidad climática que tiene el país, el árbol de tara se puede adecuar en cualquier región.				
SUELO O TIERRA					
18	La empresa considera que la calidad del suelo o tierra que presenta el territorio peruano es relevante para una buena producción.				
19	La empresa considera que es importante los nutrientes del suelo (tierra fértil) para una mayor producción y mejor calidad de la tara.				
20	La empresa considera que existe suficiente territorio peruano adecuado para incrementar las plantaciones de tara.				
LA BARRERAS COMERCIALES					
TLC					
21	La empresa considera que la firma del TLC con el mercado exterior tiene arancel 0% es un factor crítico para la exportación.				
Aranceles					
22	Los costos arancelarios que pagan los importadores de tara no han limitado la creciente exportación del producto.				
Medida Fitosanitaria					
23	Medida fitosanitaria es de suma importancia para garantizar al importador que la tara cuenta con buenas condiciones sanitarias.				

EXPORTACIONES					
SIN DIMENSIONAR					
CANTIDAD					
24	La alta cantidad exportada de tara ha influido en los precios.				
25	La cantidad exportada de tara depende de la capacidad de producción de las productoras.				
PRECIO					
26	Los costos de transporte del producto influyen en el precio, el cual es un factor crítico para las exportaciones.				
27	Las fluctuaciones del tipo de cambio influyen en el precio, el cual es un factor crítico para las exportaciones.				
28	El precio del producto en el mercado destino influye en las ventas realizadas.				
MONTO TOTAL					
29	La empresa ha logrado una economía de escala gracias a sus ventas al mercado exterior (reducción de costos como resultado de un incremento de volumen de producción).				
30	La empresa ha aumentado sus utilidades como resultado de sus ventas al mercado exterior.				

Muchas gracias por su participación

ANEXO 4: VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Validación 1

FORMATO:

Variable 1: Factores críticos

Nombre del Instrumento:		Cuestionario estructurado con escala de Likert				
Autor del Instrumento		Carla Elizabeth Quispe Vargas				
Población:		10 empresas exportadoras de tara peruana, ubicados en Lima				
Dimensión	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: La demanda	1. La empresa considera que la tara es un producto ecológico, por lo cual, es solicitado por el mercado exterior.	4	4	4	4	
	2. La empresa considera que la tara es un producto de calidad, en comparación a los productos sustitutos de otros países.	4	4	4	4	
	3. La empresa conoce la necesidad del consumidor destino, el cual requiere de un producto ecológico.	4	4	4	4	
	4. La empresa mide con frecuencia el nivel de preferencia por parte del consumidor.	4	4	4	4	
	5. El consumidor está de acuerdo en pagar el precio de la tara.	4	4	4	4	
	6. La empresa considera que la demanda de la tara crece anualmente de manera constante.	4	4	4	4	
	7. La empresa considera que el tamaño de la plaza es amplio en el mercado exterior para comercializar la tara.	4	4	4	4	
D2: La producción	8. La empresa considera que el manejo de cultivos que poseen los productores peruanos ha sido relevante para las exportaciones.	4	4	4	4	
	9. La empresa se preocupa que los productores garanticen un sistema de riego eficiente para una mayor producción.	4	4	4	4	
	10. La empresa capacita constantemente al personal sobre las normas ambientales nacionales e internacionales.	4	4	4	4	
	11. La empresa hace uso de personal capacitado para realizar negociaciones internacionales con el comprador.	4	4	4	4	
	12. La empresa invierte frecuentemente en capacitaciones tecnológicas para su personal.	4	4	4	4	
	13. La empresa cuenta con sistemas automatizados en su proceso de producción.	4	4	4	4	
	14. La empresa utiliza plataformas digitales para la operacionalización de sus negocios.	4	4	4	4	
	15. La empresa se preocupa por invertir frecuentemente en la renovación y el desarrollo de tecnologías.	4	4	4	4	

D3: La geografía	16. La empresa considera que la existencia de la diversidad climática que presenta el Perú es un factor crítico para la exportación.	4	4	4	4	
	17. La empresa considera que gracias a la diversidad climática que tiene el país, el árbol de tara se puede adecuar en cualquier región.	4	4	4	4	
	18. La empresa considera que la calidad de tierra que presenta el territorio peruano es relevante para una buena producción.	4	4	4	4	
	19. La empresa considera que la nutrición de suelo ha influido a una mayor producción.	4	4	4	4	
	20. La empresa considera que existe suficiente territorio peruano adecuado para incrementar las plantaciones de tara.	4	4	4	4	
D4: La barrera arancelaria y no arancelaria	21. La empresa considera que la firma del TLC con el mercado exterior tiene arancel 0% es un factor crítico para la exportación.	4	4	4	4	
	22. Los costos arancelarios que pagan los importadores de tara no han limitado la creciente exportación del producto.	4	4	4	4	
	23. El conocimiento del certificado fitosanitario es un factor crítico para la exportación.	4	4	4	4	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
Mba. Torres Linares Claudia Amparo	
Fecha: sábado 22 de julio del 2023	

Variable 2: Exportaciones

Nombre del Instrumento:		Cuestionario estructurado con escala de Likert				
Autor del Instrumento		Carla Elizabeth Quispe Vargas				
Población:		10 empresas exportadoras de tara peruana. ubicados en Lima				
Dimensión	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
Sin dimensionar	1. La alta cantidad exportada ha influido en los precios.	4	4	4	4	
	2. La cantidad exportada, depende de la capacidad de las productoras.	4	4	4	4	
	3. Los costos de transporte del producto influyen en el precio, el cual es un factor crítico para las exportaciones.	4	4	4	4	
	4. Las fluctuaciones del tipo de cambio influyen en el precio, el cual es un factor crítico para las exportaciones.	4	4	4	4	
	5. El precio del producto en el mercado destino influye en las ventas realizadas.	4	4	4	4	
	6. La empresa considera que ha sido importante el monto total de exportación al mercado exterior.	4	4	4	4	
	7. La empresa ha aumentado sus utilidades como resultado de sus ventas al mercado exterior.	4	4	4	4	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
Mba. Torres Linares Claudia Amparo	
Fecha: sábado 22 de julio del 2023	

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR:

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input type="checkbox"/>) Externo (<input type="checkbox"/>) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	MG. TORRES LINARES CLAUDIA
Sexo:	Hombre (<input type="checkbox"/>) Mujer (<input checked="" type="checkbox"/>)
Profesión:	LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Grado académico	Licenciado ¹ (<input type="checkbox"/>) Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor (<input type="checkbox"/>)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input type="checkbox"/>) De 11 a 15 (<input checked="" type="checkbox"/>) De 16 a 20 (<input type="checkbox"/>) De 21 a más (<input type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	
Cargo actual:	
Área de especialización	
N° telefónico de contacto	
Correo electrónico de contacto	Correo institucional:
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (<input type="checkbox"/>) Por correo electrónico (<input type="checkbox"/>)

Firma Validador Experto

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

Validación 2

FORMATO:

Variable 1: Factores críticos

Nombre del Instrumento:		Cuestionario estructurado con escala de Likert				
Autor del Instrumento						
Población:		10 empresas exportadoras de tara ubicados en Lima				
Dimensión	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1: La demanda	1. La empresa considera que la tara es un producto ecológico, por lo cual, es solicitado por el mercado exterior.	4	4	4	3	
	2. La empresa considera que la tara es un producto de calidad, en comparación a los productos sustitutos de otros países.	4	4	4	4	
	3. La empresa conoce la necesidad del consumidor destino, el cual requiere de un producto ecológico.	4	4	4	4	
	4. La empresa mide con frecuencia el nivel de preferencia por parte del consumidor.	4	4	4	4	
	5. El consumidor está de acuerdo en pagar el precio de la tara.	4	4	4	4	
	6. La empresa considera que la demanda de la tara crece anualmente de manera constante.	4	4	4	4	
	7. La empresa considera que el tamaño de la plaza es amplio en el mercado exterior para comercializar la tara.	4	3	4	4	
D2: La producción	8. La empresa considera que el manejo de cultivos que poseen los productores peruanos ha sido relevante para las exportaciones.	4	4	4	4	
	9. La empresa se preocupa que los productores garanticen un sistema de riego eficiente para una mayor producción.	4	4	4	4	
	10. La empresa capacita constantemente al personal sobre las normas ambientales nacionales e internacionales.	4	4	4	4	
	11. La empresa hace uso de personal capacitado para realizar negociaciones internacionales con el comprador.	4	3	4	4	
	12. La empresa invierte frecuentemente en capacitaciones tecnológicas para su personal.	4	4	4	4	
	13. La empresa cuenta con sistemas automatizados en su proceso de producción.	4	4	4	4	
	14. La empresa utiliza plataformas digitales para la operacionalización de sus negocios.	4	4	4	4	

	15. La empresa se preocupa por invertir frecuentemente en la renovación y el desarrollo de tecnologías.	4	4	4	4	
D3: La geografía	16. La empresa considera que la existencia de la diversidad climática que presenta el Perú es un factor crítico para la exportación.	4	4	4	4	
	17. La empresa considera que gracias a la diversidad climática que tiene el país, el árbol de tara se puede adecuar en cualquier región.	4	4	4	4	
	18. La empresa considera que la calidad de tierra que presenta el territorio peruano es relevante para una buena producción.	4	4	4	4	
	19. La empresa considera que la nutrición de suelo ha influido a una mayor producción.	4	3	4	4	
	20. La empresa considera que existe suficiente territorio peruano adecuado para incrementar las plantaciones de tara.	4	4	4	4	
D4: La barrera arancelaria y no arancelaria	21. La empresa considera que la firma del TLC con el mercado exterior tiene arancel 0% es un factor crítico para la exportación.	4	4	4	4	
	22. Los costos arancelarios que pagan los importadores de tara no han limitado la creciente exportación del producto.	4	4	4	4	
	23. El conocimiento del certificado fitosanitario es un factor crítico para la exportación.	4	3	4	4	

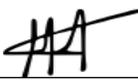
Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
MAG. WALTER A URTEAGA FARFAN	
Fecha: 22 de julio 2023	

Variable 2: Exportaciones

Nombre del Instrumento:	Cuestionario estructurado con escala de Likert					
Autor del Instrumento						
Población:	10 empresas exportadoras de tara ubicados en Lima					
Dimensión	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relatividad	Observaciones y/o recomendaciones
Sin dimensionar	1. La alta cantidad exportada ha influido en los precios.	4	3	4	4	
	2. La cantidad exportada, depende de la capacidad de las productoras.	4	4	4	4	
	3. Los costos de transporte del producto influyen en el precio, el cual es un factor crítico para las exportaciones.	4	4	4	4	
	4. Las fluctuaciones del tipo de cambio influyen en el precio, el cual es un factor crítico para las exportaciones.	4	4	4	4	
	5. El precio del producto en el mercado destino influye en las ventas realizadas.	4	4	4	4	
	6. La empresa considera que ha sido importante el monto total de exportación al mercado exterior.	4	3	4	4	
	7. La empresa ha aumentado sus utilidades como resultado de sus ventas al mercado exterior.	4	4	4	4	

Validado por:

Apellidos y Nombres	Firma
MAG. WALTER A URTEAGA FARFAN	
Fecha: 22 de julio 2023	

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR:

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (<input checked="" type="checkbox"/>) Externo (<input type="checkbox"/>) [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	URTEAGA FARFAN WALTER A.
Sexo:	Hombre (<input checked="" type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Profesión:	LIC ADMINISTRACION DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y MAGISTER EN ECONOMIA INTERNACIONAL
Grado académico	Licenciado ¹ (<input type="checkbox"/>) Maestro (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor (<input type="checkbox"/>)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 (<input type="checkbox"/>) De 11 a 15 (<input type="checkbox"/>) De 16 a 20 (<input type="checkbox"/>) De 21 a más (<input checked="" type="checkbox"/>)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	_____
Cargo actual:	_____
Área de especialización	_____
N° telefónico de contacto	_____
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: _____
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (<input type="checkbox"/>) Por correo electrónico (<input type="checkbox"/>)



Firma Validador Experto

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

ANEXO 5: FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO – ALFA DE CRONBACH

Demanda		Factores críticos	
Estadísticas de fiabilidad		Estadísticas de fiabilidad	
Afa de Cronbach	N de elementos	Afa de Cronbach	N de elementos
0.757	7	0.928	23
Producción		Exportaciones	
Estadísticas de fiabilidad		Estadísticas de fiabilidad	
Afa de Cronbach	N de elementos	Afa de Cronbach	N de elementos
0.926	8	0.924	7
Geografía		Ambas Variables	
Estadísticas de fiabilidad		Estadísticas de fiabilidad	
Afa de Cronbach	N de elementos	Afa de Cronbach	N de elementos
0.625	5	0.958	30
Barreras comerciales		Preguntas de control	
Estadísticas de fiabilidad		Estadísticas de fiabilidad	
Afa de Cronbach	N de elementos	Afa de Cronbach	N de elementos
0.913	3	0.846	11

ANEXO 6: VALIDEZ DEL INSTRUMENTO – VARIMAX

Varianza total explicada						
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1.969	98.451	98.451	1.969	98.451	98.451
2	0.031	1.549	100.000			

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Matriz de componente^a

	Componente
	1
FACTORES_CRÍTICOS	0.992
EXPORTACIONES	0.992

Método de extracción: análisis de componentes principales.

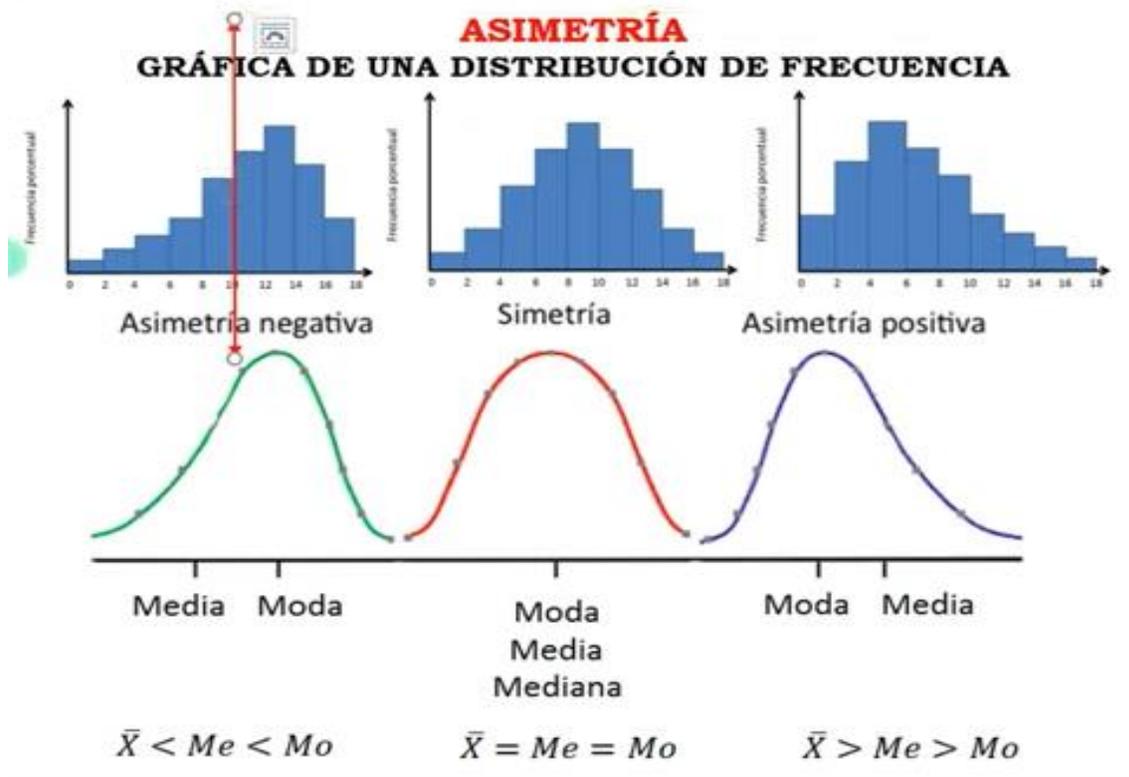
a. 1 componentes extraídos.

ANEXO 7: TABLAS DE FRECUENCIAS - PREGUNTAS DE CONTROL

Años de la empresa en el mercado					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	5-20 años	3	60.0	60.0	60.0
	51-65 años	1	20.0	20.0	80.0
	66 años a más	1	20.0	20.0	100.0
	Total	5	100.0	100.0	
Rubro de la empresa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Exporta tara y productos agrícolas	3	60.0	60.0	60.0
	Exporta tara, productos agrícolas y otros	2	40.0	40.0	100.0
	Total	5	100.0	100.0	
¿Qué tipo de tara como insumo exporta?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Goma de tara	1	20.0	20.0	20.0
	Ambos productos	4	80.0	80.0	100.0
	Total	5	100.0	100.0	
¿Dónde se encuentran las productoras que los abastece?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Región Costa	1	20.0	20.0	20.0
	Región Sierra	2	40.0	40.0	60.0
	Región costa y sierra	2	40.0	40.0	100.0
	Total	5	100.0	100.0	

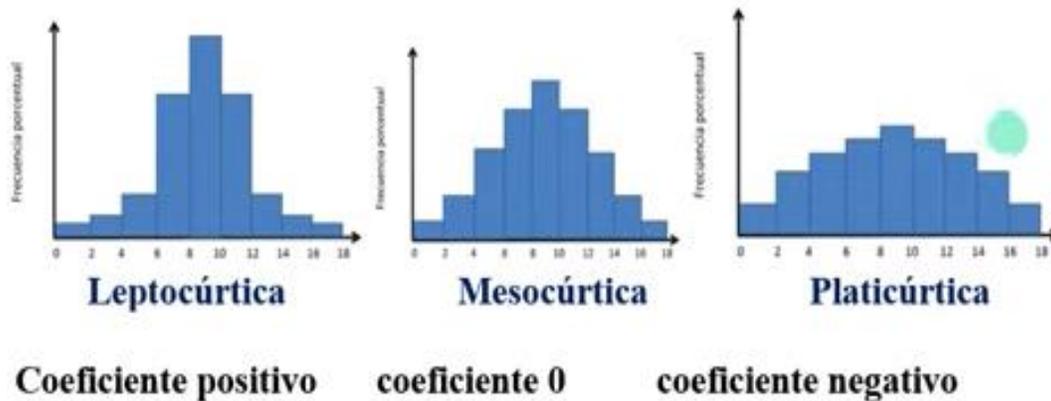
¿Cuánto fue la cantidad exportada de tara en polvo en el 2022?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0000 TN - 1,000 TN	2	40.0	40.0
	1,001 TN - 3,000 TN	1	20.0	60.0
	3,001 TN - 5,000 TN	1	20.0	80.0
	7,001 TN a más	1	20.0	100.0
	Total	5	100.0	
¿Cuánto fue la cantidad exportada de tara en goma en el 2022?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	001 TN - 200 TN	3	60.0	60.0
	201 TN - 400 TN	1	20.0	80.0
	401 TN - 600 TN	1	20.0	100.0
	Total	5	100.0	
¿Cuál fue el precio de la tara en polvo en el 2022?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$1 - \$1.5	1	20.0	20.0
	\$1.51 - \$2	4	80.0	100.0
	Total	5	100.0	
¿Cuál fue el precio de la tara en goma en el 2022?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$10 - \$20	1	20.0	20.0
	\$21 - \$30	2	40.0	60.0
	\$31 - \$40	2	40.0	100.0
	Total	5	100.0	
¿Cuánto fue el valor FOB de la tara en polvo en el 2022?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$000,000 - \$5,000,000	3	60.0	60.0
	\$5,000,001 - \$10,000,000	1	20.0	80.0
	\$10,000,001 - \$15,000,000	1	20.0	100.0
	Total	5	100.0	
¿Cuánto fue el valor FOB de la tara en goma en el 2022?				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$250,000 - \$5,000,000	3	60.0	60.0
	\$5,000,001 - \$10,000,000	1	20.0	80.0
	\$15,000,001 - \$20,000,000	1	20.0	100.0
	Total	5	100.0	

ANEXO 8: MEDIDAS DE FORMA



CURTOSIS

GRÁFICA DE UNA DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA



ANEXO 9: RESULTADOS ESTADÍSTICOS: MEDIDAS

Descriptivos				
		Estadístico	Error estándar	
FACTORES CRÍTICOS	Media	3.5904	0.15562	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	3.1583	
		Límite superior	4.0224	
	Media recortada al 5%	3.5929		
	Mediana	3.4336		
	Varianza	0.121		
	Desv. estándar	0.34798		
	Mínimo	3.18		
	Máximo	3.95		
	Rango	0.77		
	Rango intercuartil	0.65		
	Asimetría	0.197	0.913	
	Curtosis	-2.481	2.000	

Descriptivos				
		Estadístico	Error estándar	
EXPOSICIONES	Media	2.9429	0.27330	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	2.1840	
		Límite superior	3.7017	
	Media recortada al 5%	2.9444		
	Mediana	2.8571		
	Varianza	0.373		
	Desv. estándar	0.61112		
	Mínimo	2.29		
	Máximo	3.57		
	Rango	1.29		
	Rango intercuartil	1.21		
	Asimetría	0.139	0.913	
	Curtosis	-2.903	2.000	

Descriptivos			
		Estadístico	Error estándar
V1D1	Media	3.1714	0.12289
DEMA	95% de	Límite	2.8302
NDA	intervalo de confianza para la media	Límite superior	3.5126
	Media recortada al 5%	3.1825	
	Mediana	3.2857	
	Varianza	0.076	
	Desv. estándar	0.27479	
	Mínimo	2.71	
	Máximo	3.43	
	Rango	0.71	
	Rango intercuartil	0.43	
	Asimetría	-1.517	0.913
	Curtosis	2.608	2.000

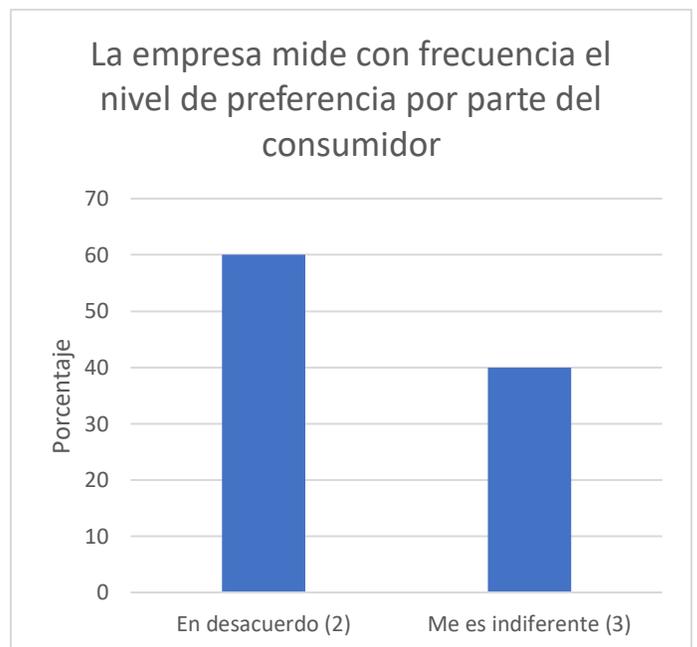
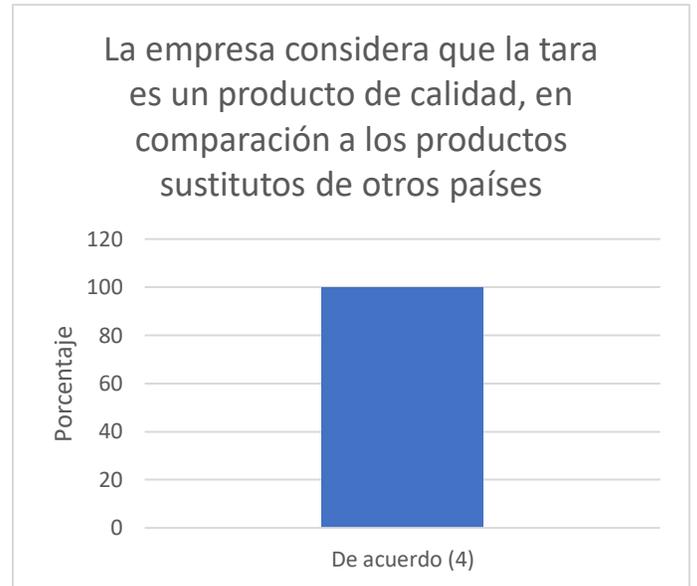
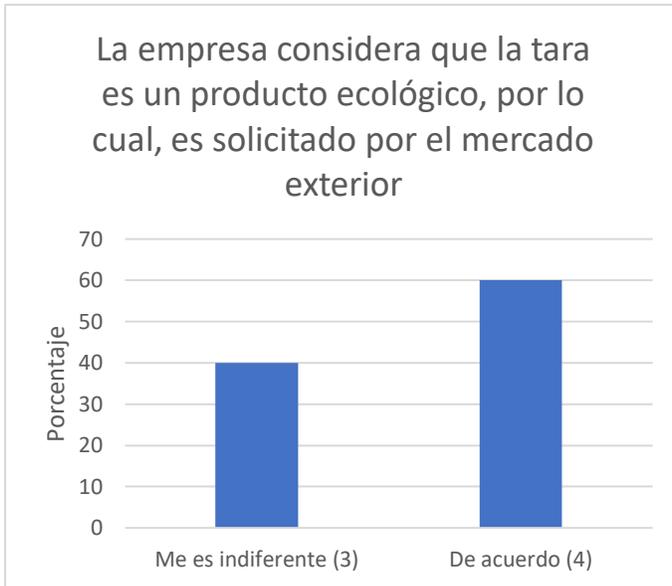
Descriptivos			
		Estadístico	Error estándar
V1D2	Media	3.3500	0.27214
PRODUCCIÓN	95% de	Límite	2.5944
	intervalo de confianza para la media	Límite superior	4.1056
	Media recortada al 5%	3.3472	
	Mediana	3.1250	
	Varianza	0.370	
	Desv. estándar	0.60853	
	Mínimo	2.75	
	Máximo	4.00	
	Rango	1.25	
	Rango intercuartil	1.19	
	Asimetría	0.397	0.913
	Curtosis	-3.077	2.000

Descriptivos			
		Estadístico	Error estándar
V1D3	Media	4.0400	0.09798
GEOGRAFÍA	95% de	Límite inferior	3.7680
	intervalo de confianza para la media	Límite superior	4.3120
	Media recortada al 5%	4.0444	
	Mediana	4.2000	
	Varianza	0.048	
	Desv. estándar	0.21909	
	Mínimo	3.80	
	Máximo	4.20	
	Rango	0.40	
	Rango intercuartil	0.40	
	Asimetría	-0.609	0.913
	Curtosis	-3.333	2.000

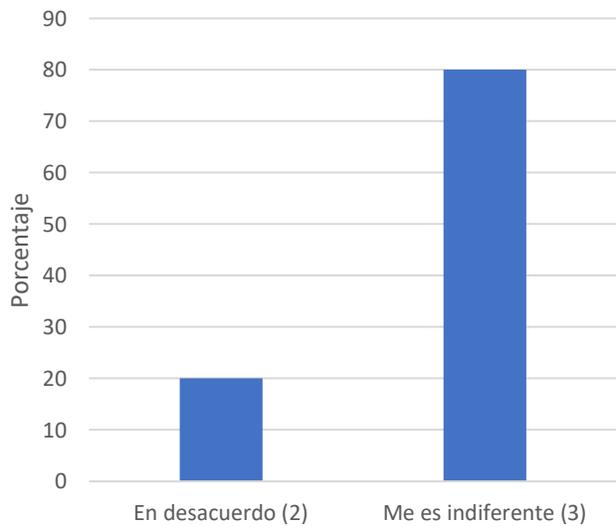
Descriptivos			
		Estadístico	Error estándar
V1D4	Media	3.8000	0.22608
BARRENAS COMERCIALES	95% de	Límite inferior	3.1723
	intervalo de confianza para la media	Límite superior	4.4277
	Media recortada al 5%	3.7963	
	Mediana	3.6667	
	Varianza	0.256	
	Desv. estándar	0.50553	
	Mínimo	3.33	
	Máximo	4.33	
	Rango	1.00	
	Rango intercuartil	1.00	
	Asimetría	0.315	0.913
	Curtosis	-3.081	2.000

ANEXO 10: TABLAS DE FRECUENCIAS – ESCALA DE LIKERT

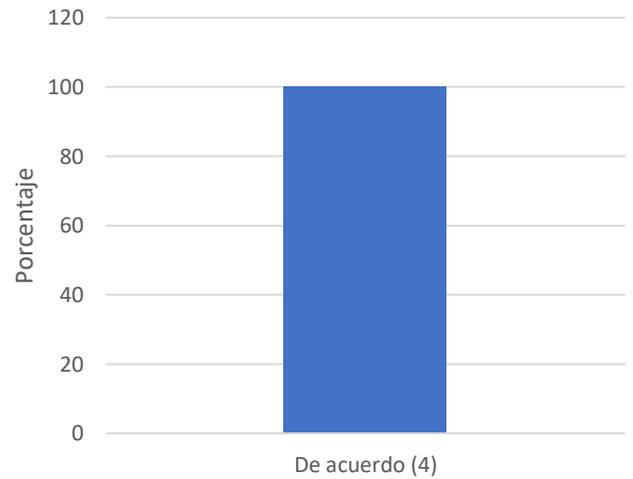
1. DIMENSIÓN DEMANDA



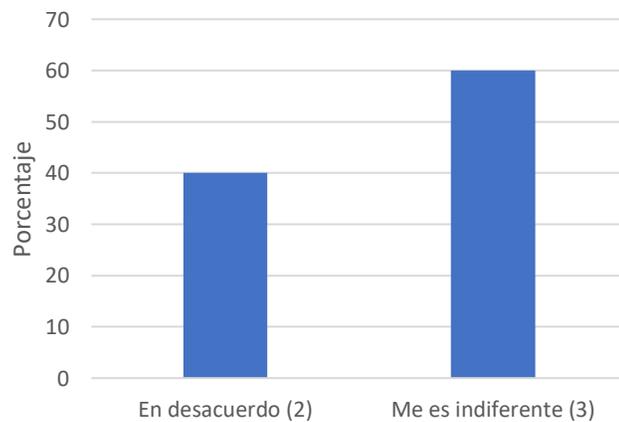
El consumidor está de acuerdo en pagar el precio de la tara



La empresa considera que la demanda de la tara crece anualmente de manera constante

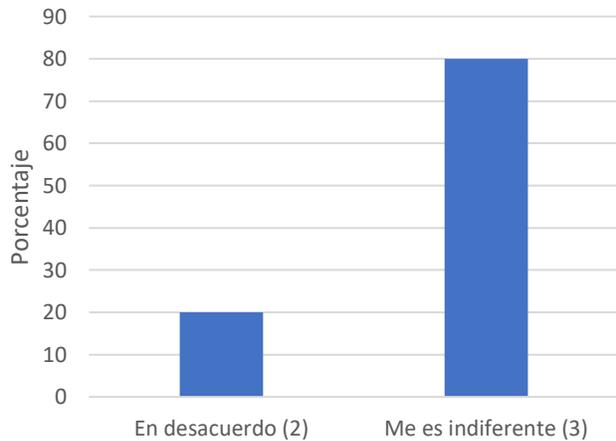


La empresa considera que el tamaño del mercado exterior es amplio para comercializar diversas presentaciones de la tara (no solo insumo)

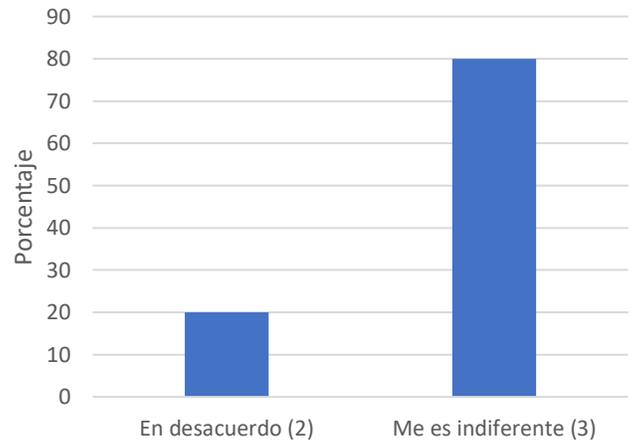


2. PRODUCCIÓN

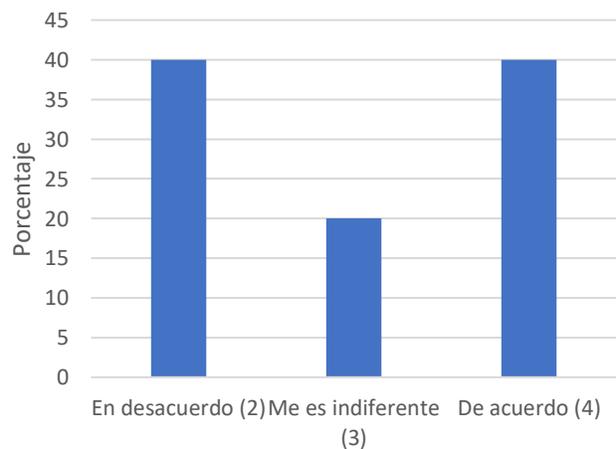
La empresa considera que el manejo de cultivos que poseen los productores peruanos ha sido relevante para las exportaciones



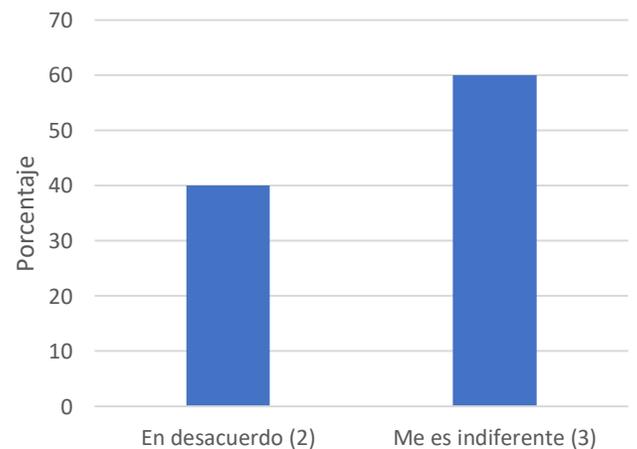
La empresa se preocupa que los productores garanticen un sistema de riego eficiente para una mayor producción



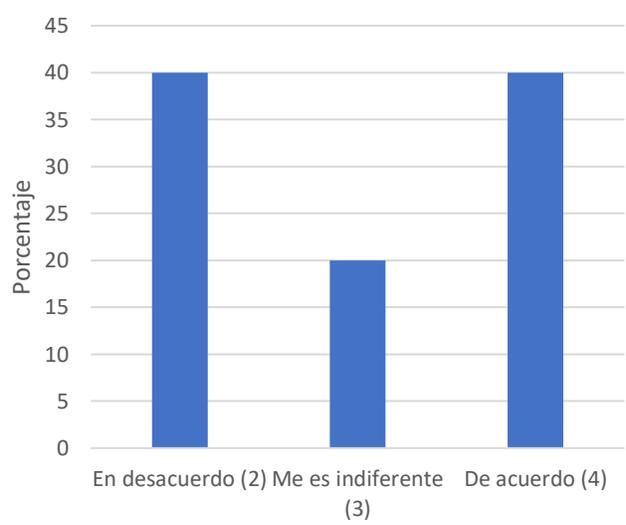
La empresa capacita constantemente al personal sobre las normas ambientales nacionales e internacionales



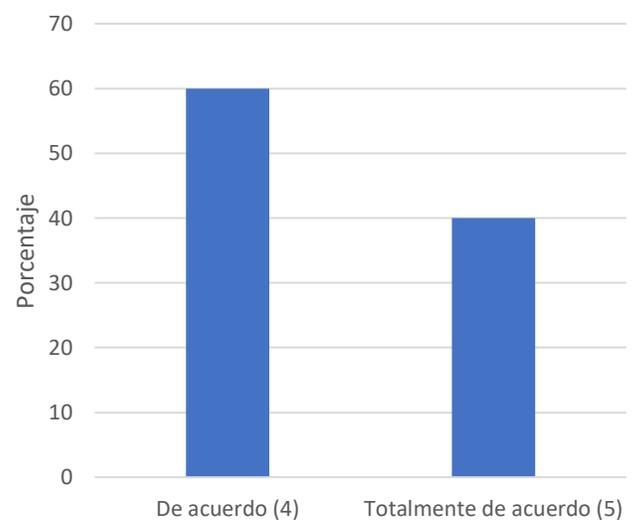
La empresa hace uso de personal capacitado para realizar negociaciones internacionales con el comprador



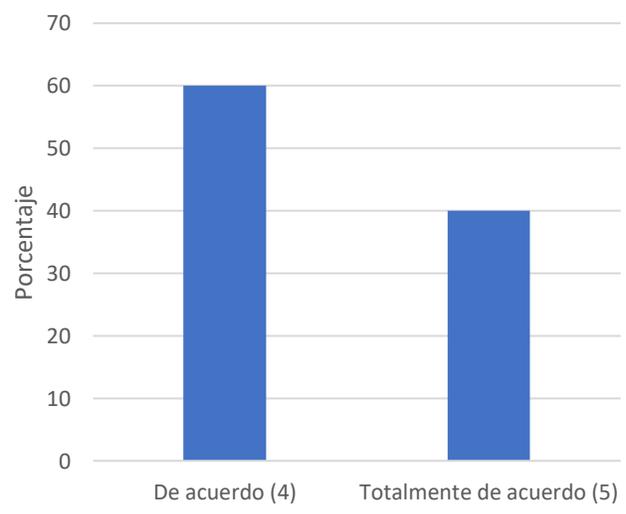
La empresa invierte frecuentemente en capacitaciones tecnológicas para su personal



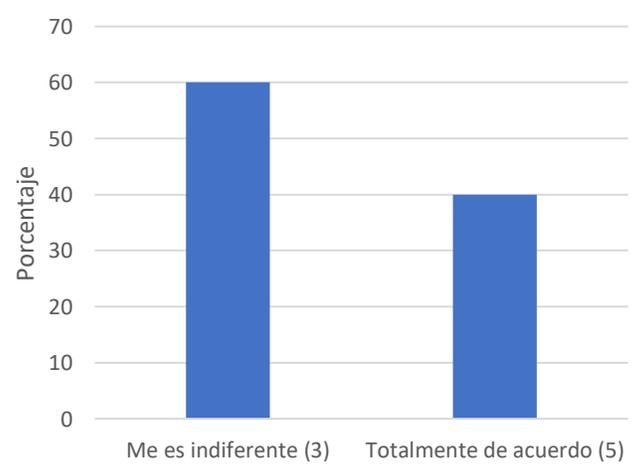
La empresa cuenta con sistemas automatizados en su proceso de producción



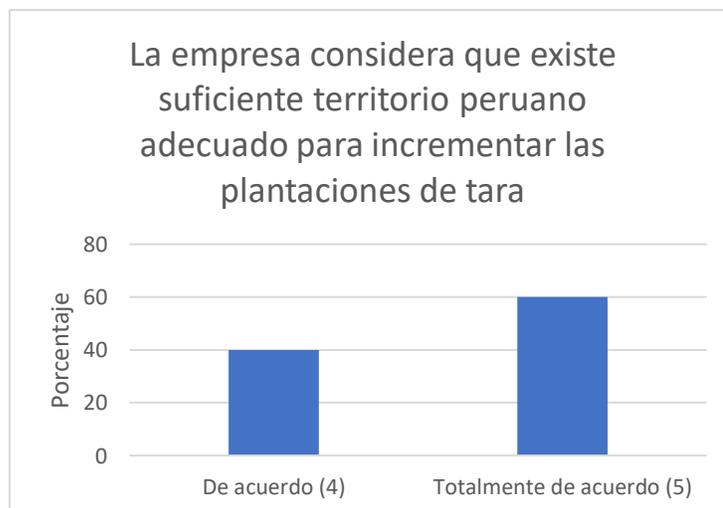
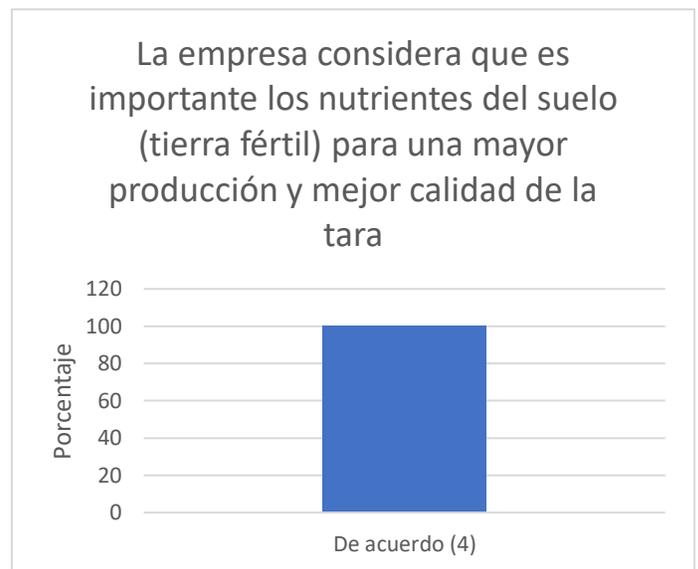
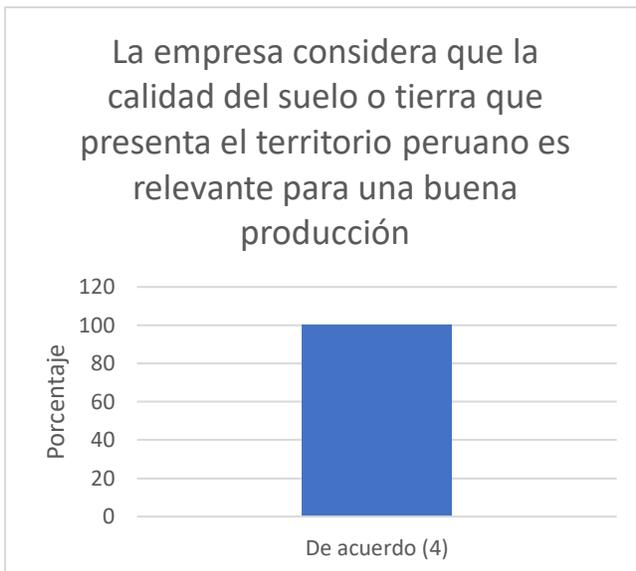
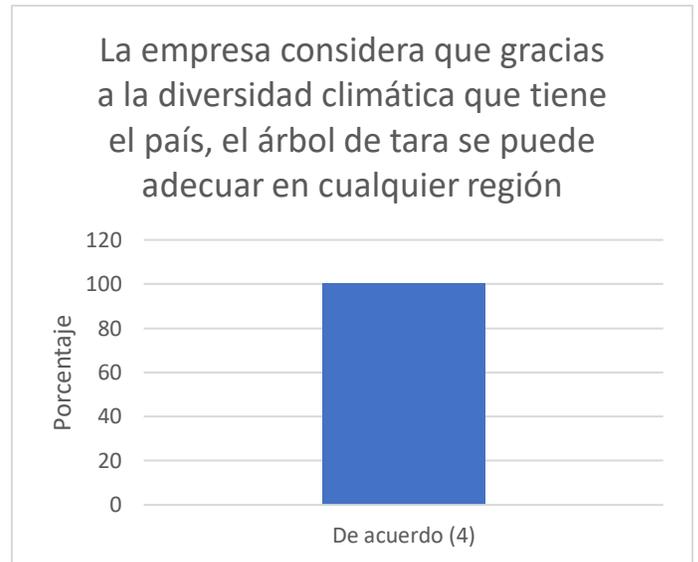
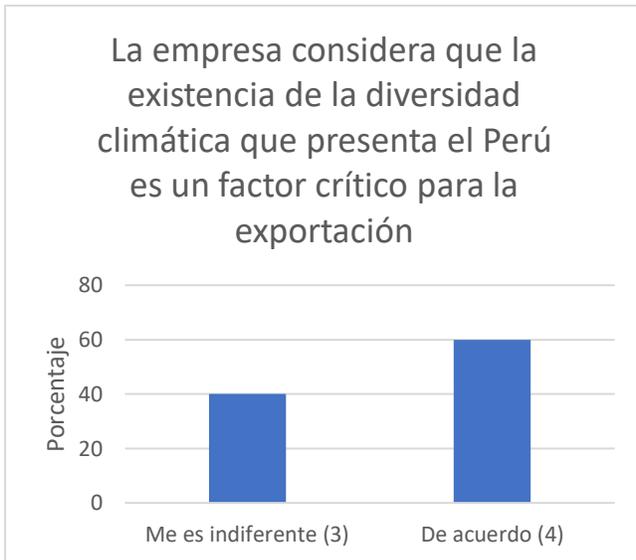
La empresa utiliza plataformas digitales para la operacionalización de sus negocios



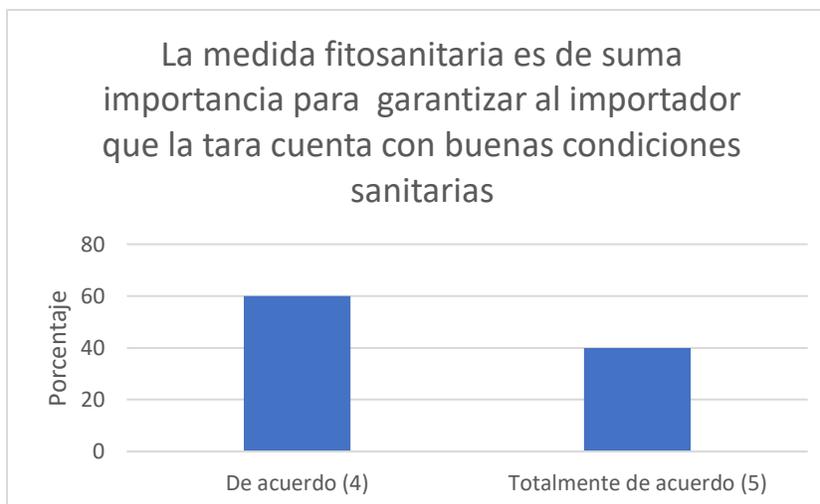
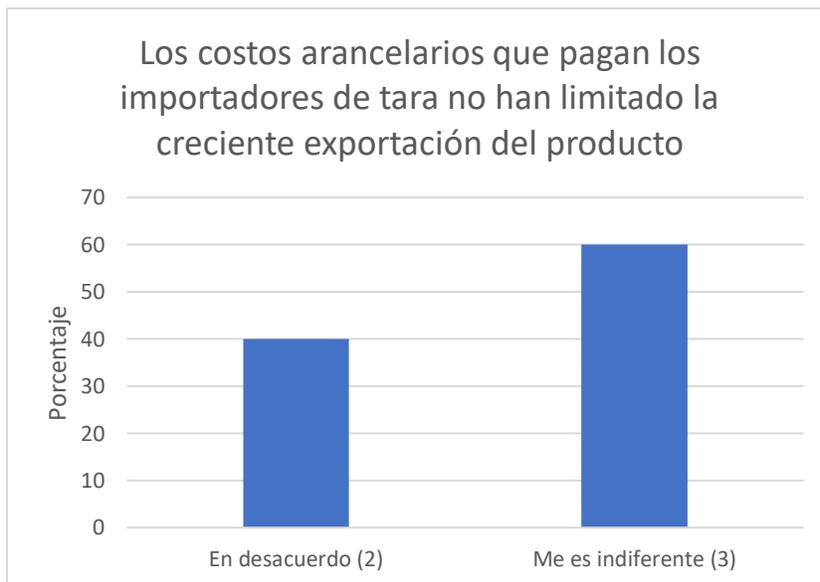
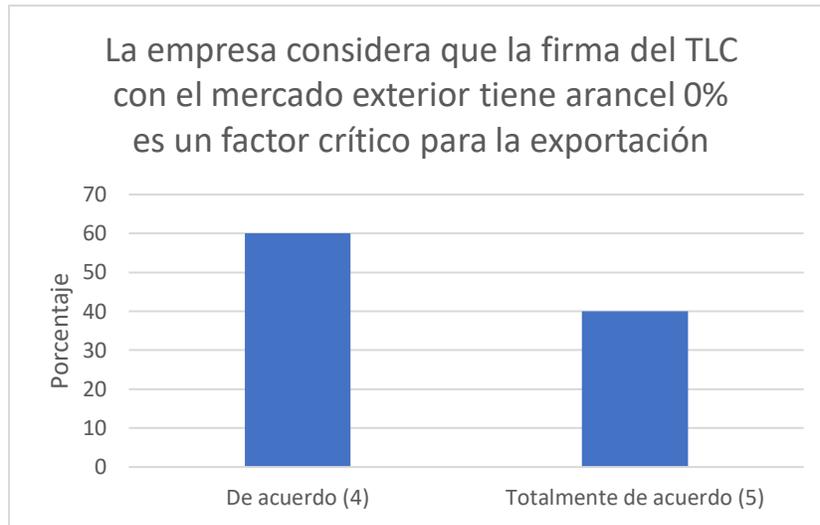
La empresa se preocupa por invertir frecuentemente en la renovación y el desarrollo de tecnologías



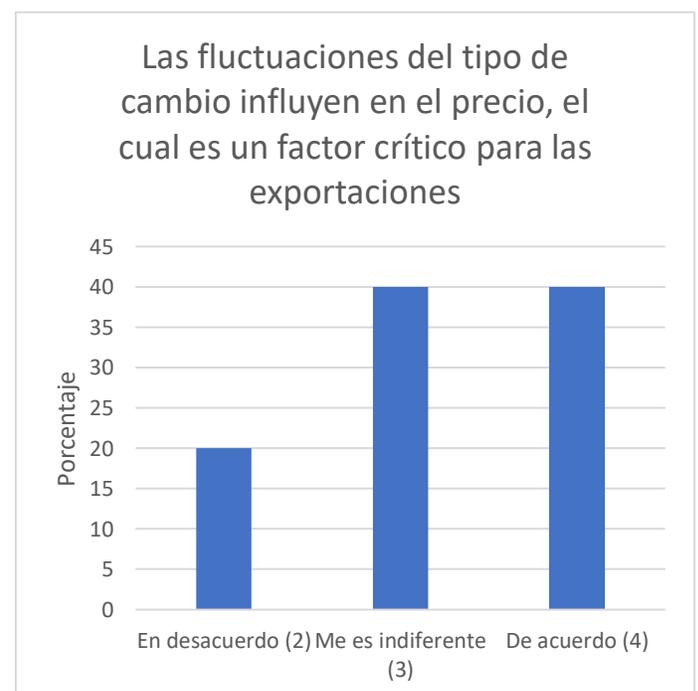
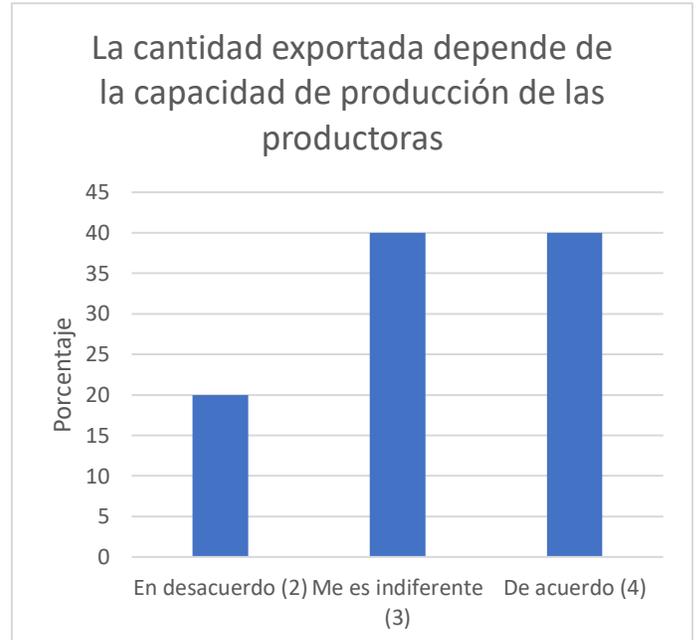
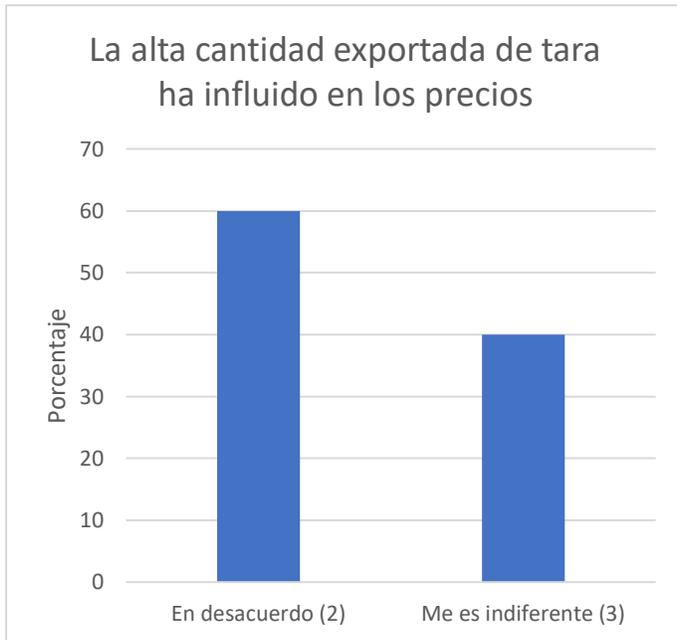
3. GEOGRAFÍA

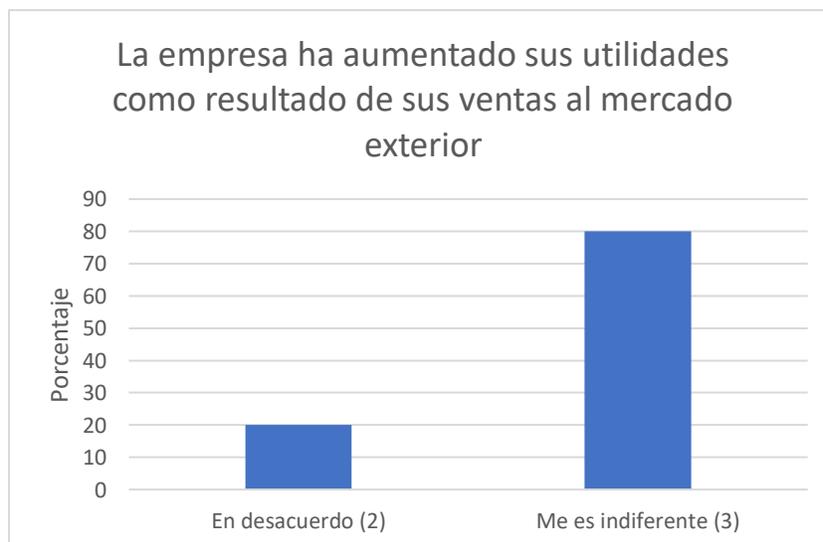
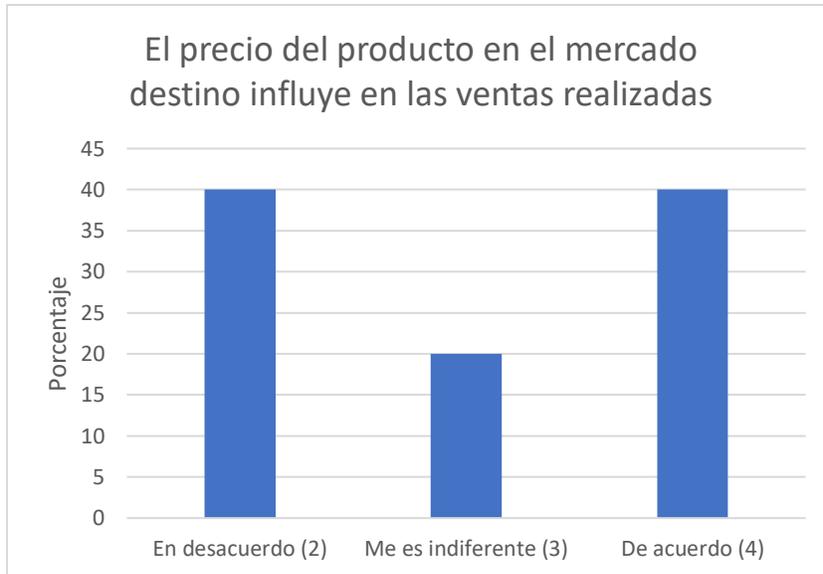


4. BARRERAS COMERCIALES



5. EXPORTACIONES





ANEXO 11: PRUEBA DE NORMALIDAD

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
FACTORES_CRÍTICOS	0.274	5	.200 [*]	0.850	5	0.195

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
EXPORTACIONES	0.248	5	.200 [*]	0.855	5	0.212

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

ANEXO 12: PRUEBAS DE CORRELACIÓN DE PEARSON

Correlaciones			
		FACTORES _CRÍTICOS	EXPORTA CIONES
FACTORES_CRÍTICOS	Correlación de Pearson	1	.969**
	Sig. (bilateral)		0.007
	N	5	5
EXPORTACIONES	Correlación de Pearson	.969**	1
	Sig. (bilateral)	0.007	
	N	5	5
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			
Correlaciones			
		V1D1_DEMA NDA	EXPORTA CIONES
V1D1_DEMANDA	Correlación de Pearson	1	0.468
	Sig. (bilateral)		0.427
	N	5	5
EXPORTACIONES	Correlación de Pearson	0.468	1
	Sig. (bilateral)	0.427	
	N	5	5
Correlaciones			
		V1D2_PRO DUCCIÓN	EXPORTA CIONES
V1D2_PRODUCIÓN	Correlación de Pearson	1	.980**
	Sig. (bilateral)		0.003
	N	5	5
EXPORTACIONES	Correlación de Pearson	.980**	1
	Sig. (bilateral)	0.003	
	N	5	5
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Correlaciones			
		V1D3_GEOGRAFÍA	EXPORTACIONES
V1D3_GEOGRAFÍA	Correlación de Pearson	1	0.555
	Sig. (bilateral)		0.332
	N	5	5
EXPORTACIONES	Correlación de Pearson	0.555	1
	Sig. (bilateral)	0.332	
	N	5	5
Correlaciones			
		V1D4_BARRERAS	EXPORTACIONES
V1D4_BARRERAS	Correlación de Pearson	1	.994**
	Sig. (bilateral)		0.001
	N	5	5
EXPORTACIONES	Correlación de Pearson	.994**	1
	Sig. (bilateral)	0.001	
	N	5	5
** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			