



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

**FACTORES INTERNOS QUE LIMITAN LA CAPACIDAD
DE EXPORTACIÓN DE ROSAS DE LOS
COMERCIALIZADORES EN LOS MERCADOS DE
FLORES EN EL DISTRITO DEL RÍMAC, LIMA 2023**

**PRESENTADO POR
CONNLY GUADALUPE EULOGIO CAMONES
ALVARO BRUNO MOSQUEIRA MONTOYA**

**ASESOR
FÉLIX GONZÁLEZ-POLAR BERENZ**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO 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 ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**FACTORES INTERNOS QUE LIMITAN LA CAPACIDAD DE
EXPORTACIÓN DE ROSAS DE LOS COMERCIALIZADORES EN
LOS MERCADOS DE FLORES EN EL DISTRITO DEL RÍMAC,
LIMA 2023**

PARA OPTAR

**EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR

**EULOGIO CAMONES, CONNY GUADALUPE
MOSQUEIRA MONTOYA, ALVARO BRUNO**

ASESOR

MG. FÉLIX GONZÁLEZ-POLAR BERENZ

LIMA, PERÚ

2024

Agradecimientos

Quiero agradecer a Dios, ante todo, por darme la fuerza para sobrellevar las adversidades en el camino. Además, agradezco a cada persona que nos apoyó con la elaboración de la presente tesis, a mis padres por el soporte en este proceso y finalmente a mi gatita niebla por las amanecidas.

Conny Eulogio Camones

Gracias a Dios por permitirme tener salud y fortalezas para realizar el presente trabajo de investigación y agradecer a mi señora madre Elizabeth por todo el apoyo brindado hasta la fecha.

Alvaro Mosqueira Montoya

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	20
1.1 Antecedentes de la Investigación.....	20
1.1.1 Antecedentes Internacionales.....	20
1.1.2 Antecedentes Nacionales	29
1.2 Bases Teóricas.....	34
1.2.1 Rosas.....	34
1.2.2 Factores Internos.....	45
1.2.3 Exportación.....	52
1.3 Definición de Términos Básicos.....	61
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	63
2.1 Formulación de Hipótesis Principal y Derivadas	63
2.1.1 Hipótesis General	63
2.1.2 Hipótesis específicas	63
2.2 Variables y Definición Operacional.....	64
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	66
3.1 Diseño Metodológico.....	66
3.2 Diseño Muestral	67
3.3 Técnicas de Recolección de Datos	68
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	72
3.5 Aspectos Éticos.....	72
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	73
4.1 Descripción de la muestra.....	73
4.2 Variable Independiente: Factores Internos.....	73
4.2.1 Dimensión 1: Falta de acceso de financiamiento.....	73
4.2.2 Dimensión 2: Desconocimiento para exportar	84
4.2.3 Dimensión 3: Mala elección de proveedores	91
4.2.4 Dimensión 4: Falta de apoyo del estado.....	100
4.3 Variable dependiente: Capacidad de exportación	106
4.3.1 Dimensión 1: Capacidad productiva	106
4.3.2 Dimensión 2: Capacidad de personal y de gestión.....	108

4.3.3 Dimensión 3: Capacidad comercial.....	110
4.3.4 Dimensión 4: Gestión económica y financiera	113
4.4 Prueba de Normalidad	116
4.5 Resultados de la contrastación de la hipótesis	117
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	123
5.1 Discusión de resultados	123
5.1.1 Discusión de resultados de la hipótesis general	123
5.1.2 Discusión de resultados de la hipótesis específica 1	124
5.1.3 Discusión de resultados de la hipótesis específica 2	124
5.1.4 Discusión de resultados de la hipótesis específica 3	125
5.1.5 Discusión de resultados de la hipótesis específica 4	126
CONCLUSIONES.....	127
RECOMENDACIONES	129
REFERENCIAS.....	130
ANEXOS	147
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	147
ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	150
ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS	153
ANEXO 4: VALIDACIÓN DE EXPERTOS.....	162

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Principales Rosas Antiguas	36
Tabla 2 Principales Rosas Modernas	37
Tabla 3 Principales países exportadores de rosas, 2018-2022 en valor exportado (miles de USD)	58
Tabla 4 Principales países exportadores de rosas, 2018-2022 en Cantidad Exportada (Toneladas)	58
Tabla 5 Empresas del sector de flores y suministros para floristería	60
Tabla 6 Empresas del sector productos ornamentales y de vivero	61
Tabla 7 Variable independiente	64
Tabla 8 Variable dependiente	65
Tabla 9 Análisis de Coeficiente de Cronbach del Instrumento	70
Tabla 10 Análisis de Coeficiente de Cronbach de las variables	71
Tabla 11 P1 ¿Considera usted que la falta de acceso de financiamiento tiene relación con la poca variedad de entidades financieras?	73
Tabla 12 P2 ¿Considera usted que las entidades financieras ofrecen poca variedad de servicios (tarjeta de crédito empresariales, créditos comerciales, etc.) por el tamaño o rubro de su negocio?	74
Tabla 13 P3 ¿Piensa usted que la falta de acceso de financiamiento limita la capacidad exportadora de su empresa?	76
Tabla 14 P4 ¿Considera usted que su empresa tiene una limitación para acceder a créditos financieros?	77
Tabla 15 P5 ¿Usted cree que la falta de acceso crediticio afecta directamente en el desarrollo de sus actividades para el crecimiento de su negocio?	78
Tabla 16 P6 En el caso de obtener un crédito, ¿Considera usted que realizaría un adecuado manejo del mismo?	80
Tabla 17 P7 ¿Piensa usted que el inadecuado uso del crédito limita a su empresa a futuras oportunidades de financiamiento?	81
Tabla 18 P8 ¿Considera usted que una inadecuada practica de uso del crédito perjudicaría su comercialización al mercado internacional?	82
Tabla 19 P9 ¿Considera usted que no cuenta con información sobre el proceso de exportación de rosas al mercado internacional?	84
Tabla 20 P10 ¿Cree usted que la falta de información limita la capacidad de su empresa para exportar?	85
Tabla 21 P11 ¿Usted cree que su empresa presenta una dificultad en la selección de los mercados internacionales?	86
Tabla 22 P12 Es importante que los comercializadores de rosas realicen un análisis para seleccionar los mercados internacionales	87
Tabla 23 P13 ¿Considera usted que una adecuada selección de mercado internacional aumentara la comercialización de las rosas?	88
Tabla 24 P14 ¿Considera usted que cuenta con experiencia en comercio exterior (exportación e importación)?	89
Tabla 25 P15 ¿Considera usted que la falta de experiencia en comercio exterior es una limitante para exportar?	90

Tabla 26 P16 ¿Considera usted que su proveedor suministra un producto de calidad?.....	91
Tabla 27 P17 ¿Considera usted que una inadecuada selección de proveedores se ve reflejado en la calidad del producto que comercializa?	93
Tabla 28 P18 ¿Considera usted que la calidad de las rosas que comercializa cumple con los requisitos exigidos en el mercado internacional?	94
Tabla 29 P19 ¿Usted realiza una comparación de precios de sus diversos proveedores de rosas para mejorar la rentabilidad de su negocio?	95
Tabla 30 P20 Es importante que sus proveedores faciliten pagos a plazos (créditos) a su empresa para la comercialización de rosas a nivel internacional ..	96
Tabla 31 P21 ¿Considera usted que el incumplimiento en la entrega de sus productos es responsabilidad del proveedor?	97
Tabla 32 P22 ¿Piensa usted que una ruptura en la cadena de suministro se relaciona como una limitante para la comercialización en el mercado internacional?.....	98
Tabla 33 P23 ¿Considera usted que la falta de apoyo del estado impacta en el desarrollo de sus actividades?	100
Tabla 34 P24 ¿Cree usted que el impacto en el desarrollo de sus actividades perjudica la comercialización de sus rosas al mercado internacional?	101
Tabla 35 P25 ¿Cree usted que existen programas de apoyo del estado para los comercializadores de rosas?.....	102
Tabla 36 P26 ¿Considera usted que los requisitos para acceder a programas de capacitación y financiamiento promovidos por el estado son difíciles?	103
Tabla 37 P27 ¿Considera usted que los programas del estado son necesarios en la comercialización de sus rosas al mercado internacional?	104
Tabla 38 P28 ¿Considera usted que su empresa puede cumplir con el volumen de demanda que exige el mercado internacional?	106
Tabla 39 P29 ¿Considera usted que sus proveedores cuentan con capacidad instalada (Infraestructura) para cumplir con la comercialización al mercado internacional?.....	107
Tabla 40 P30 ¿Considera usted que la falta de personal capacitado es una limitante para la exportación de rosas?.....	108
Tabla 41 P31 ¿Considera usted que su empresa cuenta con personal capacitado para la exportación de las rosas?.....	109
Tabla 42 P32 ¿Considera usted que su empresa cuenta con la capacidad comercial para la exportación de las rosas?	110
Tabla 43 P33 Es importante elaborar planes de comercialización para ingresar al mercado extranjero	111
Tabla 44 P34 ¿Considera usted que es importante conocer los aspectos generales (precio, promoción, etc.) del mercado extranjero?	112
Tabla 45 P35 ¿Considera usted que su empresa cuenta con recursos financieros para la exportación?.....	114
Tabla 46 P36 ¿Considera usted que la falta de recursos financieros es una limitante para el ingreso a mercados internacionales?.....	115
Tabla 47 Prueba de Normalidad	116
Tabla 48 <i>Correlación de Rho de Spearman entre los factores internos y la capacidad de exportación</i>	

.....	117
Tabla 49 Correlación de la hipótesis específica 1 entre la falta de acceso de financiamiento y capacidad productiva.....	118
Tabla 50 Correlación de la hipótesis específica 2 entre el desconocimiento para exportar y capacidad de personal y de gestión	119
Tabla 51 Correlación de la hipótesis específica 3 entre la mala elección de proveedores y la capacidad comercial	120
Tabla 52 Correlación de la hipótesis específica 4 entre la falta de apoyo del estado y la gestión económica y financiera.....	121

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Rosa Banksiae	35
Figura 2 Rosa Canina	36
Figura 3 Producción de especies de flores en Colombia 2021.....	42
Figura 4 Producción de especies de flores en Ecuador 2021	43
Figura 5 Valor exportado (Miles de USD) y Capacidad exportado (Toneladas), 2018-2022	59
Figura 6 Pregunta uno del cuestionario.....	74
Figura 7 Pregunta dos del cuestionario	75
Figura 8 Pregunta tres del cuestionario.....	76
Figura 9 Pregunta cuatro del cuestionario.....	78
Figura 10 Pregunta cinco del cuestionario	79
Figura 11 Pregunta seis del cuestionario.....	80
Figura 12 Pregunta siete del cuestionario	81
Figura 13 Pregunta ocho del cuestionario	83
Figura 14 Pregunta nueve del cuestionario	84
Figura 15 Pregunta diez del cuestionario	85
Figura 16 Pregunta once del cuestionario	86
Figura 17 Pregunta doce del cuestionario.....	87
Figura 18 Pregunta trece del cuestionario.....	88
Figura 19 Pregunta catorce del cuestionario	90
Figura 20 Pregunta quince del cuestionario	91
Figura 21 Pregunta dieciséis del cuestionario	92
Figura 22 Pregunta diecisiete del cuestionario.....	93
Figura 23 Pregunta dieciocho del cuestionario.....	94
Figura 24 Pregunta diecinueve del cuestionario.....	95
Figura 25 Pregunta veinte del cuestionario	97
Figura 26 Pregunta veintiuno del cuestionario	98
Figura 27 Pregunta veintidós del cuestionario.....	99
Figura 28 Pregunta veintitrés del cuestionario	100
Figura 29 Pregunta veinticuatro del cuestionario	101
Figura 30 Pregunta veinticinco del cuestionario	102
Figura 31 Pregunta veintiséis del cuestionario	104
Figura 32 Pregunta veintisiete del cuestionario.....	105
Figura 33 Pregunta veintiocho del cuestionario.....	106
Figura 34 Pregunta veintinueve del cuestionario.....	107
Figura 35 Pregunta treinta del cuestionario.....	108
Figura 36 Pregunta treinta uno del cuestionario.....	110
Figura 37 Pregunta treinta y dos del cuestionario	111
Figura 38 Pregunta treinta y tres del cuestionario	112
Figura 39 Pregunta treinta y cuatro del cuestionario	113
Figura 40 Pregunta treinta y cinco del cuestionario.....	114
Figura 41 Pregunta treinta y seis del cuestionario.....	115

RESUMEN

La presente investigación describe la importancia de analizar los factores internos que limitan el desarrollo de la capacidad exportadora de las empresas comercializadoras de rosas en los mercados de flores ubicados en el distrito del Rímac, siendo los más influyentes la falta de acceso de financiamiento, el desconocimiento para exportar, la mala elección de proveedores y la falta de apoyo del estado.

El objetivo del estudio es determinar de qué manera los factores internos limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023, considerando una metodología de investigación con enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, el alcance es descriptivo considerando un diseño no experimental. La investigación utilizó como instrumento de datos el cuestionario online con una muestra de 82 trabajadores de las empresas comercializadoras de rosas de los mercados de Santa Rosa y Piedra Liza. Se obtuvo como resultado el Alfa de Cronbach igual a 0.664 es decir que la confiabilidad del cuestionario es alta, además un nivel de correlación positiva baja con un resultado Spearman de 0.270 y una prueba significativa de $=0.014$ siendo este valor menor a 0.05 para la hipótesis general, por lo cual se concluye que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que indica que los factores internos limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023.

Palabras claves: Factores internos, capacidad de exportación, comercialización.

ABSTRACT

This research describes the importance of analyzing the internal factors that limit the development of the export capacity of rose marketing companies in the flower markets located in the Rimac district, the most influential being the lack of access to financing, the lack of knowledge about exporting, the poor choice of suppliers and the lack of government support.

The objective of the study is to determine how internal factors limit the rose export capacity of marketers in the flower markets in the district of Rimac, Lima 2023, considering a research methodology with a quantitative approach, applied type, the scope is descriptive considering a non-experimental design. The research used the online questionnaire as a data instrument with a sample of 82 workers of the rose commercialization companies of the Santa Rosa and Piedra Liza markets. As a result, Cronbach's Alpha was obtained as 0.664, which means that the reliability of the questionnaire is high, in addition to a low level of positive correlation with a Spearman result of 0.270 and a significant test of $=0.014$ being this value less than 0.05 for the general hypothesis, so it is concluded that the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis that indicates that internal factors limit the export capacity of rose marketers in the flower markets in the district of Rimac, Lima 2023 is accepted.

Key words: Internal factors, export capacity, commercialization.

RESUMEN DE REPORTE TURNITÍN

ESTUDIANTES: EULOGIO CAMONES, CONNY GUADALUPE MOSQUEIRA
MONTROYA, ALVARO BRUNO (2 DE ABRIL, 2024)

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**FACTORES INTERNOS QUE LIMITAN LA
CAPACIDAD DE EXPORTACIÓN DE ROSA
S DE LOS COMERCIALIZADORES EN LOS
M**

RECuento DE PALABRAS

30708 Words

RECuento DE CARACTERES

176378 Characters

RECuento DE PÁGINAS

177 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

2.8MB

FECHA DE ENTREGA

Apr 2, 2024 8:28 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Apr 2, 2024 8:30 PM GMT-5

● 15% de similitud general

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

- 13% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 2% 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)

INTRODUCCIÓN

Una de las principales flores son las rosas, atractivas en todo el mundo debido a su forma, color y aroma, estas características hacen que su producción y comercialización sea de gran relevancia a nivel nacional e internacional. Sin embargo, son pocos los comercializadores que cuentan con la capacidad exportadora que demanda el mercado extranjero, ya que enfrentan factores internos que limitan el desarrollo de sus negocios, teniendo como consecuencia el impedimento en el crecimiento de sus ventas.

Resulta importante señalar que la capacidad exportadora es la excelencia para aprovechar las oportunidades en un mercado distinto, por lo cual las empresas deben estar debidamente preparadas para cumplir los estándares que exige la internacionalización con un personal capacitado y con los recursos financieros que permitan satisfacer al mercado objetivo. Las personas naturales y jurídicas que comercializan y exportan sus productos obtienen beneficios, ya que acceden a mercados con mayor potencial, posicionando su imagen en el exterior.

A nivel mundial, Chavarro (2022) comenta que, en el 2020, Europa ha comercializado el 52% de la producción total de flores a nivel mundial, con un valor de U\$D 4,17 billones. De este valor, los Países Bajos comercializan el 88,7% del total producido en Europa, que corresponde a U\$D 3,7 billones, siendo el principal proveedor europeo. En cuanto a África, los países exportadores de flores son Kenia, con casi el 70% de las exportaciones del continente, seguido de Etiopía con el 22%. Por otro lado, la exportación de rosas en el 2022 alcanzó un valor exportado de U\$D 3,013,231,000 (Trade Map, 2023). Los datos muestran de manera positiva

la producción y comercialización que realizan los países alrededor del mundo, ya que cuentan con la capacidad exportadora que permite insertarse en el mercado global.

En los últimos años en Latinoamérica, Ecuador ha presentado factores internos limitantes en la comercialización de rosas como las protestas originadas en el país y la emergencia sanitaria mundial Covid-19. Debido a ello, las exportaciones superaron el número de pérdidas registradas en la pandemia (Parra, 2022). En cuanto a Colombia, muestra una situación problemática similar a su país vecino ya que sus exportaciones de flores decrecieron un 5% durante la pandemia (Rodríguez, 2023).

Es decir, ambos países presentaron limitaciones en la comercialización de rosas durante la pandemia por las restricciones, teniendo como consecuencia el bajo nivel de ventas en comparación a años anteriores. Por otro lado, al cierre del 2022, Ecuador y Colombia se ubican en el segundo y quinto puesto en la exportación de rosas con el 24.9% y 3.8% de la participación mundial considerando la partida arancelaria 06031101 (Trade Map, 2023)

A nivel nacional, el Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales (2023), informa que las exportaciones de flores del 2018 al 2022 crecieron en un promedio anual de 7.1% debido al aumento de exportaciones de los lirios en un 8.5% y de las rosas en un 3.5% en comparación al 2021. De igual forma, hubo un crecimiento en las exportaciones de girasol y wax. Por otro lado, las importaciones de flores en el 2022 se concentraron en rosas al 73.1%, tulipanes 11.8% y claveles 11.1%. Con respecto a los datos estadísticos, muestran el alto nivel de compras de los comercializadores peruanos de rosas en el extranjero para

cumplir con la demanda local con productos de mejor calidad, porque cuentan con canales de distribución más desarrollados para la conservación de las flores.

Dávila (2013) indica que uno de los principales problemas en la comercialización de rosas, es la fluctuación de precios, debido a la falta de organización entre los productores y comercializadores, ya que, en muchos casos, toman la decisión de bajar los precios generando una competencia desleal. Otra limitante en la industria es la logística deficiente en el traslado de las flores para su comercialización, realizándose desde zonas alejadas ubicadas en diferentes regiones del país con accesos complicados, presentando un problema para aquellos negocios que no cuenten con los medios de transporte adecuados.

En el Perú, se observa que las empresas comercializadoras pueden ser afectadas por factores internos, como, infraestructura limitada, mala administración, capacidad mínima para la inversión, poco involucramiento del estado en el sector y el incumplimiento de los proveedores en la calidad de las rosas o plazos de entrega son los factores más preocupantes del comercio. Entonces, los comercializadores que no logren adaptarse e invertir en el mejoramiento de sus procesos internos, no tendrán la capacidad exportadora necesaria para la internacionalización de sus productos.

En cuanto a los mercados objeto de estudio, Santa Rosa y Piedra Liza, son los principales mercados mayoristas de flores en Lima y se encuentran ubicados en el distrito del Rímac, donde la mayor producción de rosas de diversas partes del territorio nacional es comercializada. A pesar de la importancia y tamaño de estos mercados, los comercializadores que desarrollan sus actividades en dicho lugar no cuentan con una buena administración; adicional a ello, no acceden a créditos con

las entidades financieras que les permita invertir en el crecimiento o expansión del negocio. Asimismo, se ven afectados debido a los negocios informales ubicados a los alrededores del mercado y de la dependencia de un intermediario para el cumplimiento de sus ventas. Para concluir, las empresas comercializadoras de rosas en los mercados de Santa Rosa y Piedra Liza tienen la intención de exportar sus productos, sin embargo, encuentran factores internos que limitan su capacidad para la expansión de sus ventas a nivel internacional.

La presente investigación tiene como problema principal: ¿De qué manera los factores internos limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023?

Además, como problema específico 1: ¿De qué manera la falta de acceso de financiamiento limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023?

Problema específico 2: ¿De qué manera el desconocimiento para exportar limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023?

Problema específico 3: ¿De qué manera la inadecuada elección de proveedores limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023?

Problema específico 4: ¿De qué manera la falta de apoyo del estado limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023?

El objetivo principal de la presente investigación es determinar de qué manera los factores internos limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

Además, como objetivo específico 1: Determinar de qué manera la falta de acceso de financiamiento limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

Objetivo específico 2: Determinar de qué manera el desconocimiento para exportar limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

Objetivo específico 3: Determinar de qué manera la inadecuada elección de proveedores limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

Objetivo específico 4: Determinar de qué manera la falta de apoyo del estado limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

Por lo cual, se plantea las siguientes hipótesis:

Hipótesis General: Factores internos limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

Hipótesis Especifica 1: La falta de acceso de financiamiento limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

Hipótesis Especifica 2: El desconocimiento para exportar limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores de los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

Hipótesis Especifica 3: La inadecuada elección de proveedores limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

Hipótesis Especifica 4: La falta de apoyo del estado limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

De acuerdo con la importancia de la investigación, el desarrollo de las actividades de los comercializadores es afectado por factores internos que limitan la capacidad exportadora, teniendo como resultado el impedimento en el crecimiento de sus ventas. Debido a esto, a pesar de que existe diversa información acerca de la capacidad exportadora en las pequeñas y medianas empresas, se evidencian vacíos de conocimiento en cuanto a la comercialización de rosas.

Por tal razón, el presente estudio será importante, ya que investiga las limitaciones en las actividades de exportación de los comercializadores de flores ubicados en los mercados de Santa Rosa y Piedra Liza. Asimismo, por medio de antecedentes nacionales, internacionales y diversos artículos científicos se podrá sustentar el estudio con la finalidad de conseguir información relevante que permita encontrar respuestas a la situación problemática. Por otro lado, la investigación utilizara como instrumento el cuestionario para la recopilación de la información siendo validado por expertos con la finalidad de evaluar de manera objetiva los datos recolectados, brindando recomendaciones y conclusiones que serán

aprovechadas para futuras investigaciones o como base de datos para estudios posteriores.

La viabilidad de la investigación fue evaluada de manera técnica ya que, los investigadores cuentan con la autorización de la población para la realización del estudio, el acceso a las instalaciones y la programación de reuniones. Asimismo, a través del uso de las fuentes de información, bases de datos, libros, artículos e investigaciones permitirá conocer los factores internos que limitan la capacidad exportadora para el análisis y contraste del marco teórico con los resultados del estudio, así misma viabilidad legal respetando la información y utilizado netamente para el estudio manteniendo los datos y respuestas de manera confidencial.

Además, la investigación es viable de manera económica, ya que los investigadores cuentan con los recursos necesarios y presentan un presupuesto destinado a los gastos referentes del estudio. Por último, la viabilidad tecnológica debido a que los investigadores cuentan con las herramientas tecnológicas necesarias para el desarrollo del estudio.

Se considero como limitaciones del estudio a que los puestos de los comercializadores de rosas dentro de los mercados se encuentran dispersos y que los trabajadores dan prioridad a sus actividades diarias como las ventas y promoción de sus rosas, disponiendo de limitado tiempo para el llenado de encuestas. Por último, el cruce de horarios laborales entre los investigadores para realizar el proyecto.

La investigación optara como metodología un enfoque cuantitativo con un alcance descriptivo considerando un diseño no experimental sin la manipulación de las variables.

En el capítulo uno se desarrollará los antecedentes y el marco teórico del estudio.

En el capítulo dos se presentan las variables e hipótesis planteadas en la investigación.

En el capítulo tres se describe la metodología que se utilizó en la investigación, considerando el detalle de la muestra y los instrumentos.

En el capítulo cuatro se enumeran los resultados obtenidos de la investigación después de la aplicación del instrumento.

Finalmente, en el último capítulo se presentan los resultados del estudio brindando información relevante para los comercializadores interesados en las exportaciones de rosas.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la Investigación

1.1.1 Antecedentes Internacionales

De acuerdo con Pérez (2021) en su tesis denominada “Análisis de los factores que influyen en las exportaciones de rosas hacia Estados Unidos Período 2010-2019; publicada en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Ecuador”; la cual tuvo como problemática la falta de apoyo y control del gobierno ecuatoriano por la terminación del tratado internacional ATPDEA con Estados Unidos en 2013 y el paro nacional en el 2019 que detuvo la producción y exportación de los bienes. Asimismo, la pandemia COVID 19 generó grandes pérdidas económicas en el país; por lo que se buscó como objetivo, analizar los factores internos y externos que influyen en las exportaciones de rosas hacia Estados Unidos en el período 2010-2019.

El autor planteo como metodología un enfoque mixto con un tipo de investigación descriptiva, ya que se utilizaron datos estadísticos históricos e indicadores numéricos emitidos por fuentes oficiales como el Banco Central de Ecuador, Fedexport, SENA, Expoflores relacionados con el comercio exterior, enfocándose en la participación del sector florícola. De ello se obtuvo como resultado la importancia de EE. UU. para el mercado ecuatoriano, ya que fue el mayor socio comercial de las exportaciones de rosas con una participación del 44% desde el 2010 hasta 2019, asimismo, los acuerdos comerciales de Ecuador con otros países del mundo no ayudo a desarrollar la producción y exportación del sector florícola, lo cual significo pérdidas económicas, de empleo, de producción y

de mercado, siendo aprovechado por países con mejor estabilidad económica, laboral y política. Finalmente, pudieron concluir que los acuerdos comerciales internacionales vigentes que mantiene Ecuador no logran sacar el máximo provecho a la producción, generando trabas o barreras en la capacidad exportadora de los productores y comercializadores. En síntesis, la investigación determinó que la falta de apoyo del estado y los conflictos sociales son factores internos que limitaron la evolución de las exportaciones del sector florícola.

Asimismo, Cedillo (2021) dio a conocer en su tesis de investigación “Diagnóstico sobre las necesidades y usos del sistema bancario en una comunidad rural dedicada a la producción y comercialización de flores: el caso de Santiago Oxtotitlán, Estado de México”; publicada en la Universidad Nacional Autónoma de México; la cual tuvo como problema de investigación ¿Qué acciones se requieren para que los productores y comercializadores de flores de la comunidad de Santiago Oxtotitlán puedan tener mayor acceso al crédito bancario?

Desde el punto de vista de la autora, el objetivo fue proponer acciones que brinden facilidades al acceso crediticio bancario de los productores y comercializadores de flores de la comunidad de Santiago Oxtotitlán a través de la identificación y análisis de las principales causas que determinan la insuficiencia financiera de los productos otorgados para el desarrollo de las actividades en las pequeñas y medianas empresas. Por consiguiente, se planteó como metodología un enfoque cuantitativo teniendo como instrumento encuestas realizadas a productores y comercializadores de flores, la muestra estuvo conformada por 85 empresas de la comunidad objeto de estudio.

De ello se obtuvo como principales resultados que, el 89% de los encuestados indican no apoyarse en los bancos para el acceso a un financiamiento, el 55% no acuden a prestamistas para el desarrollo de sus actividades, el 52% no cumple con el pago puntual de los créditos otorgados y por último el 62% indican no estar interesados en solicitar un préstamo.

Lo antes descrito conlleva a concluir que los titulares de las empresas en estudio no están dispuestos a considerar herramientas financieras debido al desconocimiento y temor que experimentan hacia los bancos, además, el conocimiento de las leyes. Asimismo, la banca comercial en México no realiza esfuerzos para la captación de pequeños empresarios. En resumen, la autora determina a la falta de acceso de financiamiento de los pequeños productores y comercializadores como una limitante en la evolución de sus negocios, por lo cual se considera como una variable importante de estudio, ya que la población investigada cuenta con características similares a la presente investigación.

De acuerdo con Jiménez (2021) en su tesis denominada "Estudio de prefactibilidad en la empresa "Flores Edith" para expandirse a mercados internacionales en el continente europeo, según sus capacidades internas y externas"; publicada en la Universidad Católica de Pereira, Colombia; el cual formulo como problema de investigación ¿Es factible en términos de mercado y aspecto económico, la expansión internacional de la Empresa Flores Edith en el continente Europeo?

La autora planteó como objetivo realizar un estudio preliminar a la empresa "Flores Edith" para el inicio de su expansión internacional a los mercados ubicados en Europa. Por consiguiente, se planteó como metodología un enfoque mixto

vinculando datos cuantitativos y cualitativos con un tipo de investigación descriptivo, diseño no experimental, utilizando variedad de instrumentos para recopilar información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida y teniendo como población a los expertos del sector floricultor colombiano, empleados de la empresa Flores Edith con cargos administrativos, personal de Procolombia y cámara de comercio con amplio conocimiento en el rubro de exportaciones en el país.

La investigación arrojó como resultado que la empresa Flores Edith cuenta con la capacidad de producción para la inserción en el mercado exterior con productos novedosos. Sin embargo, presenta limitaciones como la falta de estrategias de comercialización y marketing y costos de operación. De igual forma, la organización no cuenta con una infraestructura que permita cubrir una demanda en el exterior y no cuenta con los recursos financieros para el desarrollo de sus actividades en el comercio exterior

Finalmente, se pudo concluir que, la empresa “Flores Edith” no es apta para iniciar un proceso de internacionalización, ya que no cuenta con un personal capacitado para la exportación y tiene una mala administración en las diversas áreas de la organización. Asimismo, la empresa tiene recursos limitados para la expansión de sus productos al mercado internacional. Por tal motivo, el antecedente aportara las limitaciones a las que se enfrentan las pequeñas empresas al intentar desarrollar una capacidad exportadora que les permita ingresar al mercado exterior.

De acuerdo con Chávez (2019) en su tesis denominada “Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de la rosa Explorer, de la empresa

“Leon Roses” ubicada en el Cantón Bolívar – Carchi”; publicada en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Ecuador; el cual planteó como problemática de investigación el descuido de la atención y seguimiento a la calidad de las rosas desaprovechando las ventajas competitivas y comparativas del sector por el escaso acceso a estudios de investigación de mercados, la falta de asesoría técnica y tecnológica en las áreas de producción, generando inconvenientes en los procesos de comercialización de la empresa “Leon Roses” y poniendo en riesgo su rentabilidad.

El autor planteó como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la comercialización al mercado internacional de la rosa Explorer de la empresa “Leon Roses” ubicada en el cantón Bolívar-Carchi con el fin de generar fuentes de trabajo y bienestar común en la sociedad a través de la investigación bibliográfica realizando un análisis de mercado, técnico y financiero de la organización y el diagnóstico del mercado para la exportación.

Por consiguiente, se planteó como metodología un enfoque mixto con tres tipos de investigación que se detallan a continuación: investigación descriptiva, con el resumen de las características más importantes enfocándose a las variables; investigación exploratoria, a través de la presentación de posibles soluciones a las problemáticas de la empresa y una investigación-acción, tomando en cuenta los puntos de vista de una población relacionada directamente a la problemática tratada. Se presentó como instrumento la revisión de páginas web, datos secundarios, entrevista al gerente propietario de la empresa “Leon Roses” y cuestionarios aplicados a diez empresas importadoras de rosas con negocios de comercialización en Miami, Estados Unidos.

Los principales resultados obtenidos en la entrevista denotan que la provincia del Carchi cuenta con ventajas geográficas obteniendo un gran impacto en la producción, desarrollo social y económico en la comercialización de las rosas Explorer. La empresa “Leon Roses” ha logrado exportar flores a varios países ubicados en Europa y Sudamérica teniendo como meses de mayor demanda febrero, mayo y agosto. En cuanto a la encuesta, el 100% de los importadores realizan la compra de rosas para su venta, siendo esta la principal fuente de ingreso para la recuperación de la inversión, el 30% compra rosas de la variedad Explorer, el 40% compra rosas en días especiales, el 40% toma en cuenta la durabilidad de las rosas como factor de decisión de importación, el 40% se entera de las empresas exportadoras de rosas ecuatorianas mediante Internet. Asimismo, los resultados obtenidos en la recopilación de información en fuentes primarias y secundarias indican que el mejor destino para la comercialización de la rosa Explorer es el mercado de Estados Unidos, país que presenta una menor amenaza en comparación con Alemania y España.

Finalmente, se pudo concluir que, la empresa ha podido conocer la factibilidad que tiene la comercialización internacional de la rosa Explorer al mercado estadounidense al ser la economía más fuerte y tener una gran aceptación de las rosas ecuatorianas, siendo el producto más importante de la oferta exportable de la florícola “Leon Roses” teniendo un margen de utilidad que beneficia a la empresa, considerando el proyecto rentable desde el enfoque financiero, dando un TIR del 29,93% y VAN de \$112.477,29 con una utilidad esperada que justifica la inversión y su financiamiento. En resumen, a través del estudio de la información de los aspectos generales de tres países se logra determinar la mejor opción para la comercialización de las rosas. De igual manera, se realiza un análisis financiero

que determina que la empresa cuenta con los recursos para la exportación y obtendrá una rentabilidad. Por lo cual, en la presente investigación se demostrará la importancia del conocimiento y análisis que deben tener en consideración los comercializadores previo al posicionamiento de las rosas en un mercado exterior para minimizar los riesgos.

De acuerdo con Calva y Sánchez (2022) en su tesis denominada “El decrecimiento de las exportaciones de rosas ecuatorianas hacia EE.UU. y su incidencia en la balanza comercial”; publicada en la Universidad de Guayaquil, Ecuador; el cual planteó como problemática de investigación las variaciones significativas en la balanza comercial de Ecuador en las exportaciones de rosas, las cuales están ocurriendo en los últimos años, viéndose reflejado de manera negativa en las estadísticas comerciales en comparación con las exportaciones de rosas colombianas.

Los autores plantearon como objetivo analizar el decrecimiento de las exportaciones de rosas producidas en Ecuador y su afectación en la balanza comercial a través del análisis de las importaciones de rosas de Estados Unidos procedente de América Latina en el periodo 2016-2021, identificando las medidas arancelarias y no arancelarias impuestas por el mercado estadounidense.

Por consiguiente, se planteó como metodología un tipo de investigación descriptiva para medir y evaluar las situaciones, aspectos o características que conlleva el objetivo de estudio. Asimismo, la investigación tuvo un método analítico considerando como instrumento la realización de entrevistas a cuatro expertos del área de comercio exterior. La investigación arrojó como resultado que las exportaciones de rosas ecuatorianas han tenido variaciones dentro de la balanza

comercial del país desde el 2012 por diversos factores internos y externos; por ejemplo, la inexistencia de acuerdos comerciales bilaterales con Estados Unidos, el alto coste del flete, la falta del estudio del mercado internacional y la competencia directa de los exportadores de rosas mundiales hacen que Ecuador no cuente con herramientas para posicionarse como líder mundial en exportaciones de rosas.

Finalmente, se pudo concluir que, del 2013 al 2019 las exportaciones de rosas obtuvieron un nivel positivo por la preferencia arancelaria en ese periodo, pero luego por factores que interfirieron con el cultivo y plantación de las rosas ecuatorianas, obtuvieron como consecuencias la disminución de las exportaciones de rosas ecuatorianas a Estados Unidos, el pago de tarifas sin preferencias arancelarias y una política arancelaria muy variable entre los países, por lo cual la balanza comercial de los productos no petroleros se vio afectada con un déficit de millones de dólares. En resumen, se puede determinar a la falta de apoyo del estado y al desconocimiento de los mercados internacionales como factores que limitan la capacidad de exportación en el sector florícola, por tal motivo, en la investigación se considera como dimensiones importantes de estudio.

De acuerdo con Pillajo y Rumiguano (2021) en su tesis denominada "Análisis del sector exportador de rosas subpartida 0603.11.00.00 bajo la certificación de comercio justo al mercado de Estados Unidos en el periodo 2014-2019"; publicada en la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-Ecuador; la cual tuvo como problema ¿En qué medida la oferta exportable de rosas ecuatorianas correspondiente a la sub partida arancelaria 0603.11.00.00 bajo la certificación de comercio justo al mercado estadounidense, incide en el grado de desarrollo sostenible del Ecuador y cuál ha sido su impacto durante el periodo 2014 - 2019?

Las autoras plantearon como objetivo analizar la oferta exportable de las rosas para determinar y describir los criterios del comercio justo en los sectores de producción y exportación del mercado estadounidense en el período investigado. Con respecto a la metodología, las autoras usaron un enfoque mixto con un tipo de investigación aplicada a través del análisis de las empresas productoras, exportadoras y comercializadoras de rosas a Estados Unidos. Asimismo, la investigación presentó un alcance descriptivo debido a que evidenció los aspectos relevantes y significativos del estudio. Además, cuenta con un diseño no experimental, ya que utilizaron como instrumentos de datos las encuestas y observación directa de las principales empresas.

De ello se obtuvo como resultado que el 86% de los gerentes encuestados tienen conocimiento sobre el proceso de exportación bajo la certificación del comercio justo, el 36% considera que el principal comprador es Estados Unidos, un 36% menciona como dificultad a las políticas especulativas de los proveedores en los insumos, el 22% a la falta de incentivos del gobierno y un 21% a las fuertes exigencias por parte de las autoridades locales. Por otro lado, el 36% indica que en el aspecto legal el apoyo del Estado es bueno y un 29% lo considera como malo.

Esto conlleva a concluir que el sector florícola puede permanecer y crecer en el mercado internacional debido a que se mantiene estable y en crecimiento por sus características y gran reputación siendo Estados Unidos uno de los principales mercados objetivos. De igual forma a través del apoyo del Estado al establecer políticas de comercio justo puede mitigar los riesgos en el ámbito económico y social de los involucrados del sector de las rosas. En síntesis, la presente investigación demuestra que a través del apoyo e involucramiento del Estado en el

sector florícola permite potenciar el ingreso a los mercados internacionales generando una mayor rentabilidad.

1.1.2 Antecedentes Nacionales

Avendaño y Iglesias (2018) dieron a conocer en su tesis de investigación "Factores limitantes de la exportación de heliconias a Santiago de Chile provenientes de la asociación Ave de Paraíso, San Ramón, Perú – 2017"; publicada en la Universidad San Martín de Porres; la cual tuvo como problema de investigación la poca tecnología, falta de crédito y baja demanda de las flores exóticas en el exterior que impacta en las actividades de la asociación debido a la falta de apoyo económico de las autoridades locales limitando la exportación de los productores.

Desde el punto de vista de los autores el objetivo fue identificar los factores que limitan la exportación de heliconias de la Asociación Ave de Paraíso al mercado de Santiago, Chile a través del estudio de las limitaciones para el financiamiento, infraestructura, gestión de producción y gestión de expansión al mercado internacional. Por consiguiente, se planteó como metodología un enfoque cualitativo – cuantitativo con un tipo de investigación exploratoria, ya que no existen antecedentes sobre las exportaciones de Heliconias en el Valle de Chanchamayo, también se llevó a cabo un diseño descriptivo simple a través de la realización de encuestas y entrevistas a los grupos de la Asociación, administradores de entidades financieras y expertos en exportación de Heliconias.

De ello se obtuvo como principales resultados en la encuesta que el 80% tiene conocimiento acerca del cultivo de heliconias, el 90% cuenta con los recursos necesarios para la producción, el 100% manifiesta que el financiamiento es el

principal factor que limita las actividades de exportación y el 85% no cuenta con conocimiento sobre la demanda internacional. Por otro lado, los datos más relevantes de la entrevista indicaron que la demostración del título de propiedad de la hectárea, tener un año de experiencia en el sector y sustentar el ingreso de las ventas eran los principales requisitos para acceder a un crédito. Además, el financiamiento y la falta de experiencia en temas relacionados con comercio exterior limitó la exportación de las flores.

Lo antes descrito conlleva a concluir que los miembros de la Asociación no cuentan con un asesoramiento y financiamiento adecuado para realizar sus actividades; por ende, solicitan el apoyo del municipio de la región, Ministerio de Agricultura y Ministerio de Comercio Exterior para promover mayores beneficios a los miembros de la Asociación con capacitaciones para el desarrollo de su capacidad exportadora a los mercados extranjeros. En síntesis, las principales limitantes que no permiten la exportación de heliconias al mercado de Chile son la falta de apoyo del estado y la falta de financiamiento, a pesar de que los productores y comercializadores cuentan con los recursos de producción.

Valqui (2022) dio a conocer en su tesis de investigación "Procedimientos de exportación de rosas para las mype en el distrito de Baños del Inca de la provincia de Cajamarca, en el 2020"; publicada en la Universidad Privada del Norte; la cual tuvo como problema de investigación el desconocimiento de los beneficios de una exportación como la ampliación del volumen de ventas, disminución del costo de producción y la adquisición de nuevos conocimientos. Asimismo, la falta de financiamiento debido a las trabas de las entidades financieras limita la capacidad de exportación en las micro y pequeñas empresas ubicadas en Cajamarca.

Desde el punto de vista de la autora el objetivo de la investigación fue describir los procedimientos de la exportación de rosas para las micro y pequeñas empresas en el distrito de Baños del Inca de la provincia de Cajamarca con la revisión del estado actual de los procesos. Con relación a la metodología fue de carácter descriptivo con un diseño no experimental. Por otro lado, se utilizaron métodos cuantitativos y técnicas de recolección de datos para brindar la información necesaria sobre los procedimientos de exportación mediante cuestionarios aplicados a las mype del distrito de Baños del Inca dedicadas a la producción y comercialización de rosas y fichas de guía de análisis.

La investigación presentó como resultados que el 57% de los encuestados indicaron que el conocimiento de la demanda de rosas en el mercado internacional es un factor clave para tomar decisiones sobre la exportación, el 43% manifestó estar totalmente de acuerdo y el 43% de acuerdo que el estudio del mercado extranjero es importante para la exportación de las rosas. Por otro lado, el 43% de los encuestados manifestaron estar totalmente en desacuerdo y el 29% en desacuerdo acerca de conocer los procedimientos y requisitos del proceso de exportación de sus rosas.

Esto conlleva a concluir que, los procedimientos de exportación permitirán a los empresarios dentro del distrito Baños del Inca planificar una adecuada gestión para hacer sus procesos más factibles, aumentando una capacidad significativa de ingresos y rentabilidad, pudiendo reducir sus costos logísticos si llegan a cumplir con los procedimientos adecuados para posicionarse dentro del mercado internacional. En resumen, el antecedente aporta un modelo para que las mype puedan desarrollar su capacidad exportadora tomando en consideración la capacidad de producción y los recursos financieros. De igual forma, los

trabajadores de una empresa que desea expandirse al mercado internacional deben tener un amplio conocimiento en los procedimientos y requisitos para la exportación.

Carrasco (2022) dio a conocer en su tesis de investigación “Estrategias de comercialización de azucenas para mejorar la competitividad agroempresarial en la APACM-T Amazonas, 2019”; publicada en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez De Mendoza De Amazonas; la cual tuvo como problema de investigación la falta de un adecuado canal de comercialización en la asociación que afecta el nivel económico del productor local debido a los constantes cambios del mercado y la competencia presentada en el sector que no permite dar a conocer el producto y aumentar las ventas o participación en el mercado.

Desde el punto de vista de la autora el objetivo fue elaborar una propuesta sobre las estrategias de la comercialización de azucenas con la finalidad de mejorar el nivel competitivo agroempresarial en la Asociación de Productores de Azucenas Cruz de Mayo – Taquia, analizando los sistemas de comercialización establecidos y la determinación de la rentabilidad de los productores del sector.

En relación con la metodología tuvo un tipo de investigación descriptiva – propositiva, diseño no experimental- transversal y un muestreo no probabilístico por conveniencia. Además, el autor realizó un diagnóstico preliminar de la competitividad con un análisis FODA y la matriz del perfil competitivo, se utilizó como instrumento una entrevista estructurada y un cuestionario elaborado por el autor de 20 preguntas y midiendo el nivel de competitividad en una escala de Likert, aplicado a 26 productores de APACM-T y dos compradores finales de los puntos de ventas en el mercado de Chiclayo para obtener una información relevante del

estudio y consideró para el proceso de los datos el uso de Microsoft Excel y el programa estadístico SPSS versión 22.

De ello se obtuvo como resultado que, de acuerdo con los cuestionarios realizados permitió desarrollar un diagnóstico de la competitividad identificando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas actuales del sector en la asociación para proponer estrategias que optimicen las actividades, logrando una diferenciación para el aumento de las ventas. Por lo cual, con el resultado de la matriz del perfil competitivo se determinaron siete factores claves que dieron un valor de 2.87, indicando un nivel medio al competir con otras provincias dedicadas al mismo sector.

Por último, se concluyó que los miembros de la Asociación, a través de las estrategias estructuradas, requieren implementar una inversión en tecnología mediante equipos y herramientas, generando un adecuado manejo de cosecha y postcosecha, obteniendo así un mejor procedimiento en la comercialización de azucenas. Asimismo, la implementación de estrategias de marketing mix permitirá el crecimiento de las ventas. En resumen, la autora determina como factores claves de éxito para mejorar la competitividad en la comercialización de azucenas a la calidad del producto, variedad del producto, nivel de tecnología, participación en el mercado y recursos financieros. Por lo cual, en la presente investigación se considera como dimensiones a la mala elección de proveedores que guarda relación con la calidad de las flores y la importancia del financiamiento para que las empresas cuenten con los recursos financieros para una futura venta a nivel internacional.

1.2 Bases Teóricas

1.2.1 Rosas

Desde siempre, las rosas han tenido una postura privilegiada y predominante en el jardín siendo apreciadas por su gran belleza y diversidad. Las variedades de estas flores van desde plantas con dimensiones reducidas hasta arbustos trepadores o sarmentosos, cuyas ramas logran alcanzar grandes longitudes. Asimismo, la gran cantidad de pétalos, tonalidades y variedad en los colores sumado a la duración y el número de floraciones llegan a catalogar a la rosa como la reina de todas las flores (Mainardi Fazio et al., 2020).

La rosa es una planta extravagante con gran interés ornamental perteneciente a la familia de las rosáceas. Actualmente, es una de las principales especies que se cultiva y solicita a nivel mundial en la variedad de flor cortada por su extraordinaria diversidad de colores, tonos, formas, combinaciones y fragancias que hacen de esta flor un elemento de exquisita plasticidad, siendo de gran preferencia y gusto del público consumidor (Yong, 2004).

Las rosas son flores pertenecientes a la familia botánica de las Rosoideae que deben ser cuidadas y producidas en zonas lluviosas, siendo muy variadas en función al tipo que pertenecen. Por lo general, suelen ser arbustos o matas de tallo recto que alcanzan los 80 centímetros de alto, por otro lado, las rosas trepadoras llegan a los 20 metros. La mayoría de estas flores son de hoja caduca perdiendo sus hojas a la llegada del invierno. Para agregar, la flor de las rosas se encuentra vinculada al romanticismo, en función a los colores adquieren un significado diferente (Aqua Fundación, 2021). Actualmente, existen más de 30,000 variedades de rosas, estas flores pertenecen al género de arbustos espinosos contando con una fragancia característica y conformado por capullos de pétalos

que pueden ser de varios tonos, siendo las de color rojo catalogadas como las más clásicas. En muchos países, son apreciadas como un símbolo de amor (Acosta, 2023a).

1.2.1.1 Tipos de rosas

La Sociedad Americana de la Rosa (2018) indica en su manual, la división en tres grupos:

Rosas Silvestres: crecen en la naturaleza caracterizadas por la simplicidad de sus flores, siendo resistentes a las diversas plagas y enfermedades. Asimismo, son pequeñas, cuentan con pocos pétalos y generalmente sus colores más representativos son el rosado, amarillo y blanco (Castilla, 2005). Entre las rosas silvestres más conocidas se encuentran: rosa banksiae de hoja perenne llegando a la altura de 6 metros, caracterizadas por su resistencia a las altas temperaturas e insuficiencia de agua; y la rosa canina, una de las especies más antiguas utilizadas para obtener nuevas variedades que pueden producir flores de entre 5 y 7 pétalos de diversos colores (Acosta, 2023b).

Figura 1
Rosa Banksiae



Fuente: Extraído de Acosta (2023^a). Tipos de Rosas.

<https://www.ecologiaverde.com/tipos-de-rosas-4068.html>

Figura 2
Rosa Canina



Fuente: Extraído de Acosta (2023b). Tipos de Rosas.

<https://www.ecologiaverde.com/tipos-de-rosas-4068.html>

Rosas Antiguas: son híbridos de especies silvestres, considerados hasta el año 1867 con el surgimiento del híbrido del té como primer rosal moderno (Castilla, 2005). A partir de ese año, se definieron otras clases, por ejemplo, las rosas albas, rosas centifolias, rosas gallicas, rosa damasco, rosa musgo, rosa Portland teniendo como característica que la altura puede variar de 1 a 50 pies (Jones, 2021).

Tabla 1
Principales Rosas Antiguas

Nombre	Característica	Imagen
Alba	Caracterizada por sus tallos arqueados y hojas verdes azuladas, sus pétalos son de color blanco.	
Centifolia	Es conocida como la rosa aromática, cuenta con un arbusto con agujones en los tallos y miden aproximadamente entre 1 a 2 metros de altura.	

Gallica	Es un rosal blanco con arbustos pequeños de 90 cm a 1.20m de altura caracterizados por su color rosa pálido o rojo oscuro.	
Damasco	Caracterizado por sus hojas caducas verdes compuestas de cinco foliolas con aroma dulce y teniendo una altura de hasta 2.50 m.	

Nota: Elaboración Propia con información extraída de varios autores como (Vesselino, s.f), (Universidad Nacional Autónoma de México, s.f) y (Laboratoire Altho, s.f).

Rosas Modernas: representan el 95% de los rosales cultivados en el mundo, caracterizadas por su gran resistencia frente a enfermedades fúngicas, por lo cual sus flores pueden perdurar más tiempo. Este grupo se clasifica en rosas arbustivas, trepadoras, tapizantes y rosas miniaturas, comercialmente más atractivas, teniendo como altura máxima 45 cm siendo ideales para el sembrío de macetas (Castilla, 2005).

Tabla 2
Principales Rosas Modernas

Nombre	Característica	Imagen
Arbustivas	Son rosas simples, plenas o semi plenas normalmente de tamaño medio, pueden crecer todo el año.	
Trepadoras	Caracterizada por su altura considerable y la dificultad de cultivar o mantener sus plantas.	
Tapizantes	Son plantas horizontales que crecen al ras del suelo y se desarrollan formando una especie de cubierta.	

Miniaturas Son rosas miniaturas de 40 centímetros con hojas pequeñas caracterizadas por la variedad de sus colores.



Nota: Elaboración Propia con información extraída de varios autores como (Castela, 2015), (González, 2022) y (Canevá, 1998 y Ganga Network, 2014 citado por (Arzate et al., 2014).

1.2.1.2 Usos de las rosas

1.2.1.2.1 Gastronomía

La florifagia es el consumo y uso de las flores como alimento, siendo una práctica realizada hace muchos años atrás con muy poca difusión. Las flores comestibles proporcionan sustancias biológicas activas como las vitaminas A, C, riboflavina, calcio, fósforo, entre otros, beneficiando la salud de sus consumidores. Asimismo, ayudan y mejoran la estética de los alimentos clásicos. Entre las principales flores comestibles resaltan las rosas, violetas y capuchinas por su alto valor nutricional son aceptadas como un alimento funcional. No obstante, no todas las flores son comestibles dependerá de la composición química y la forma de cultivos, sin el uso de pesticidas, herbicidas como principales peculiaridades (Lara et al., 2013).

Además, hay rosas apetecidas por el consumidor por su gran sabor y aroma, las rosas rojas presentan en su valor nutricional calcio y almidones, mientras que las rosas blancas proporcionan un gran contenido de humedad, presencia de calcio y proteína de tipo vegetal teniendo una mayor fragancia en los platillos (Nevado, 2012 citado por Aguayza, 2014). Por ejemplo, en la gastronomía árabe, los rosales son muy usados en la cocina, ya que pueden ser consumidos en diferentes

presentaciones, en los que destacan las ensaladas, mermeladas, postres, infusiones, cremas, helados, mousses y bebidas que otorgan un gusto exótico, Por otro lado, estas flores se utilizan en la decoración y presentación de tortas (Franzen et al., 2016).

1.2.1.2.2 Perfumería

La perfumería es el arte que implica la producción de aromas mediante las diferentes combinaciones de sustancias odoríficas realizadas con pétalos frescos o secos que son recolectados como materia prima para obtener fragancias agradables y característicos de las flores (Vidales et al., 2003). La rosa es considerada como la reina de las flores, siendo un ingrediente valorado y apreciado en el sector de la perfumería destacando por la combinación de su color, forma y olor. Dentro de las variedades de esta flor en perfumería se emplean la rosa Damascena producidas en mayor cantidad en los países de Bulgaria y Turquía. Asimismo, se usa la rosa de mayo que tiene una producción más reducida y es cultivada en Francia y Túnez. Ambas rosas generalmente son utilizadas para perfumes femeninos, aunque en algunas oportunidades son incorporadas en perfumes masculinos (Sola, s.f.).

1.2.1.2.3 Cosmetología

La Fito cosmética se fundamenta en la aplicación de las materias primas naturales de manera efectiva sin tener ningún resultado peligroso para la piel, consistiendo en el uso de los principios activos de origen vegetal en la preparación de productos cosméticos a través del conjunto de técnicas, conocimientos y practicas relativas al cuidado de piel y cabello (Badia y García, 2014).

En la cosmética natural, a través de la destilación de los pétalos de las rosas se obtiene el agua de la flor compuesta con una base de alcohol que en algunas oportunidades es utilizada como un refrescante corporal por la tonificación de la piel y el relajo que produce devolviendo el equilibrio natural del cuerpo (Badia y García, 2014).

Algo semejante ocurre con el uso de la rosa mosqueta cultivada tradicionalmente como arbusto ornamental, siendo considerada una especie resistente, con tolerancia en los niveles de alcalinidad sin requerir un suelo fértil ni un buen drenaje. Es por eso por lo que, por su composición excepcional, el aceite de rosa mosqueta se ha convertido en un aliado para la piel gracias a sus numerosas aplicaciones cosméticas y dermatológicas (Benaiges, 2008).

1.2.1.2.4 Farmacéutica

La fitoterapia radica en el uso de las plantas medicinales que cuentan con fines curativos, siendo una práctica utilizada desde tiempos inmemoriales. Se debe agregar que, los remedios naturales y las plantas medicinales han sido el principal y único recurso disponible por las personas encargadas de la salud de la población, siendo el gran motivo para profundizar e indagar en el conocimiento de las especies vegetales y sus propiedades medicinales con la finalidad de ampliar la experiencia en el uso de los productos que se extraen de ellas (Echegaray et al., 2011).

En cuanto a las rosas, son plantas silvestres utilizadas tradicionalmente en la curación de una extensa variedad de enfermedades, como trastornos en la piel, hepatotoxicidad, trastornos renales, diarrea, entre otros. El condicional terapéutico de estas se encuentran en los efectos antioxidantes causados en su fitoquímica, que incluye el ácido ascórbico, compuestos fenólicos, ácidos grasos saludables,

entre otros (Mármol et al.,2017). Con respecto al rosal silvestre cuenta con un fruto llamado escaramujo, el cual es considerado vitamínico, ya que contiene vitamina C empleándose en la prevención de gripes y resfriados. Asimismo, este fruto es antidiarreico y diurético (Linares, 2013).

1.2.1.3 Producción de Rosas

1.2.1.3.1 Nivel Mundial

Por lo que se refiere a la producción a nivel mundial, Estados Unidos con 20,181 hectáreas, Japón con 17,569 y Holanda con 7,378 son los principales productores de rosas en el mundo controlando aproximadamente el 50% del valor total de la producción mundial y el 20% del área de producción. La distribución de rosas en el mundo manifiesta que Holanda, es el principal productor de rosas a nivel europeo. También, Francia y España cuentan con 540 hectáreas para la producción de esta flor (Fernández, 2001 y Horticom, 2001 citado por Yong, 2004).

De igual manera, la producción de las flores cortadas es el principal sector de la floricultura en Holanda, teniendo un territorio de 42,000 kilómetros cuadrados y manejando el 60% del comercio mundial de flores, dentro de ella, la variedad más valiosa es la rosa de acuerdo con la superficie cultivada y exportada. Asimismo, la horticultura cuenta con invernaderos de última generación y tecnología Hi-Tech eficiente para el manejo de agua y la nutrición de las hortalizas, frutas y flores (Olmos, 2021).

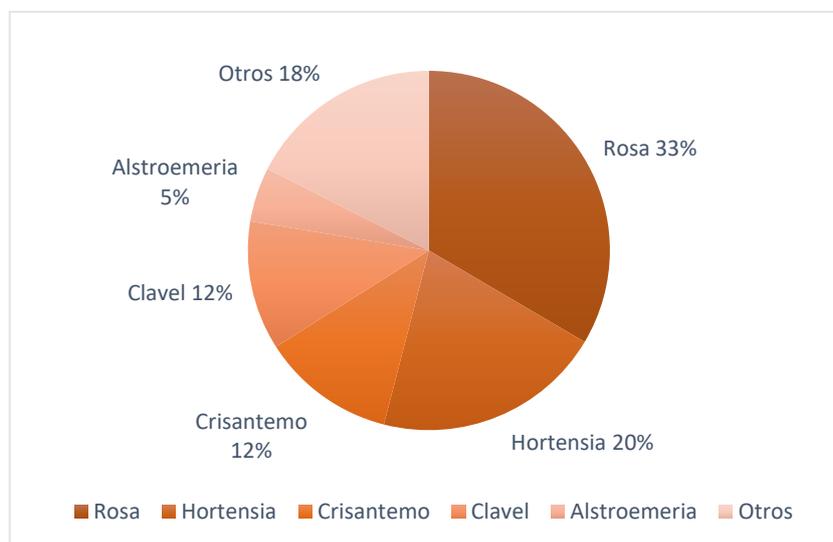
1.2.1.3.2 Nivel Latinoamérica

Resulta conveniente mencionar, que en el 2001 existían en Colombia más de 7,142 hectáreas siendo cubiertas bajo invernadero, de las cuales aproximadamente 6,500 hectáreas se encontraban dedicadas al cultivo de flores

de corte, distribuidas geográficamente en un 92% en la sabana de Bogotá, 6% en la zona de Rionegro Antioquia y 1% en el antiguo Caldas y en la zona del Valle del Cauca (Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, 2001 citado por Vila, 2009).

Haciendo una comparativa con el año mencionado en líneas precitadas, en el año 2021 Colombia contó con más de 600 especies de flores y ramas de corte sembradas en un territorio aproximado de 8,900 hectáreas y distribuidas por departamentos como Cundinamarca con un 66%, seguido por Antioquia con un 33% y el 1% restante localizado en departamentos ubicados en la zona sur occidente del país. Por otro lado, el país cafetero se ha posicionado como el mayor exportador de flores en Latinoamérica y tomando un segundo puesto en el mundo después de Holanda (Centro de Innovación de la Floricultura Colombiana, 2021)

Figura 3
Producción de especies de flores en Colombia 2021



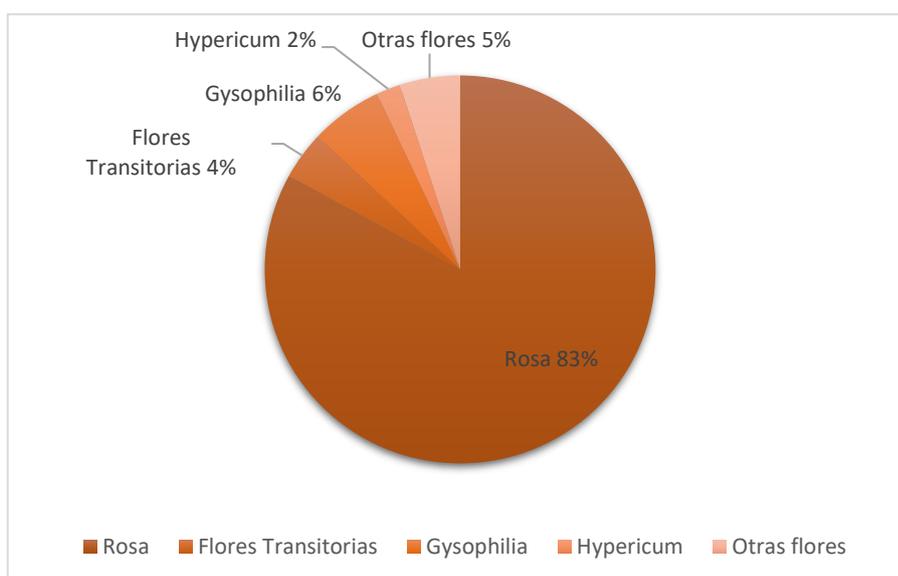
Fuente: Elaboración propia con información extraída de Centro de Innovación de la Floricultura Colombiana (2021)

Como se aprecia en la figura 3, en cuanto a la producción de especies, se encuentra liderada por el cultivo de las rosas en un 33.5%, seguido por la hortensia con un 20.5%, 12% crisantemo, 11.6% clavel, alstroemeria con un 4.9% y otras

especies con un 17.5% considerando aproximadamente 8,900 hectáreas dentro del territorio.

Por otro lado, Ecuador se encuentra dentro de los principales países de Latinoamérica en la producción de rosas con una superficie de cosecha de 6,963 hectáreas de 4416,10 millones de tallos. En el año 2021, las empresas dedicadas al cultivo de flores se encontraban en el departamento de Pichincha con 70%, Cotopaxi con un 13%, Imbabura 5%, Carchi 4%, Guayas 4% y otras provincias con un 4% representadas en un área de 5,851 hectáreas (Corporacion Financiera Nacional B.P, 2021)

Figura 4
Producción de especies de flores en Ecuador 2021



Fuente: Elaboración propia con información extraída de Instituto Nacional de Estadística y Censos – ESPAC (2021) cita por (Corporacion Financiera Nacional B.P, 2021)

Como se observa en la figura 4, las rosas son las especies más producidas con un 83%, lo cual demuestra que tiene una gran ventaja en comparación a las demás flores.

1.2.1.3.3 Nivel Nacional

El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2021) refiere que en el Perú existe más de 7000 productores en el cultivo de flores de corte y plantas ornamentales, los cuales satisfacen la demanda nacional y para exportación; por otro lado, informa que el país cuenta con más de 4000 hectáreas para las diversas especies. Dentro del mercado interno de flores, la producción de las zonas de cultivo llega a los mercados principales de Santa Rosa y Piedra Liza para ser distribuidos a las florerías, demás regiones y puntos de ventas de la ciudad.

Dentro del país, se encuentran las principales zonas productoras de especies de rosas, siendo estas:

- Tarma: gladiolos, hortensias, alstroemerias, clavel, rosas, etc.
- Huánuco-Tingo María: hortensias, alstroemerias, rosas, heliconias, etc.
- Callejón de Huaylas: alstroemerias, rosas, tulipanes, claveles, girasoles, etc.
- Cajamarca-Baños del Inca: rosas de varios colores con calidad superior para llegar a ser exportables.

Ejemplo, del caso, es el departamento de Ayacucho, en abril del 2013, Wayta una organización con especialidad en el negocio de las rosas comenzó sus operaciones contando con 0.5 hectáreas de invernadero para cobijar 40,000 plantas llegando a producir y comercializar 380 mil rosas en todo el año cerca de la ciudad de Huamanga, generando empleos y un modelo de experiencia a imitar por los

emprendedores. Esta entidad, inicialmente tuvo la finalidad de abastecer al mercado local para en los próximos años alcanzar el mercado de Lima y otros mercados competitivos (Avendaño, s.f).

Similarmente, en la región Apurímac la producción de flores de las diversas especies se encontró comprendida en todo el territorio de la región fundamentalmente en las épocas de lluvias, siendo la rosa silvestre de flor blanca la más importante. En los últimos años, los comercializadores han incursionado en la producción de rosas bajo viveros habilitados con plástico agrícola para el mercado local; sin embargo, no se ha alcanzado a desarrollar la tecnología óptima para competir con productores de otros departamentos del país y del mercado internacional (Carrasco et al., 2019).

1.2.2 Factores Internos

Los factores internos son aquellos que se encuentran basados en la gestión interna de los recursos y capacidades que maneja una organización para el cumplimiento y desarrollo de sus actividades, generalmente compuestos por bienes materiales, financieros y humanos.

1.2.2.1 Mala administración

El siguiente punto trata de la mala administración en las empresas, significando pérdidas económicas al no realizar una correcta verificación en los ingresos y gastos, lo que genera una falta de productividad en las actividades diarias en las organizaciones. Además, una mala gestión repercute en los equipos de trabajo cuando los empleados no se encuentren motivados, teniendo como resultado la falta de compromiso que afecta en corto y largo plazo (CCFP Rosario, s.f)

Se debe agregar que, Castro (2018) fundamenta las causas del fracaso en las pequeñas y medianas empresas en relación con la mala administración:

- Falta de cultura empresarial: es la consecuencia de no establecer una misión, visión, valores y estrategias de crecimiento de la organización.
- Falta de análisis estratégico: caracterizado por la falta de estudio de las necesidades del mercado, segmento, producto ofrecido, conocimiento de los competidores y escasez de mano de obra.
- Mala administración: se refiere a la mezcla del dinero de la compañía utilizado por el dueño para otras actividades ajenas al negocio y el limitado control en los procedimientos de cobranzas a los clientes y pagos a los proveedores.
- Falta de prevención financiera: la incorrecta planificación y determinación de los fondos necesarios impacta en el desarrollo de las actividades en una empresa. Por lo cual, se deben definir una estructura financiera clara considerando los gastos y beneficios que puede generar el negocio.
- Falta de liderazgo: en algunas oportunidades los representantes legales de las organizaciones no cuentan con aptitudes de liderazgo que permitan el crecimiento del negocio.
- Ausencia de controles: relacionado con la limitada supervisión y control empresarial en el personal, ventas, producción y control de efectivo.
- Falta de planeación: es una limitante en el crecimiento de las empresas específicamente en la parte financiera.

1.2.2.2 Falta de acceso de financiamiento

El sistema financiero orienta los recursos de los agentes económicos que poseen mayor poder adquisitivo hacia aquellas empresas que necesitan financiamiento para el cumplimiento o expansión de sus actividades mediante recursos. En relación con eso, el desarrollo de un sistema financiero se calcula por la habilidad de otorgar capital a las entidades que cuenten con un potencial crecimiento. A nivel internacional, el acceso al financiamiento es uno de los mayores obstáculos de las empresas para el desarrollo de sus actividades (Banerjee & Duflo, 2004 citado por Ministerio de la Producción, 2017).

Es así como, la falta de acceso al financiamiento se puede explicar mediante dos aristas, por el lado de la oferta, las entidades financieras no realizan un adecuado análisis de sus clientes y por el lado de la demanda, los usuarios de los créditos podrían no gestionar adecuadamente el beneficio otorgado. De esta forma, se hace evidente que el acceso y el uso del financiamiento son determinantes para la competitividad del negocio, ya que impulsa la expansión de las organizaciones y la adopción de una mejor tecnología (Banco Mundial, 2015 citado por Ministerio de la Producción, 2017).

Conviene subrayar que, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), (2018) menciona que la región se caracteriza por el acceso limitado y desigual del sistema financiero formal, existiendo brechas considerables de acuerdo con el tamaño de las organizaciones, ya que las pequeñas y medianas empresas (pymes) no cuentan con la variedad de instrumentos y mecanismos para mejorar su inserción financiera. Estas brechas en materia de inclusión financiera pueden determinarse por la ausencia de incentivos en las fuentes de financiamiento

hacia las pymes o por el mayor riesgo que conlleva la operación al tratarse de empresas con recursos limitados y de reducido tamaño.

1.2.2.3 Desconocimiento para exportar

Las barreras de conocimiento se encuentran relacionadas con la información y la estrategia de la exportación que se deriva de ella. Las principales barreras son: la carencia de información, la dificultad en la selección de mercados y las formas de acceso, complicaciones en el contacto con los clientes, el acceso a las ayudas de exportación y la falta de experiencia en comercio exterior.

La falta de información de mercados es una restricción importante que no permite a las organizaciones afrontar sus estrategias de marketing y operaciones internacionales, la dificultad para seleccionar mercados nuevos y la forma de acceso más adecuada demandan una planificación objetiva considerando el producto, sector y mercado. Tras la selección de un mercado aparece una nueva dificultad: encontrar clientes en él. Generalmente, es complicado llegar a las empresas del mercado objetivo por falta de información, datos de contacto, veracidad en los mismos, etcétera. En la mayoría de los casos, la exportación involucra una considerable inversión de capital y recursos.

Por ello, las ayudas públicas se convierten en un factor determinante en la supervivencia exportadora. Sin embargo, no siempre es sencillo tener conocimiento de estos datos o noticias, ya sea por lo complicado del proceso o por las condiciones que se necesitan para el acceso. Asimismo, las empresas deben adquirir experiencia a través de su trabajo con los mercados y clientes del exterior considerando las leyes y culturas locales del país importador (Jorge-Martín, 2023).

1.2.2.4 Conflictos Sociales

Con respecto a los conflictos sociales, es una competición entre los intereses de los miembros de la sociedad, el Estado y las empresas privadas, generalmente, basado por la disposición de una política pública o actividad económica que involucra la explotación de algún recurso natural que afecta a un sector de la población. Cabe mencionar que, los conflictos sociales pueden manifestarse en dos niveles: activos y latentes (Instituto de Ciencias Hegel, 2021) Las principales causas de estos desacuerdos son: las crisis económicas y culturales, desigualdad social, ausencias del estado en el marco legislativo e institucional y corrupción que se desarrollan en un país o región determinada (Coll, 2020).

Según el libro conflictos sociales en el Perú (2008-2015) los principales problemas se manifiestan a través de las malas prácticas ambientales y sociales, la incapacidad del Estado, la presencia de empresas ilegales y sectores radicales opuestos a la actividad empresarial privada (ComexPerú, 2020). Dentro del marco económico, en el 2022, las paralizaciones generadas por las protestas provocaron que las empresas en el Perú sufran grandes pérdidas económicas, ya que estas estuvieron caracterizadas por los paros y bloqueos de las carreteras que afectaron en gran nivel las actividades empresariales, lo que provocó un impacto considerable en el aporte al producto bruto interno de cada región (Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima, 2022).

1.2.2.5 Falta de apoyo del Estado

Se conoce como Estado al eje regulador principal de un país, por lo cual al tener deficiencias genera un impacto directo en la vida de los ciudadanos y en las actividades empresariales afectando en la competitividad empresarial, legitimidad

de los gobiernos y en el bienestar de las personas (Decreto Supremo N° 004-2013-PCM, 2013).

Según la consultora Themma a través de una encuesta realizada a emprendedores; destacó que la falta de apoyo del estado con un 13.9% es una de las principales dificultades en la actividad empresarial considerándola como un factor limitante para el desarrollo de futuros proyectos (Gestión, 2017).

Sirve de ejemplo, el programa Start-Up Perú impulsado por el Ministerio de la Producción que brinda fondos para emprendimientos con intenciones de internacionalizarse, considerando como requisito principal un crecimiento en sus ventas anuales de 35%. A pesar de este apoyo, el número de beneficiados es bajo en comparación a otros programas de financiamiento, ya que en el 2017 y 2018 solo ayudó a tres y dos emprendimientos respectivamente (Alianza del Pacífico, 2020).

Por lo expresado anteriormente, es importante mencionar que el apoyo del estado es insuficiente para los emprendedores en su crecimiento para encontrar oportunidades en el mercado nacional e internacional, es por eso por lo que muchas empresas fracasan al poco tiempo de iniciar sus actividades.

1.2.2.6 Mala elección de proveedores

Quiroa (2021) menciona que el análisis de los proveedores es un instrumento utilizado para estudiar y elegir al socio estratégico necesario para el desarrollo de las actividades en las organizaciones, una buena elección puede determinar el éxito para cualquier negocio. Además, el mismo autor señala qué factores son importantes para la elección de los proveedores:

Calidad: evalúa las principales características de los productos a través de las necesidades de cada empresa, además que el proveedor cuente con el talento humano para brindar asesoramiento y asistencia técnica postventa.

Condiciones económicas: análisis del precio, la forma de pago, recargos por incumplimiento de plazos y descuentos por pronto pago.

Otras condiciones: verificar los tiempos de validez de la oferta, términos de contratos, eventualidades por plazos de entrega o revisión de precios, inventarios, infraestructura, experiencia de la empresa proveedora y recomendaciones de otros adquirientes.

Así, por ejemplo, (Valle, s.f) indica que los principales riesgos de la mala elección de los proveedores en las empresas son:

Detención del servicio al cliente: el proveedor se transforma en la cara de la organización, por lo cual el cliente asumirá que cualquier incumplimiento es responsabilidad directamente de la empresa.

Violaciones a la ley o incumplimiento de contratos: el proveedor y la empresa contratada pueden asumir costos como multas, compensaciones y perjuicios económicos.

Daño a la reputación de la empresa contratada: considerados como daños intangibles de las organizaciones, puede traer consecuencias como la fuga de clientes y la caída en el valor de las acciones.

Ruptura en la cadena de suministro: desencadena problemas que afectan a otros proveedores o clientes.

Teniendo en cuenta lo explicado en líneas anteriores, es de vital importancia que las empresas realicen la clasificación, calificación y evaluación de sus principales proveedores, ya que les permitirá contar con una base de socios estratégicos, ahorrar en costos y controles de calidad, así como mitigar el riesgo de incumplimiento del suministrador.

1.2.3 Exportación

Desde la antigüedad, la palabra exportación procede del latín *exportario* que significa el acto de enviar y recibir mercancías, con la finalidad de incidir en las ganancias de una empresa o país emisor. Habría que decir también, que existen diferentes procedimientos o variedades de exportación: por ejemplo, desde una empresa base hacia una filial en otro país, transacción hacia clientes independientes o compradores directos por medio de una organización intermediaria y la exportación de materia prima o productos semiacabados que serán terminados de fabricar en el país de destino (Montes de Oca, 2020).

Las exportaciones son bienes y servicios elaborados en un país, que por su atractivo e interés son vendidos a compradores del exterior; además, es parte del comercio internacional que permite generar mayores ingresos y oportunidades de transacción (ADEX, 2023). A su vez, las exportaciones permiten comercializar los excedentes de productos que no circularon en el mercado local o venderlos a precios más altos (Volca, 2020).

De manera semejante, las exportaciones son parte del comercio exterior a través de los intercambios de un producto o servicio entre al menos dos países diferentes y tienden a mejorar el nivel de vida de la población de una nación. Entre los principales artículos comercializados se encuentran: los bienes de consumo,

bienes de capital y otras transacciones que pueden incluir servicios (SNICE, s.f). En definitiva, las exportaciones se han vuelto un canal muy utilizado por grandes y pequeñas naciones que establecen una relación comercial con otras regiones donde ambas partes salen beneficiadas (Cerem Comunicación, 2022).

1.2.3.1 Tipos de exportaciones

Según el autor Mondragón (2014) comenta:

- Por su temporalidad

Se encuentran referidas al periodo de tiempo en que los bienes permanecerán en el mercado meta para conocer las regulaciones especiales de aduana a las que se encuentra afecta. Estas se clasifican en:

Exportación Temporal: se refiere al envío de una mercadería a otro país bajo las condiciones de permanecer por un tiempo y objetivo específico para luego retornar al país de origen. Por ejemplo, el envío de una maquinaria al extranjero para culminar una obra o para mantenimiento.

Exportación Definitiva: cuando se envía un bien al mercado internacional con la intención de ser consumida en el exterior, saliendo del país de origen de forma definitiva y sin propósito de retorno a excepción del incumplimiento del exportador con las condiciones del contrato de compraventa.

- Por su representatividad

De acuerdo con la participación de otras personas jurídicas o naturales en el desarrollo y ejecución del negocio, existiendo condiciones específicas con respecto a las ganancias. Estas se clasifican en:

Exportación Directa: cuando el desarrollo del negocio es ejecutado por la misma empresa productora con la finalidad de no permitir la participación de intermediarios y aceptando todos los riesgos que conlleva la operación internacional.

Exportación Indirecta: cuando la empresa productora de los bienes o servicios prefiere contratar a un agente especializado de comercio exterior quien se responsabiliza en la captación de los clientes y el procedimiento de exportación debido al conocimiento que tienen en el sector.

1.2.3.2 Capacidad Exportadora

Paredes (2016) menciona que la capacidad exportadora es la cualidad en la administración integral de una organización para incursionar en el ingreso de sus bienes a un mercado del exterior a través del incremento de sus fortalezas y minimizando sus debilidades con la finalidad de aprovechar las oportunidades del mercado internacional. El mismo autor identifica a los siguientes elementos de capacidad exportadora

- El Producto: es indispensable la adaptación del producto en los mercados internacionales para cumplir con los requerimientos que exige el mercado exterior a través del conocimiento de este, las empresas fortalecen y generan nuevas estrategias y acciones.
- Gestión empresarial: consiste en planear, organizar, ejecutar y controlar las actividades relacionadas a las exportaciones para su correcto desarrollo, teniendo en consideración la cultura administrativa y organizacional de las empresas, así como la aceptación del cliente.
- Gestión en los mercados y logística internacionales: es fundamental que las entidades consoliden el reconocimiento del mercado objetivo con la finalidad

de analizar la demanda y la distribución física para destinar los bienes o servicios.

- Gestión económica y financiera: para el desarrollo de las actividades de comercio exterior, las empresas deben contar con recursos financieros para el cumplimiento de las acciones propuestas, por lo cual se debe identificar el endeudamiento financiero y buscar alternativas de financiación.

Del mismo modo, Mondragón (2017) indica que las personas naturales y jurídicas pueden exportar. Sin embargo, esto no significa que sea factible para todas las empresas, ya que necesitan ciertas capacidades entre las que destacan:

- Capacidad productiva: se relaciona con la capacidad instalada de la empresa para cumplir con los volúmenes de demanda del mercado objetivo, así como asegurar que el producto cumpla con los estándares y requisitos.
- Capacidad de personal y de gestión: las empresas deben contar con el talento humano adecuado y capacitado para administrar y operar las diversas actividades que exige el comercio exterior.
- Capacidad comercial: las organizaciones deben elaborar sus planes de comercialización para la adaptación al mercado extranjero conociendo aspectos generales como el precio, mercado objetivo, promoción y técnicas de negociación.

En resumen, el proceso de internacionalización de una empresa obedece a la correcta medición de sus capacidades exportadoras condicionadas con su historia y desarrollo de actividades. Como resultado, hay empresas que no cuentan con la

capacidad para exportar y otras que a pesar de tener las facultades no incursionan en el mercado internacional por decisiones estratégicas propias (Stefan, 2012).

1.2.3.3 Requisitos para la exportación

Según la SUNAT (s.f) menciona que el exportador es la persona natural o jurídica que destina bienes al régimen aduanero y debe contar con:

- Número de registro único de contribuyente (RUC).
- Documento nacional de identidad (DNI) si es peruano, carné de extranjería, pasaporte o carné de permiso temporal de permanencia si es extranjero, cuando no está obligado a inscribirse en el RUC.

Así mismo, la institución determina que los documentos que amparan el proceso de exportación son:

- Declaración única de Aduana.
- Comprobante de pago: Puede ser una factura o boleta de venta electrónica.
- Documento de transporte: Conocimiento de embarque, carta de porte aéreo o carta de porte terrestre según el medio de transporte a utilizar.
- El documento de control emitido por las entidades competentes en caso sea una mercancía restringida.
- Otros documentos que la naturaleza u origen de la mercancía del despacho exija.

Por otro lado, el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú (s.f) menciona que los requisitos básicos para exportar son los siguientes:

Capacidad para competir en los mercados internacionales: el exportador debe disponer de los recursos adecuados y una tecnología moderna que ayude en los

procesos de producción y gestión de las actividades de comercio exterior. Del mismo modo, debe contar con trabajadores que dominen los idiomas extranjeros, ya que el conocimiento oportuno ayuda en la toma de decisiones y colaboración con sus contrapartes. Finalmente, a los productores individuales decididos a exportar se recomienda que recurran a un mecanismo de cooperación entre ellos a través de la asociatividad para mejorar su oferta exportable.

Contar con productos competitivos de calidad, precio y valor agregado: el exportador debe cumplir con la demanda de los mercados en cuanto a calidad y precio, debiendo implementar un componente con una característica diferente a otros para la percepción del valor agregado.

Acceso a información suficiente y oportuna: el exportador debe implementar un sistema de información que acceda a las principales tendencias de los consumidores, cadenas de distribución, procedimientos, regulaciones a nivel local y extranjeros para conocer los cambios en los regímenes tributarios y arancelarios.

Planificación adecuada de la exportación: el exportador debe diseñar un plan de mercadeo internacional estableciendo los objetivos y metas considerando las estrategias a realizar para consolidarse en el mercado exterior.

1.2.3.4 Principales países exportadores de rosas

Con respecto a la tabla 3, se observa que el principal exportador de rosas es Países Bajos con un valor exportado de 1.298.389 miles USD en el año 2022. En segundo lugar, se encuentra Ecuador con 748.795 miles USD y en tercer lugar Kenya con 460.467 miles USD. Por otro lado, en los últimos cinco años se aprecia que en el 2020 se obtuvo el menor resultado con 2.948.619 miles USD, mientras tanto el año 2021 se observó el mayor resultado con 3.593.087 miles USD.

Tabla 3

Principales países exportadores de rosas, 2018-2022 en valor exportado (miles de USD)

Nº	Exportadores	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021	Valor exportado en 2022
	Mundo	3.157.404	3.153.763	2.948.619	3.593.087	3.013.234
1	Países Bajos (Holanda)	1.248.602	1.200.065	1.167.003	1.557.395	1.298.389
2	Ecuador	605.481	648.989	591.243	649.086	748.795
3	Kenya	482.609	488.152	462.834	551.024	460.467
4	Etiopía	171.984	173.389	166.887	222.266	198.277
5	Colombia	333.787	330.289	321.794	367.315	113.571

Fuente: Elaboración Propia con información extraída de (Trade Map, 2022)

Con respecto a la tabla 4, en el 2022 se aprecia que Colombia, Países Bajos y Etiopía sufrieron un decrecimiento en la cantidad exportada expresada en toneladas en un -77%, -17% y -9%, respectivamente. Por el contrario, Ecuador obtuvo un crecimiento del 10% con un total 13 7704 toneladas.

Tabla 4

Principales países exportadores de rosas, 2018-2022 en Cantidad Exportada (Toneladas)

Nº	Exportadores	2018	2019	2020	2021	2022	% Crecimiento 2021-2022
1	Países Bajos (Holanda)	168.576	171.082	157.373	192.789	159.072	-17
2	Ecuador	118.168	122.816	116.379	124.646	137.704	10
3	Kenya	120.978	127.749	115.886	136.040	127.406	-6
4	Etiopía	43.063	42.360	39.628	49.670	45.162	-9
5	Colombia	50.430	49.057	53.706	63.254	14.648	-77

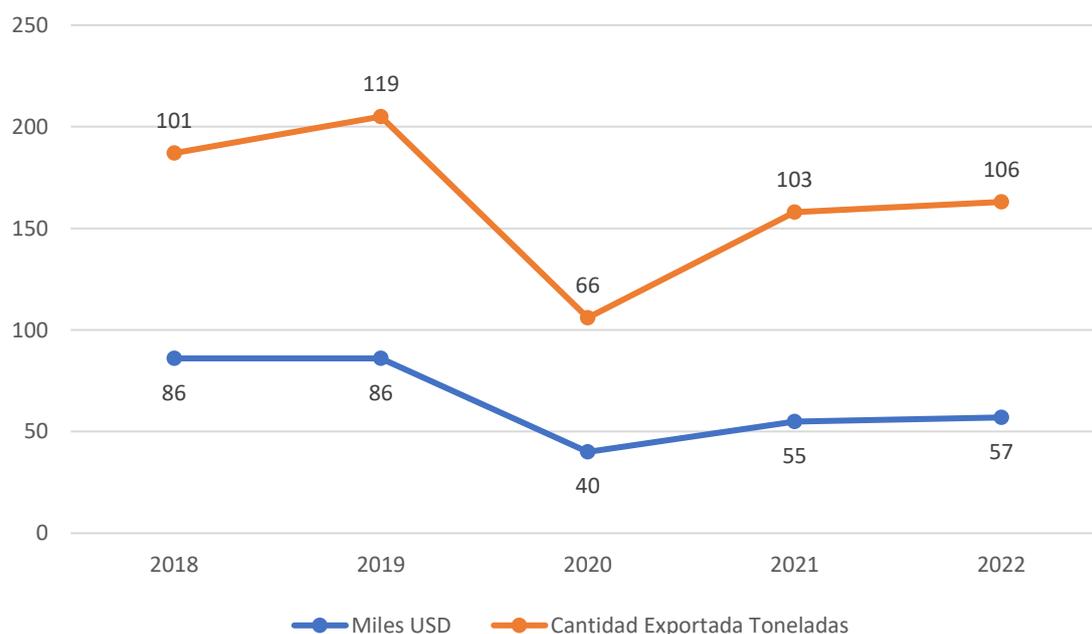
Nota: Elaboración propia con información extraída de (Trade Map, 2022)

1.2.3.5 Exportaciones de rosas peruanas

Según El Peruano (2021), las rosas se clasifican en la partida arancelaria: 0603.11.00.00.

Con respecto a las exportaciones de rosas en la figura 5, según (Trade Map, 2022), el valor exportado en los años 2018 y 2019 fue de 86 miles de USD con una cantidad exportada de 101 y 119 toneladas respectivamente. En cuanto al 2020 el resultado fue 40 miles de USD con una cantidad de 66 toneladas. Para culminar, en el 2021 y 2022 se obtuvo 55 y 57 miles de USD de valor exportado con una cantidad de 103 y 106 toneladas.

Figura 5
Valor exportado (Miles de USD) y Capacidad exportado (Toneladas), 2018-2022



Fuente: Elaboración propia con información extraída de (Trade Map, 2022)

1.2.3.6 Empresas exportadoras

Las empresas exportadoras en el Perú, según (Trade Map, 2022) se divide en dos categorías de productos:

- Flores y suministros para floristería

En la tabla 5, en el 2022 se observa que las empresas exportadoras se encuentran ubicadas en Lima, de las cuales Grameco SAC y Agroflora Perú SAC cuentan con un volumen de negocios 33.633.000 y 8.050.000 USD respectivamente.

Tabla 5
Empresas del sector de flores y suministros para floristería

Empresas	Volumen de negocios (USD)	Ciudad
Agroflora Perú S.A.C.	8.050.000	Lima
Export Flowers of Perú S.A.C.	347.000	Lima
Grupo Americano De Comercio S.A.C. - Grameco S.A.C.	33.633.000	Lima
TULIPAN REAL S.A.C.	1.774.000	Lima

Nota: Elaboración propia con información extraída de (Trade Map, 2022)

- Productos Ornamentales y de vivero

En la tabla 6, en el 2022 se observa que las principales empresas exportadoras son Viveros Génesis S.A.C., Monsanto Perú S.A. y Andean Growers Exim S.A.C. con un volumen de negocios 38.942.000, 18.447.000 y 10.156.000USD respectivamente.

Tabla 6
Empresas del sector productos ornamentales y de vivero

Empresas	Volumen de negocios (USD)	Ciudad
Andean Growers Exim S.A.C.	10.156.000	Lima
Asociación de pequeños productores de mango Orgánico Agro Vida	432.000	Piura
Corporación Tortolani S.A.C	687.000	Piura
Monsanto Perú S.A.	18.447.000	Ica
Piga S.A. – Piga	5.826.879	Ica
Productora De Semillas S.A. – Prosemillas	335.000	Lima
Dhanantina S.A.C.	4.153.000	Lamas
Viveros Génesis S.A.C.	38.942.000	Lima

Nota: Elaboración Propia con información extraída de (Trade Map, 2022)

1.3 Definición de Términos Básicos

- Flores: La flor es la estructura que produce frutos y semillas por medio de la reproducción sexual, caracterizadas por su fragancia y colores. Asimismo, las flores producen polen, néctar o resina (López, s.f).
- Rosas: "Flor del rosal, notable por su belleza, la suavidad de su fragancia y su color. Suele llevar el mismo calificativo de la planta que la produce" (Real Academia Española, 2022 párr.1).
- Factores internos: son aquellos que influyen de manera positiva o negativa en el logro de los proyectos u objetivos propuestos por una organización, se consideran internos porque son parte inherente de la configuración de una empresa. Entre ellos destacan la cultura organización, los recursos, los canales de comunicación y la infraestructura (Quiroa,2021).

- **Exportación:** Es el régimen aduanero que permite la salida del territorio de las mercancías nacionales o nacionalizadas para el uso o consumo definitivo en el exterior (SUNAT, s.f).
- **Capacidad exportadora:** La capacidad exportadora es la postura que tienen las empresas en sus diferentes áreas para mejorar el desempeño, adaptándose a factores o variables que el mercado exterior requiera a través del mejoramiento de la tecnología y creatividad que posee cada organización (Consortio Jurídico Aduanero, 2015 citado por Aguirre y Martínez, 2022).
- **Comercialización:** Es el ofrecimiento de los bienes o servicios a los clientes a través de diversas estrategias que permitan incrementar las ventas de una organización a través del entendimiento y satisfacción de las necesidades de los compradores, teniendo como finalidad la creación de la lealtad de estos (IMESUN, 2016).

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de Hipótesis Principal y Derivadas

2.1.1 Hipótesis General

Los factores internos limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

2.1.2 Hipótesis específicas

- La falta de acceso de financiamiento limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.
- El desconocimiento para exportar limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.
- La inadecuada elección de proveedores limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.
- La falta de apoyo del estado limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

2.2 Variables y Definición Operacional

Tabla 7
Variable independiente

Variable Independiente	Dimensiones	Indicadores
Factores internos	Falta de acceso de financiamiento	Poca variedad de productos financieros Falta de acceso crediticio Uso del crédito
	Desconocimiento para exportar	Carencia de información Dificultad en la selección de mercados Falta de experiencia en comercio exterior
	Mala elección de proveedores	Calidad del producto Condiciones económicas Ruptura en la cadena de suministro
	Falta de apoyo del estado	Impacto en actividades empresariales Acceso limitado a programas

Fuente: Elaboración propia

En la primera dimensión del estudio se tomó como referencia a los autores Banerjee & Duflo (2004) citado por el Ministerio de la Producción (2017) y se consideró como indicadores: la poca variedad de productos y la falta de acceso crediticio según CEPAL (2018) y el uso del crédito según el Ministerio de la Producción (2017). En cuanto a la segunda dimensión con sus indicadores fueron tomados de acuerdo con lo indicado por el autor Jorge-Martín (2023). En relación con la tercera dimensión se tomó en consideración a la mala elección de proveedores con dos indicadores: calidad del producto y condiciones económicas según el autor Quiroa (2021) y el tercer indicador ruptura en la cadena de suministro por Jiménez (s.f).

Finalmente, la cuarta dimensión de acuerdo con la Consultora Themma citado por Gestión (2017), y se consideró como indicador el impacto en actividades empresariales según El Peruano (2013) y el acceso limitado a programas según Alianza del Pacífico (2020).

Tabla 8
Variable dependiente

Variable Dependiente	Dimensiones	Indicadores
Capacidad de exportación	Capacidad productiva	Volumen de demanda
	Capacidad de personal y de gestión	Personal capacitado
	Capacidad comercial	Planes de comercialización
	Gestión económica y financiera	Recursos financieros

Fuente: Elaboración propia

Nota: En las dimensiones de capacidad productiva, capacidad de personal y gestión, y la capacidad comercial con sus indicadores se consideró al autor Mondragón (2017). En cuanto a la dimensión gestión económica y financiera con su indicador fueron tomados por lo mencionado por Paredes (2016).

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño Metodológico

La presente investigación utiliza un diseño metodológico y cuenta con diferentes puntos como el enfoque, tipo, alcance y diseño de tal forma que se muestre el procedimiento del trabajo de investigación.

Enfoque:

Las investigaciones con enfoques cuantitativos son aquellas que utilizan la recolección de datos con la finalidad de probar hipótesis basadas en la medición numérica y análisis estadístico para establecer modelos de comportamiento y probar teorías a través de un orden riguroso por la revisión de la literatura y construcción de un marco teórico (Hernández et al., 2014). El presente estudio tiene un enfoque cuantitativo, ya que se aplicarán herramientas estadísticas para analizar los resultados de los cuestionarios a los comercializadores de rosas de los mercados del distrito del Rímac, para recopilar información relevante y brindar respuesta a la problemática planteada.

Tipo:

Las investigaciones de tipo aplicada utilizan sus resultados para la identificación de la situación problemática y buscar posibles soluciones considerando la más adecuada para el contexto y pueden servir como una contribución teórica importante (Vara-Horna, 2010). En este estudio se brindará recomendaciones para dar soluciones a la problemática de los comercializadores respecto a los factores que limitan su capacidad exportadora de rosas a través de las respuestas de las hipótesis planteadas en la investigación.

Alcance:

Las investigaciones de alcance descriptivo son aquellas que explican los fenómenos, situaciones, contextos y sucesos detallando como estos se manifiestan. Con los estudios descriptivos se precisan las características, los grupos de estudio, objetivos y procesos que serán analizados para medir y recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren (Hernández et al., 2014). Esta investigación tiene un alcance descriptivo, ya que a través de los resultados obtenidos y de la información teórica recolectada se podrá profundizar acerca de las características y elementos referentes a los factores internos que limitan la capacidad exportadora del grupo de estudio y permitirá obtener datos relevantes para entender a fondo el fenómeno investigado.

Diseño:

Las investigaciones con diseño no experimental son aquellas que observan los fenómenos en su ambiente natural para analizar situaciones ya existentes que no son provocadas intencionalmente por los investigadores (Hernández et al., 2014). En este estudio no se realizará la manipulación ni alteración de las variables con la finalidad de observar los diferentes fenómenos tal como suceden para su análisis.

3.2 Diseño Muestral

Población:

Según Vara-Horna (2010) define a la población como el conjunto de individuos que tienen una o más propiedades en común ubicados en un espacio o territorio a investigar. Entre los principales ejemplos se encuentran: objetos, personas, eventos, documentos, data, situaciones, etc. La presente investigación

tendrá una población de 82 trabajadores de las empresas comercializadoras de rosas de los mercados de Santa Rosa y Piedra Liza que tienen la intención de exportar a un futuro.

Muestra:

Según Vara-Horna (2010) define a la muestra como una parte de la población extraída de un conjunto por un método de muestreo, si tienes varias poblaciones se obtendrá varias muestras. En este estudio la muestra de la población será establecida a 82 trabajadores a los que se ejecutará una encuesta de manera individual de tal forma que se culmine en su totalidad.

Tipos de Muestreo:

Según Hernández y Carpio (2019) definen que el muestreo intencional o por conveniencia se caracteriza por conseguir muestras representativas cualitativamente por la inclusión de grupos típicos de acuerdo con el interés del investigador a través de la selección de los individuos de la población de manera intencional a los que se tiene fácil acceso con la finalidad de alcanzar el número necesario de la muestra. En este estudio se realizará un muestreo intencional o por conveniencia, debido a que la población es pequeña se considerará a todos los trabajadores, ya que presentan las mismas características para ser encuestados y por ello la muestra de estudio estará compuesta por la misma población.

3.3 Técnicas de Recolección de Datos

Técnica: Encuesta

Se puede definir la encuesta como una técnica que emplea un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación que permite recolectar y analizar una serie de datos relevantes de la muestra de una población (García, 1993 citado

por Casas et al., 2003). En este estudio se utiliza como técnica de recolección de datos la encuesta, ya que a través de un cuestionario estructurado de preguntas se obtendrá información determinada sobre las variables y dimensiones de la investigación.

Instrumento: Cuestionario

Según Vara-Horna (2010) define al cuestionario como un instrumento cuantitativo utilizado para recolectar información para medir o registrar diversas situaciones, ya que son muy flexibles y versátiles. El cuestionario es estructurado debido a que cada pregunta tiene diversas alternativas u opciones predefinidas con la finalidad de que el análisis estadístico resulte más sencillo. En esta investigación se utilizará como instrumento de recolección de datos el cuestionario que se encontrará dividido en dos variables, la primera de factores internos con 27 preguntas y la otra variable dependiente que es capacidad de exportación con 9 preguntas. Por lo cual, el cuestionario contara con 36 preguntas que tendrán alternativas de respuestas basadas en la escala Likert.

3.3.1 Confiabilidad del instrumento

Según Hernández et al. (2014) menciona que la confiabilidad es el grado por el cual un instrumento produce resultados de manera consistente y coherente en una determinada investigación. En cuanto al tipo de coeficiente de confiabilidad que más se utiliza en las investigaciones es el Alfa de Cronbach debido a que mide la fiabilidad de consistencia interna a través del grado en que las respuestas de los ítems son consistentes en una medición (Kline, 2011 citado por Maese et al., 2016).

En este estudio se considera la prueba de consistencia interna mediante el Alfa de Cronbach a través de una tabla estandarizada para determinar

estadísticamente el índice de confiabilidad que podrá oscilar entre el 0 y 1, permitiendo evidenciar si es más o menos confiable.

Según Ruiz, C (2013) la interpretación de la confiabilidad se mide en cinco rangos expresados de la siguiente manera:

- 0,81 a 1,00 se considera una magnitud de confiabilidad Muy Alta.
- 0,61 a 0,80 se considera una magnitud de confiabilidad Alta.
- 0,41 a 0,60 se considera una magnitud de confiabilidad Moderada.
- 0,21 a 0,40 se considera una magnitud de confiabilidad Baja.
- 0 a 0,20 se considera una magnitud de confiabilidad Muy Baja.

Tabla 9

Análisis de Coeficiente de Cronbach del Instrumento

Estadística de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de Ítems
0,664	36

Nota: Elaboración propia

El alfa de Cronbach dio como resultado 0,664, es decir, que la confiabilidad del cuestionario es alta y las preguntas se relacionan con las dos variables del estudio.

Por lo cual, se puede continuar con las demás pruebas.

Tabla 10
Análisis de Coeficiente de Cronbach de las variables

Estadística de Fiabilidad		
VARIABLES	Alfa de Cronbach	N de Ítems
Factores internos	0,628	27
Capacidad de exportación	0,417	9

Nota: Elaboración propia

Acerca de los resultados de las variables, el alfa de Cronbach de los factores internos es 0,628 considerado como un resultado alto y la capacidad de exportación dio un resultado de 0,417 considerado como moderado.

3.3.2 Validez del instrumento

Según Hernández et al. (2014) define la validez como aquel grado que mide la variable a través de un instrumento, existen diversos tipos entre los que destacan: validez de contenido, validez de criterio, validez de constructo y validez de expertos. Según el mismo autor la validez de expertos es el grado en que un instrumento mide su variable de interés, tomando en consideración a expertos del tema. En el presente estudio se realizó la validez del instrumento considerando el juicio de tres especialistas sobre el tema de investigación y que laboran en la Universidad de San Martín de Porres, del cual se visualiza en el anexo 4.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

La investigación va a utilizar la estadística descriptiva para analizar la información obtenida del instrumento. Según Rendón-Macías (2016) menciona que la estadística descriptiva es aquella que expone recomendaciones de cómo hacer énfasis de forma clara y sencilla de los datos de un estudio a través de cuadros, tablas, figuras o gráficos con la finalidad de brindar información puntual de los resultados. Dicho esto, los resultados de la investigación fueron tabulados en una base de datos de Microsoft Excel con la finalidad de concentrar las respuestas del cuestionario para su posterior elaboración de tablas e histogramas en el programa SPSS versión 25 que permitirán una mayor comprensión de los resultados.

3.5 Aspectos Éticos

La presente investigación se elaborará respetando los resultados obtenidos del instrumento aplicado a los comercializadores de rosas de los mercados de flores del distrito del Rímac que pertenecen a la población del estudio. Asimismo, los investigadores cumplirán con el valor de la responsabilidad, ya que respetarán los derechos de autor al citar las fuentes utilizando las normas APA séptima edición con la finalidad de alcanzar la excelencia mediante un trabajo realizado con esfuerzo y dedicación para lograr los objetivos planteados. Otro aspecto ético para considerar es el comportamiento honrado e íntegro de la presente investigación, debido a que se tratará de un estudio elaborado sin realizar ningún tipo de copia o plagio.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Descripción de la muestra

En el presente trabajo, la muestra fue de 82 trabajadores de las empresas comercializadoras de rosas ubicados en los mercados de flores del Rímac utilizando como instrumento un cuestionario en modelo de escala de tipo Likert, ya que brinda una mayor información y un mejor análisis de los resultados.

4.2 Variable Independiente: Factores Internos

4.2.1 Dimensión 1: Falta de acceso de financiamiento

Tabla 11

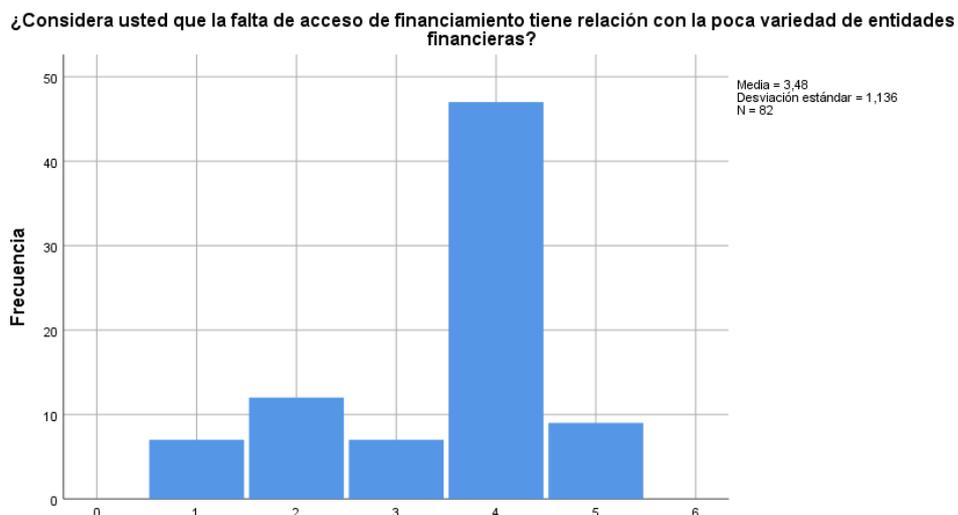
P1 ¿Considera usted que la falta de acceso de financiamiento tiene relación con la poca variedad de entidades financieras?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	8,5	8,5	8,5
En desacuerdo	12	14,6	14,6	23,2
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	7	8,5	8,5	31,7
De acuerdo	47	57,3	57,3	89,0
Totalmente de acuerdo	9	11,0	11,0	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 6
Pregunta uno del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 1, el 57.3% de los encuestados indican que están de acuerdo y el 11% totalmente de acuerdo que la falta de acceso de financiamiento tiene relación con la poca variedad de entidades financieras que ofrecen estos servicios, mientras que el 14.6% están en desacuerdo. Por lo cual se aprecia diversas respuestas a la pregunta formulada.

Tabla 12

P2 ¿Considera usted que las entidades financieras ofrecen poca variedad de servicios (tarjeta de crédito empresariales, créditos comerciales, etc.) por el tamaño o rubro de su negocio?

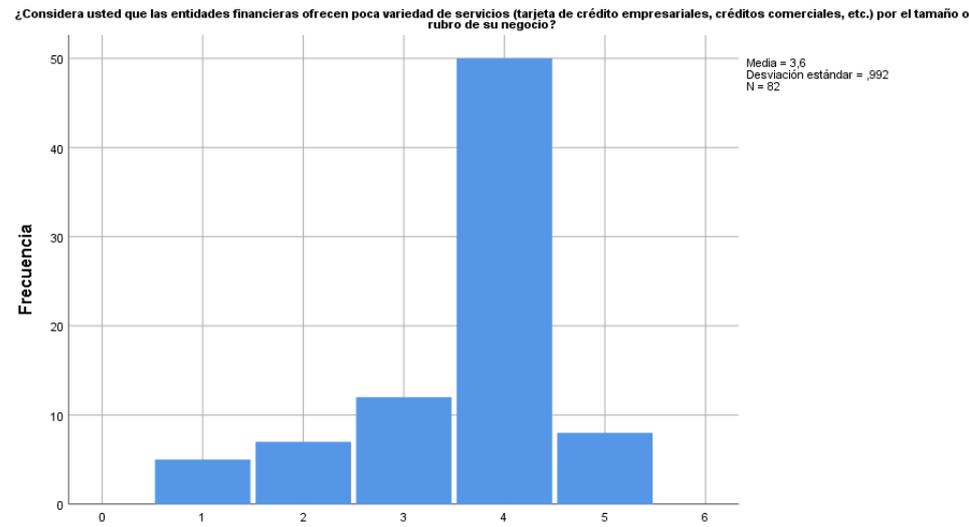
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	5	6,1	6,1	6,1
En desacuerdo	7	8,5	8,5	14,6
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	12	14,6	14,6	29,3

De acuerdo	50	61,0	61,0	90,2
Totalmente de acuerdo	8	9,8	9,8	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 7
Pregunta dos del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 2, el 61% de los encuestados indican que están de acuerdo que las entidades financieras no ofrecen variedad de servicios por el tamaño y rubro de la empresa en la que trabajan, mientras que el 14.6% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo a la pregunta planteada.

Tabla 13

P3 ¿Piensa usted que la falta de acceso de financiamiento limita la capacidad exportadora de su empresa?

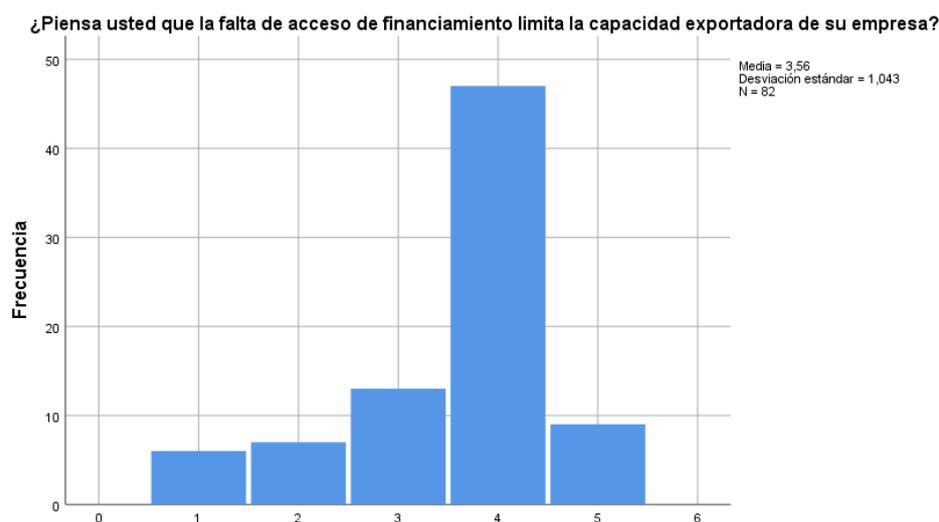
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	7,3	7,3	7,3
En desacuerdo	7	8,5	8,5	15,9
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	13	15,9	15,9	31,7
De acuerdo	47	57,3	57,3	89,0
Totalmente de acuerdo	9	11,0	11,0	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 8

Pregunta tres del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 3, se evidencia el 57.3% de los encuestados manifiestan estar de acuerdo, 15.9% indeciso y el 11% está totalmente de acuerdo. Por lo cual se demuestra que se obtuvo diversas respuestas, sin embargo, hay una mayor cantidad de trabajadores que considera que la falta de acceso de financiamiento es una limitante para la capacidad exportadora de su empresa.

Tabla 14

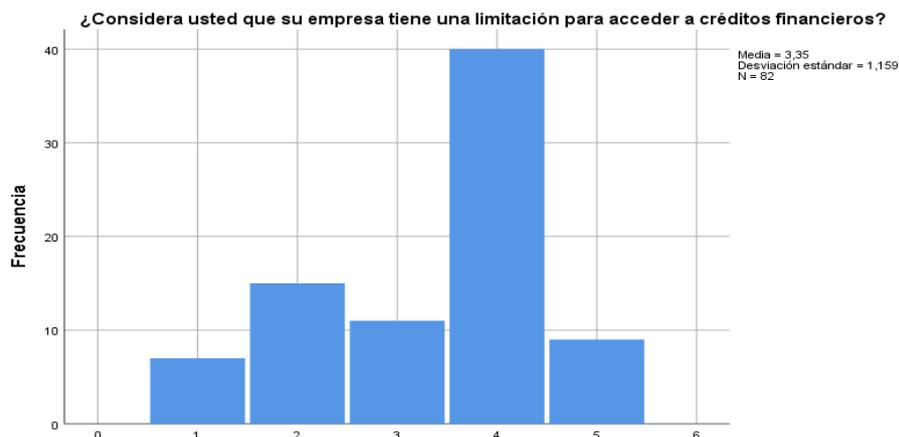
P4 ¿Considera usted que su empresa tiene una limitación para acceder a créditos financieros?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	8,5	8,5	8,5
En desacuerdo	15	18,3	18,3	26,8
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	11	13,4	13,4	40,2
De acuerdo	40	48,8	48,8	89,0
Totalmente de acuerdo	9	11,0	11,0	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 9
Pregunta cuatro del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 4, se evidencia que el 48.8% de los encuestados manifiestan estar de acuerdo, 18.3% en desacuerdo y el 13.4% ni de acuerdo ni en desacuerdo que su empresa tiene una limitación al acceso de créditos financieros.

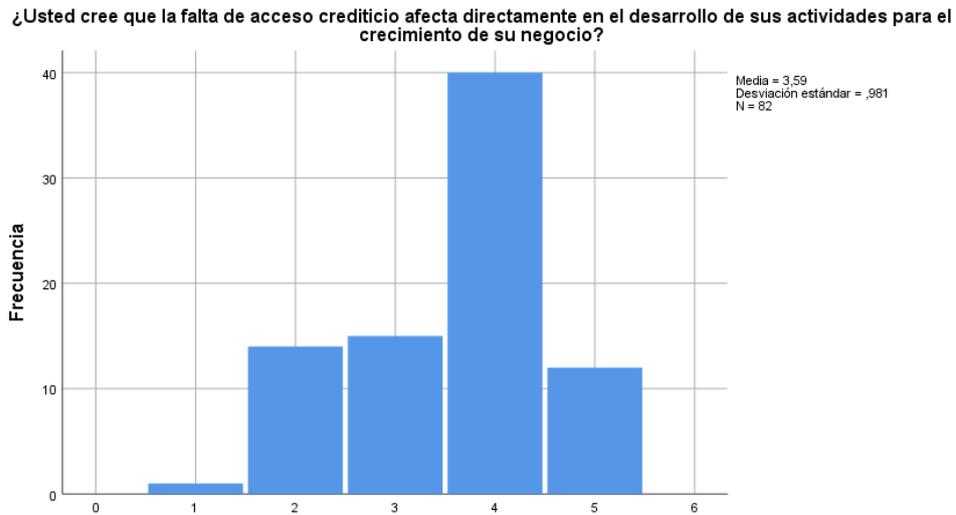
Tabla 15

P5 ¿Usted cree que la falta de acceso crediticio afecta directamente en el desarrollo de sus actividades para el crecimiento de su negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1,2	1,2	1,2
En desacuerdo	14	17,1	17,1	18,3
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	15	18,3	18,3	36,6
De acuerdo	40	48,8	48,8	85,4
Totalmente de acuerdo	12	14,6	14,6	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Figura 10
Pregunta cinco del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 5, se observa que la falta de acceso crediticio afecta en las actividades para el crecimiento de sus negocios, por tal razón, se evidencia que el 48.8% de los encuestados manifiestan estar de acuerdo, mientras que 18.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 17.10% en desacuerdo.

Tabla 16

P6 En el caso de obtener un crédito, ¿Considera usted que realizaría un adecuado manejo del mismo?

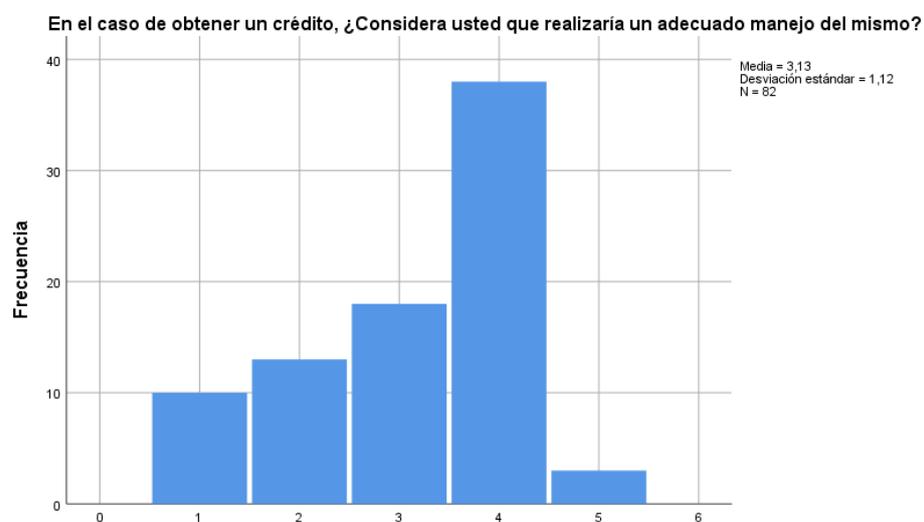
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	10	12,2	12,2	12,2
En desacuerdo	13	15,9	15,9	28,0
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	18	22,0	22,0	50,0
De acuerdo	38	46,3	46,3	96,6
Totalmente de acuerdo	3	3,7	3,7	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 11

Pregunta seis del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 6, el 46.3% de los encuestados están de acuerdo, 22% indeciso, 15.9% en desacuerdo y 12.20%

totalmente en desacuerdo en que realizarían el apropiado uso a un crédito otorgado. Por lo cual se aprecia diversas respuestas a la pregunta formulada.

Tabla 17

P7 ¿Piensa usted que el inadecuado uso del crédito limita a su empresa a futuras oportunidades de financiamiento?

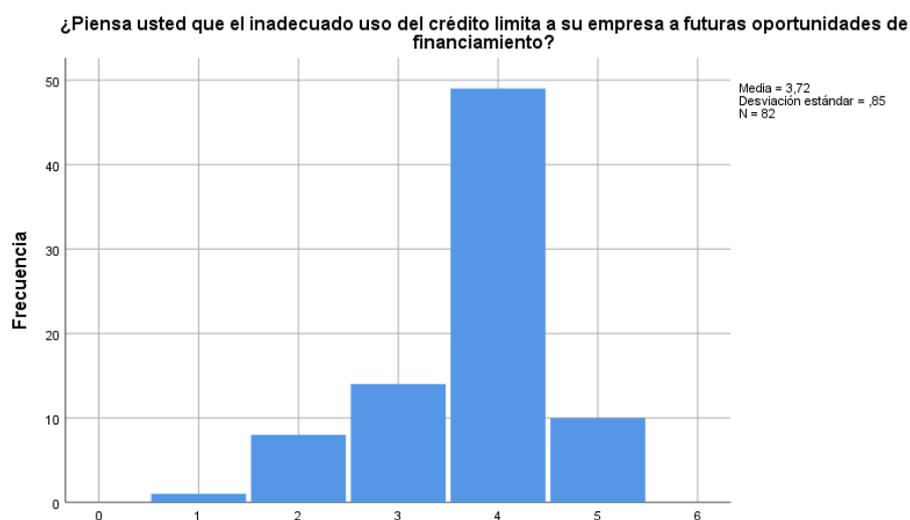
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1,2	1,2	1,2
En desacuerdo	8	9,8	9,8	11,0
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	14	17,1	17,1	28,0
De acuerdo	49	59,8	59,8	87,8
Totalmente de acuerdo	10	12,2	12,2	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 12

Pregunta siete del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 7, se evidencia que el inapropiado uso del crédito limita futuras oportunidades de financiamiento de sus empresas debido a que el 59.8% está de acuerdo, mientras que el 17.1% manifiestan que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo y 12.2% totalmente de acuerdo.

Tabla 18

P8 ¿Considera usted que una inadecuada practica de uso del crédito perjudicaría su comercialización al mercado internacional?

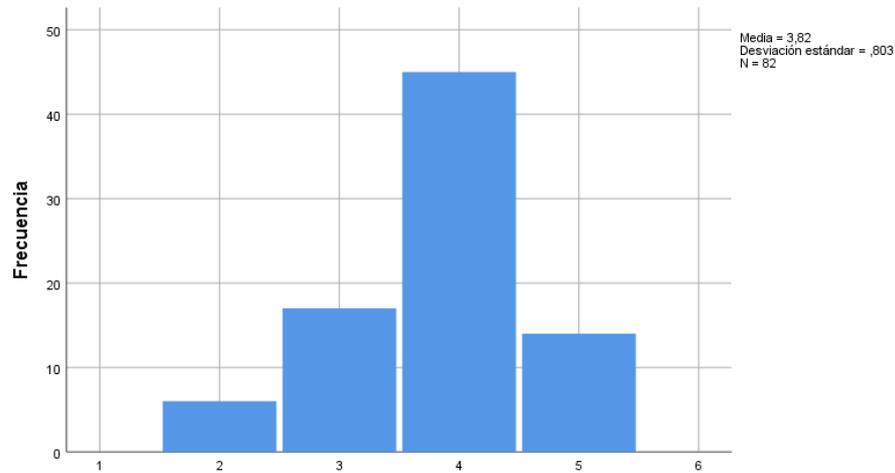
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	6	7,3	7,3	7,3
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	17	20,7	20,7	28,0
De acuerdo	45	54,9	54,9	82,9
Totalmente de acuerdo	14	17,1	17,1	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 13
Pregunta ocho del cuestionario

¿Considera usted que una inadecuada practica de uso del crédito perjudicaría su comercialización al mercado internacional?



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 8, el 54.9% de los encuestados manifiestan estar de acuerdo mientras que el 20.7% indeciso y el 17.10% está totalmente de acuerdo. Por lo cual, una inadecuada practica del uso del crédito perjudica la comercialización al mercado internacional.

4.2.2 Dimensión 2: Desconocimiento para exportar

Tabla 19

P9 ¿Considera usted que no cuenta con información sobre el proceso de exportación de rosas al mercado internacional?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	2,4	2,4	2,4
En desacuerdo	7	8,5	8,5	11,0
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	4	4,9	4,9	15,9
De acuerdo	50	61,0	61,0	76,8
Totalmente de acuerdo	19	23,2	23,2	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 14

Pregunta nueve del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 9, el 61% de los encuestados están de acuerdo y el 23.2% están totalmente de acuerdo que no cuentan con la información necesaria acerca del proceso de exportación de rosas para su comercialización en el mercado internacional.

Tabla 20

P10 ¿Cree usted que la falta de información limita la capacidad de su empresa para exportar?

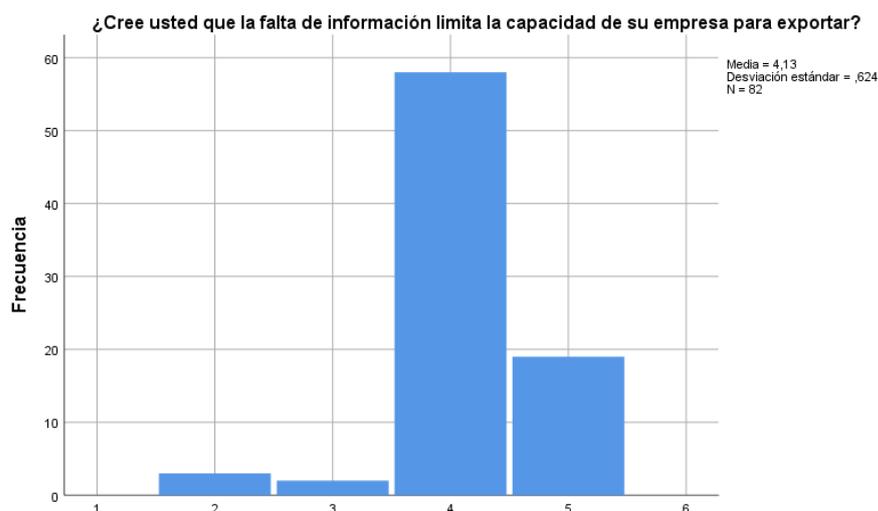
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	3	3,7	3,7	3,7
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	2	2,4	2,4	6,1
De acuerdo	58	70,7	70,7	76,8
Totalmente de acuerdo	19	23,2	23,2	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 15

Pregunta diez del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 10, el 70.7% de los encuestados están de acuerdo y el 23.2 % totalmente de acuerdo que la falta de información limita la capacidad de su empresa para la exportación de rosas.

Tabla 21

P11 ¿Usted cree que su empresa presenta una dificultad en la selección de los mercados internacionales?

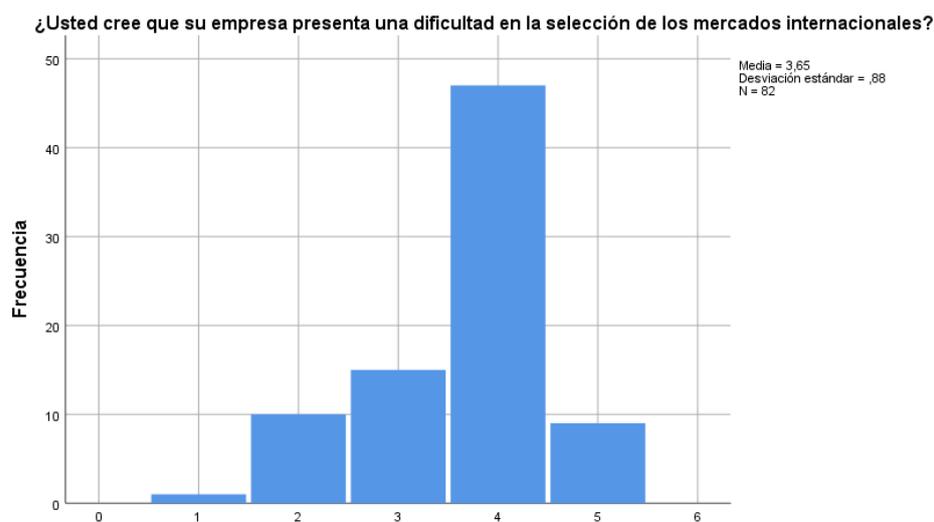
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1,2	1,2	1,2
En desacuerdo	10	12,2	12,2	13,4
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	15	18,3	18,3	31,7
De acuerdo	47	57,3	57,3	89,0
Totalmente de acuerdo	9	11,0	11,0	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 16

Pregunta once del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 11, el 57.3% de los encuestados están de acuerdo y el 18.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por lo cual se evidencia que sus empresas presentan una dificultad para la selección de mercados internacionales.

Tabla 22

P12 Es importante que los comercializadores de rosas realicen un análisis para seleccionar los mercados internacionales

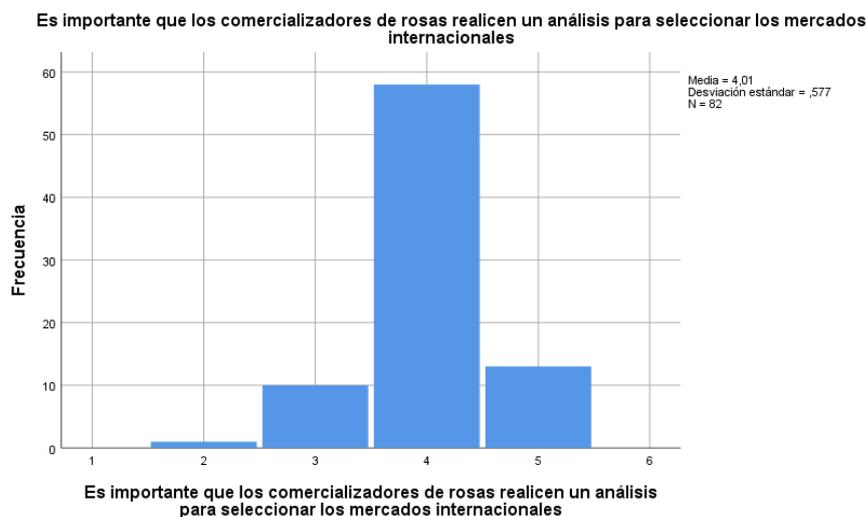
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	1,2	1,2	1,2
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	10	12,2	12,2	13,4
De acuerdo	58	70,7	70,7	84,1
Totalmente de acuerdo	13	15,9	15,9	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 17

Pregunta doce del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 12, se evidencia que los comercializadores de rosas deben realizar un análisis previo para una correcta selección de mercados internacionales debido a que el 70.7% está de acuerdo, mientras que el 15.9% totalmente de acuerdo.

Tabla 23

P13 ¿Considera usted que una adecuada selección de mercado internacional aumentara la comercialización de las rosas?

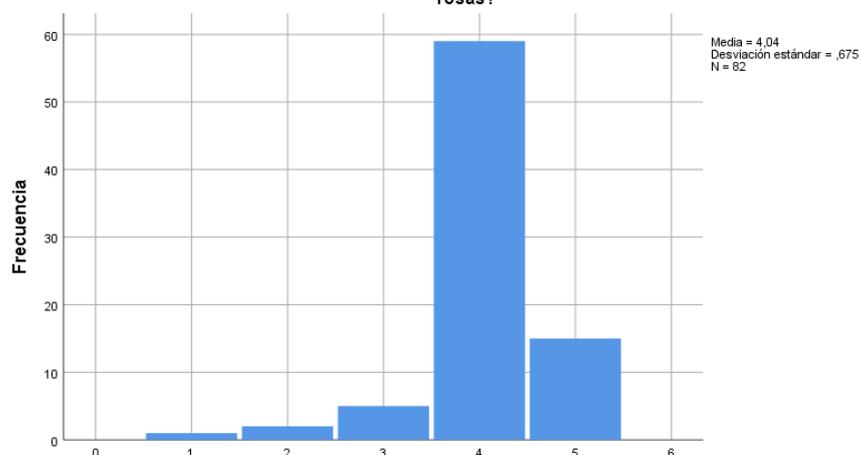
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1,2	1,2	1,2
En desacuerdo	2	2,4	2,4	3,7
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	5	6,1	6,1	9,8
De acuerdo	59	72,0	72,0	81,7
Totalmente de acuerdo	15	18,3	18,3	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Figura 18

Pregunta trece del cuestionario

¿Considera usted que una adecuada selección de mercado internacional aumentara la comercialización de las rosas?



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 13, el 72% de los encuestados están de acuerdo y el 18.3% totalmente de acuerdo que la adecuada selección de un mercado internacional tiene relación con el aumento en la comercialización de las rosas.

Tabla 24

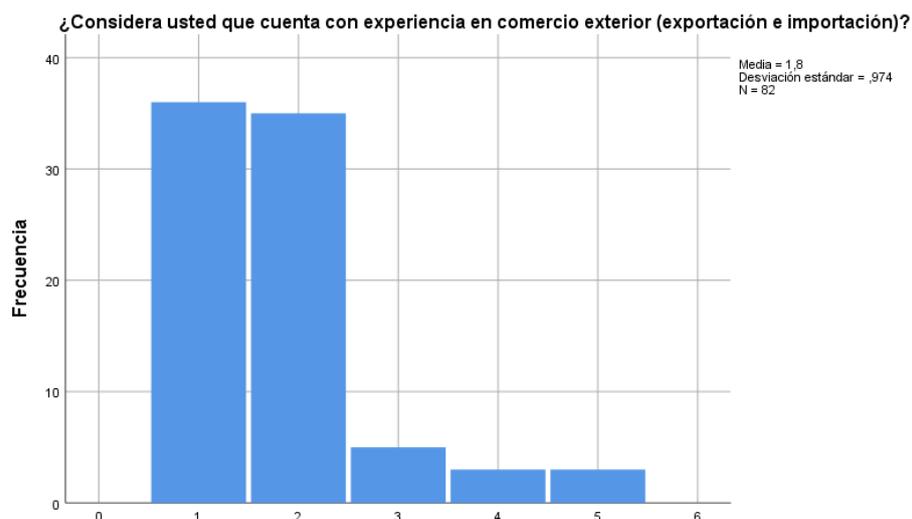
P14 ¿Considera usted que cuenta con experiencia en comercio exterior (exportación e importación)?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	36	43,9	43,9	43,9
En desacuerdo	35	42,7	42,7	86,6
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	5	6,1	6,1	92,7
De acuerdo	3	3,7	3,7	96,3
Totalmente de acuerdo	3	3,7	3,7	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 19
Pregunta catorce del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 14, el 43.9% de los encuestados están totalmente en desacuerdo y el 42.7% en desacuerdo que no cuentan con experiencia en comercio exterior (exportación e importación).

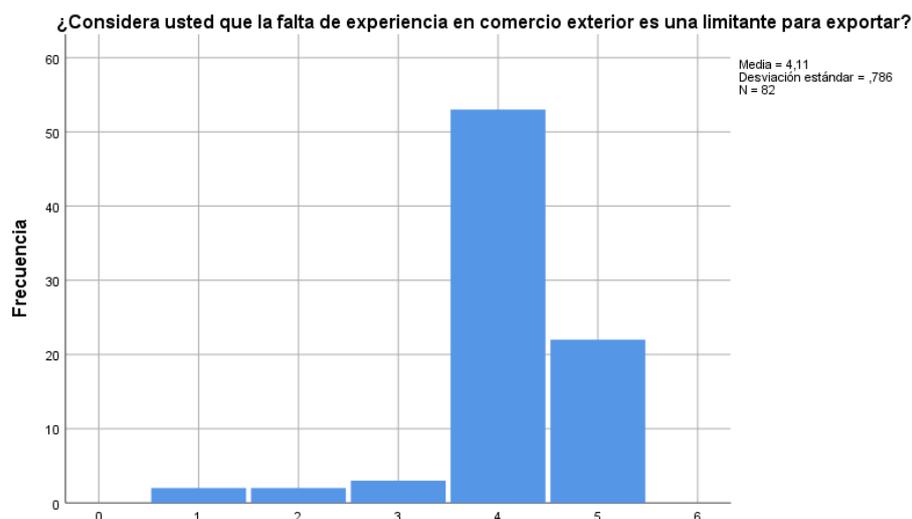
Tabla 25

P15 ¿Considera usted que la falta de experiencia en comercio exterior es una limitante para exportar?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	2,4	2,4	2,4
En desacuerdo	2	2,4	2,4	4,9
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	3	3,7	3,7	8,5
De acuerdo	53	64,6	64,6	73,2
Totalmente de acuerdo	22	26,8	26,8	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Figura 20
Pregunta quince del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 15, el 64.6% de los encuestados están de acuerdo y el 26.8% totalmente de acuerdo que la falta de experiencia en comercio exterior limita la capacidad de su empresa para la exportación de rosas.

4.2.3 Dimensión 3: Mala elección de proveedores

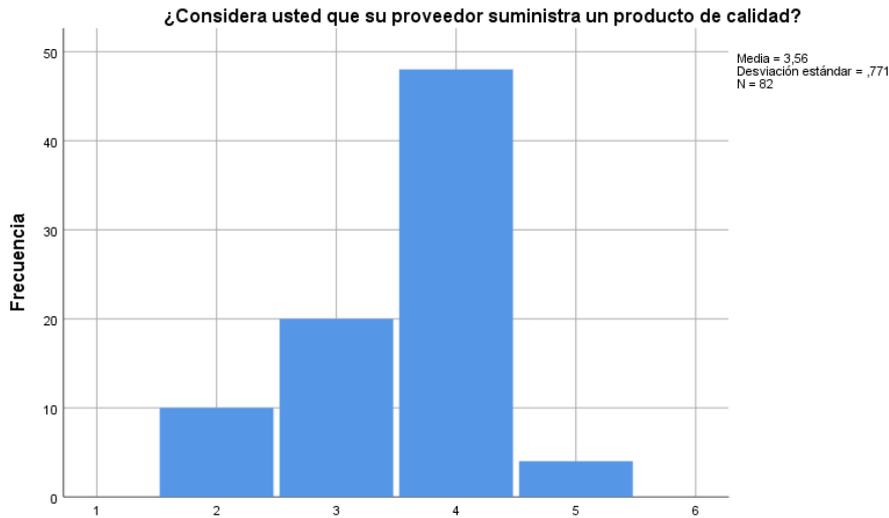
Tabla 26

P16 ¿Considera usted que su proveedor suministra un producto de calidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	10	12,2	12,2	12,2
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	20	24,4	24,4	36,6
De acuerdo	48	58,5	58,5	95,1
Totalmente de acuerdo	4	4,9	4,9	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Figura 21
Pregunta dieciséis del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 16, el 58.5% de los encuestados indican que están de acuerdo que sus proveedores suministran rosas de buena calidad, mientras que el 24.4% indeciso y 12.2% están en desacuerdo. Por lo cual se evidencia que la mayoría de los proveedores cumplen con lo esperado por los comercializadores mientras que otros no satisfacen las necesidades de la empresa.

Tabla 27

P17 ¿Considera usted que una inadecuada selección de proveedores se ve reflejado en la calidad del producto que comercializa?

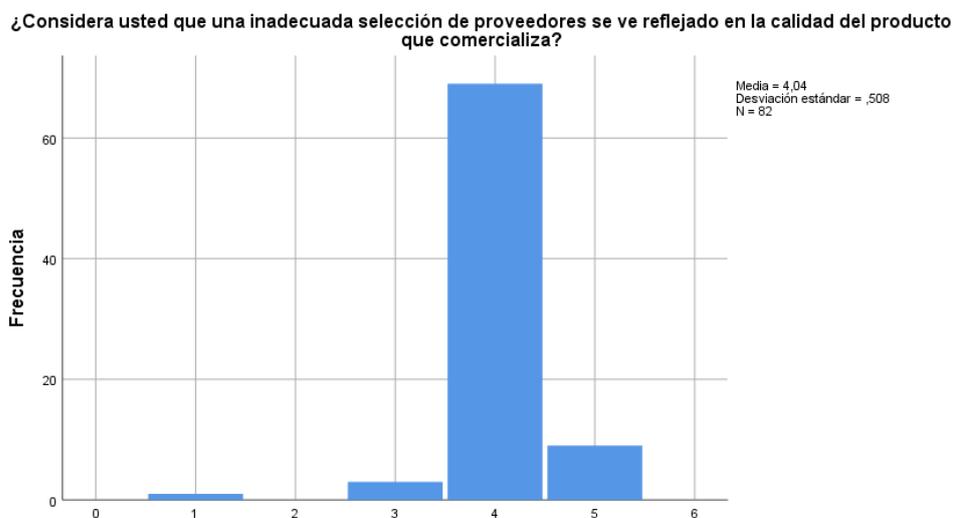
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1,2	1,2	1,2
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	3	3,7	3,7	4,9
De acuerdo	69	84,1	84,1	89,0
Totalmente de acuerdo	9	11,0	11,0	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 22

Pregunta diecisiete del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 17, el 84.1% de los encuestados están de acuerdo y el 11% totalmente de acuerdo que una mala

selección de proveedores se refleja en la calidad de las rosas que comercializan sus empresas.

Tabla 28

P18 ¿Considera usted que la calidad de las rosas que comercializa cumple con los requisitos exigidos en el mercado internacional?

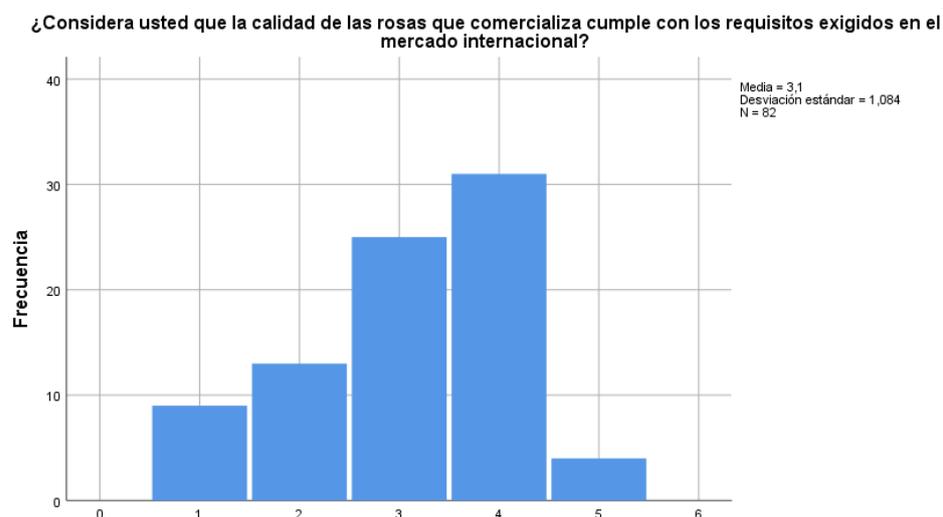
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	9	11,0	11,0	11,0
En desacuerdo	13	15,9	15,9	26,8
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	25	30,5	30,5	57,3
De acuerdo	31	37,8	37,8	95,1
Totalmente de acuerdo	4	4,9	4,9	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 23

Pregunta dieciocho del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 18, el 37.8% de los encuestados indican que están de acuerdo, 30.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 15.9% en desacuerdo y 11% totalmente en desacuerdo que las rosas que comercializan cumplen con los requisitos de calidad que exige un mercado internacional.

Tabla 29

P19 ¿Usted realiza una comparación de precios de sus diversos proveedores de rosas para mejorar la rentabilidad de su negocio?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	2,4	2,4	2,4
En desacuerdo	6	7,3	7,3	9,8
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	5	6,1	6,1	15,9
De acuerdo	65	79,3	79,3	95,1
Totalmente de acuerdo	4	4,9	4,9	100,0
Total	82	100,0	100,0	

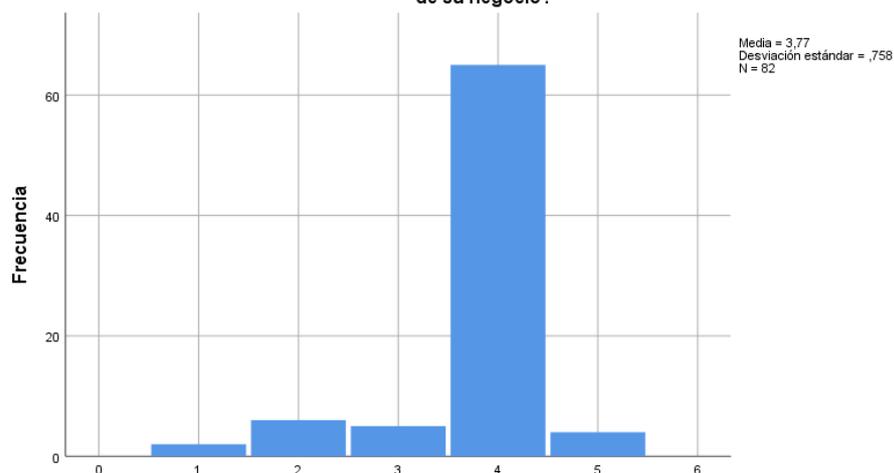
Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 24

Pregunta diecinueve del cuestionario

¿Usted realiza una comparación de precios de sus diversos proveedores de rosas para mejorar la rentabilidad de su negocio?



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 19, el 79.3% de los encuestados indican que están de acuerdo, 4.9% totalmente de acuerdo que realizan una comparación de precios de las rosas que ofrecen sus proveedores para mejorar la rentabilidad de sus empresas.

Tabla 30

P20 Es importante que sus proveedores faciliten pagos a plazos (créditos) a su empresa para la comercialización de rosas a nivel internacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	2,4	2,4	2,4
En desacuerdo	5	6,1	6,1	8,5
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	12	14,6	14,6	23,2
De acuerdo	56	68,3	68,3	91,5
Totalmente de acuerdo	7	8,5	8,5	100,0
Total	82	100,0	100,0	

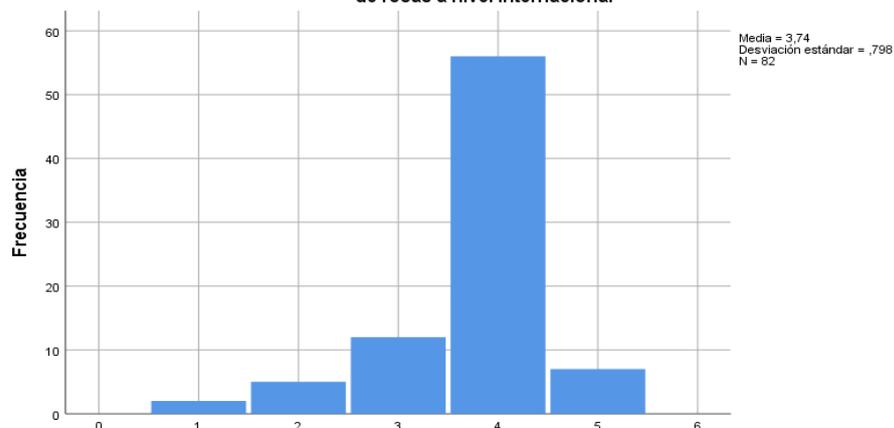
Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 25

Pregunta veinte del cuestionario

Es importante que sus proveedores faciliten pagos a plazos (créditos) a su empresa para la comercialización de rosas a nivel internacional



Fuente: Datos tomados de encuesta

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 20, se evidencia el 68.3% de los encuestados indican que están de acuerdo, 14.6% están ni de acuerdo ni en desacuerdo y 8.5% totalmente de acuerdo que los proveedores brinden facilidades de pagos a plazos para la comercialización de rosas a los mercados internacionales.

Tabla 31

P21 ¿Considera usted que el incumplimiento en la entrega de sus productos es responsabilidad del proveedor?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	4,9	4,9	4,9
En desacuerdo	18	22,0	22,0	26,8
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	9	11,0	11,0	37,8
De acuerdo	46	56,1	56,1	93,9

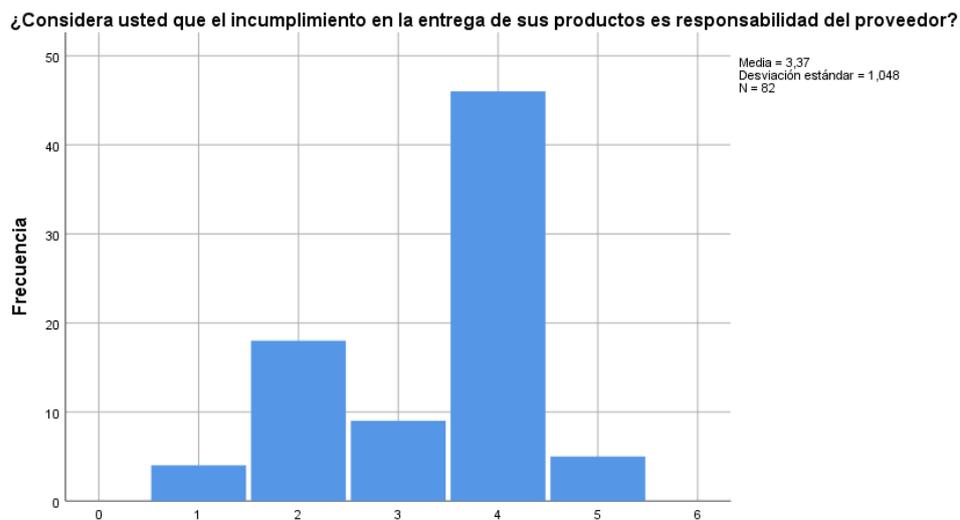
Totalmente de acuerdo	5	6,1	6,1	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 26

Pregunta veintiuno del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 21, se evidencia el 56.1% de los encuestados indican que están de acuerdo, 22% en desacuerdo y 11% están ni de acuerdo ni en desacuerdo que el incumplimiento en las entregas de los productos es responsabilidad de los proveedores y no de sus empresas.

Tabla 32

P22 ¿Piensa usted que una ruptura en la cadena de suministro se relaciona como una limitante para la comercialización en el mercado internacional?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	8	9,8	9,8	9,8

Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	5	6,1	6,1	15,9
De acuerdo	61	74,4	74,4	90,2
Totalmente de acuerdo	8	9,8	9,8	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Figura 27

Pregunta veintidós del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 22, se evidencia 74.4% de los encuestados manifiestan estar de acuerdo, 9.8% en desacuerdo y el 9.8% está totalmente de acuerdo. Por lo cual se demuestra que se obtuvo diversas respuestas, sin embargo, la mayoría afirma que la ruptura en la cadena de suministro es una limitante en la comercialización de rosas para el mercado internacional.

4.2.4 Dimensión 4: Falta de apoyo del Estado

Tabla 33

P23 ¿Considera usted que la falta de apoyo del Estado impacta en el desarrollo de sus actividades?

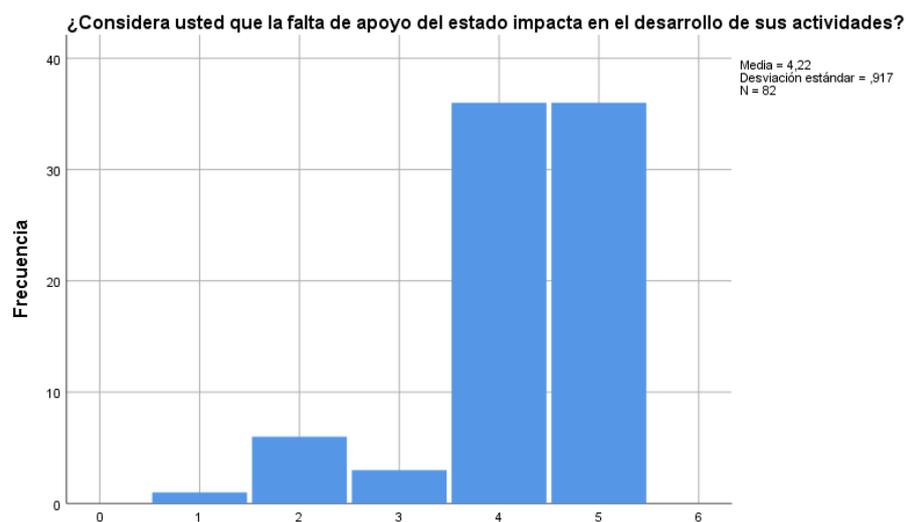
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1,2	1,2	1,2
En desacuerdo	6	7,3	7,3	8,5
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	3	3,7	3,7	12,2
De acuerdo	36	43,9	43,9	56,1
Totalmente de acuerdo	36	43,9	43,9	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 28

Pregunta veintitrés del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 23, se evidencia el 43.9% de los encuestados manifiestan estar totalmente de acuerdo y 43.9% de acuerdo que la falta de apoyo del Estado repercute en las actividades empresariales.

Tabla 34

P24 ¿Cree usted que el impacto en el desarrollo de sus actividades perjudica la comercialización de sus rosas al mercado internacional?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	2,4	2,4	2,4
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	2	2,4	2,4	4,9
De acuerdo	62	75,6	75,6	80,5
Totalmente de acuerdo	16	19,5	19,5	100,0
Total	82	100,0	100,0	

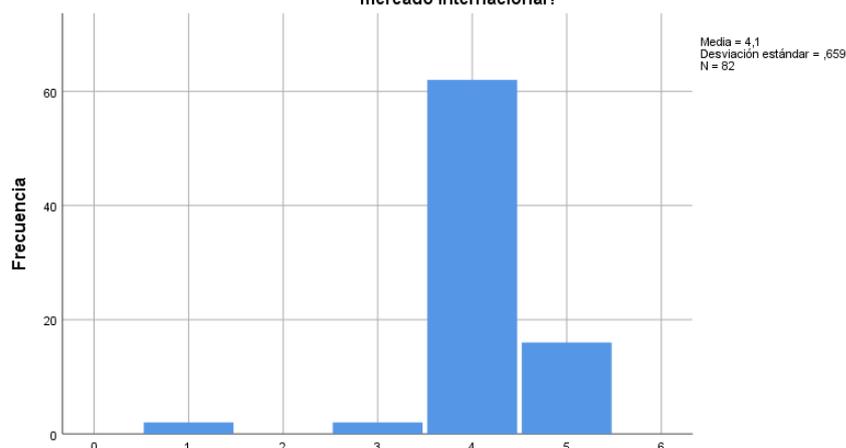
Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 29

Pregunta veinticuatro del cuestionario

¿Cree usted que el impacto en el desarrollo de sus actividades perjudica la comercialización de sus rosas al mercado internacional?



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 24, se evidencia el 75.6% de los encuestados manifiestan estar de acuerdo y 19.5% totalmente de acuerdo que el impacto en el desarrollo de las actividades de sus empresas perjudica en la comercialización de las rosas en un mercado internacional.

Tabla 35

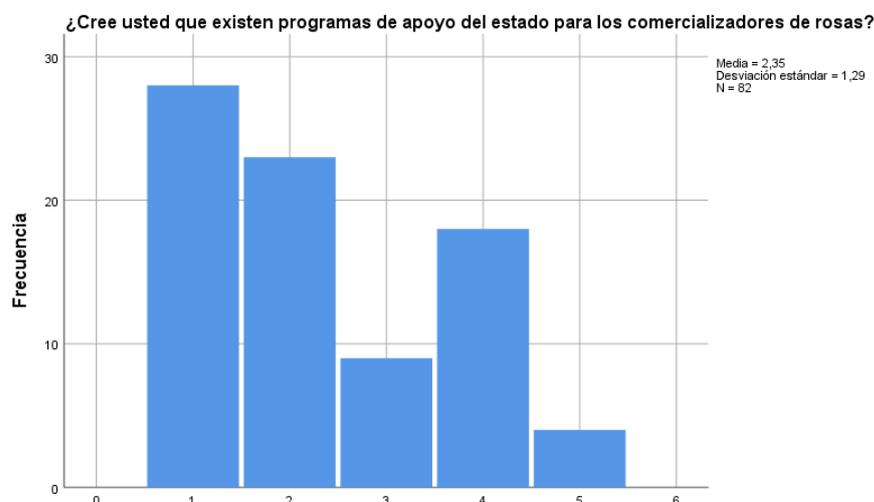
P25 ¿Cree usted que existen programas de apoyo del estado para los comercializadores de rosas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	28	34,1	34,1	34,1
En desacuerdo	23	28,0	28,0	62,2
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	9	11,0	11,0	73,2
De acuerdo	18	22,0	22,0	95,1
Totalmente de acuerdo	4	4,9	4,9	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Figura 30

Pregunta veinticinco del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 25, se evidencia el 34.1% están totalmente en desacuerdo, 28% en desacuerdo, 22% de acuerdo y el 11% ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por lo cual, hay diversas respuestas de la existencia de programas de apoyo realizados por parte del estado para los comercializadores de rosas.

Tabla 36

P26 ¿Considera usted que los requisitos para acceder a programas de capacitación y financiamiento promovidos por el estado son difíciles?

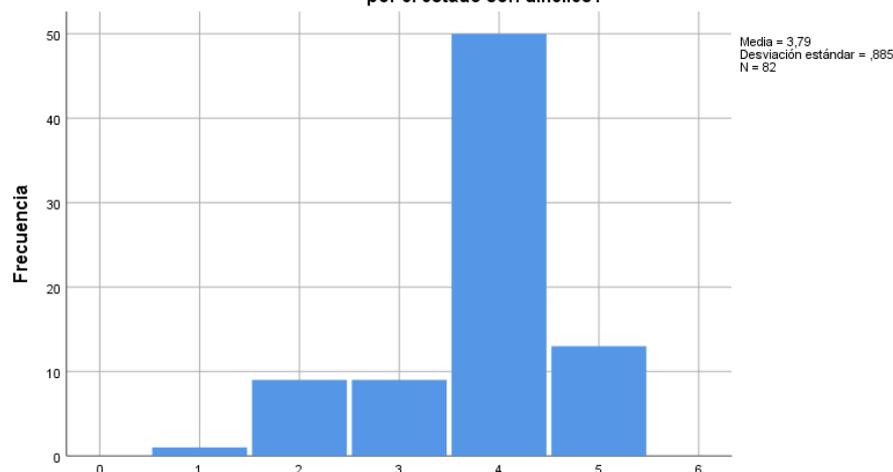
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1,2	1,2	1,2
En desacuerdo	9	11,0	11,0	12,2
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	9	11,0	11,0	23,2
De acuerdo	50	61,0	61,0	84,1
Totalmente de acuerdo	13	15,9	15,9	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 31
Pregunta veintiséis del cuestionario

¿Considera usted que los requisitos para acceder a programas de capacitación y financiamiento promovidos por el estado son difíciles?



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 26, se evidencia el 61% de acuerdo, 15.9% totalmente de acuerdo. Por lo cual, los trabajadores indican que los requisitos para los programas promovidos por el estado son de difícil acceso.

Tabla 37

P27 ¿Considera usted que los programas del estado son necesarios en la comercialización de sus rosas al mercado internacional?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	7,3	7,3	7,3
En desacuerdo	6	7,3	7,3	14,6
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	5	6,1	6,1	20,7
De acuerdo	48	58,5	58,5	79,3
Totalmente de acuerdo	17	20,7	20,7	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Figura 32
Pregunta veintisiete del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 27, se evidencia el 58.5% de acuerdo, 20.7% totalmente de acuerdo. Por lo cual, los trabajadores indican que los programas del estado son imprescindibles en la comercialización de sus rosas al mercado internacional.

4.3 Variable dependiente: Capacidad de exportación

4.3.1 Dimensión 1: Capacidad productiva

Tabla 38

P28 ¿Considera usted que su empresa puede cumplir con el volumen de demanda que exige el mercado internacional?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	8,5	8,5	8,5
En desacuerdo	10	12,2	12,2	20,7
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	23	28,0	28,0	48,8
De acuerdo	38	46,3	46,3	95,1
Totalmente de acuerdo	4	4,9	4,9	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 33

Pregunta veintiocho del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 28, se evidencia el 46.3% de acuerdo, 28% ni de acuerdo ni en desacuerdo y 12.2% en desacuerdo. Por lo cual, se presenta diversas respuestas acerca del cumplimiento de sus empresas con el volumen de demanda que exige el mercado internacional.

Tabla 39

P29 ¿Considera usted que sus proveedores cuentan con capacidad instalada (Infraestructura) para cumplir con la comercialización al mercado internacional?

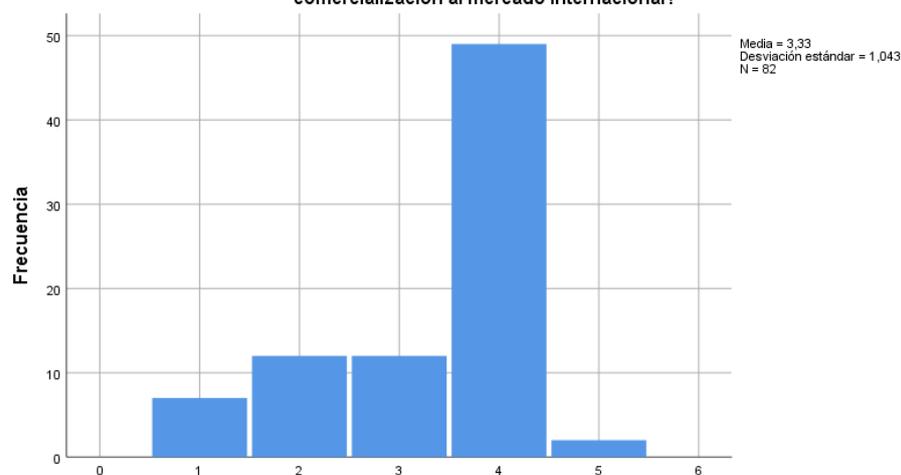
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	7	8,5	8,5	8,5
En desacuerdo	12	14,6	14,6	23,2
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	12	14,6	14,6	37,8
De acuerdo	49	59,8	59,8	97,6
Totalmente de acuerdo	2	2,4	2,4	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Figura 34

Pregunta veintinueve del cuestionario

¿Considera usted que sus proveedores cuentan con capacidad instalada (Infraestructura) para cumplir con la comercialización al mercado internacional?



Fuente: Datos tomados de encuesta

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 29, se evidencia el 59.8% de acuerdo, 14.6% en desacuerdo y 14.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por lo cual, se presenta respuestas divididas acerca de que los proveedores disponen de capacidad instalada (infraestructura) para el cumplimiento de la comercialización de rosas al mercado internacional.

4.3.2 Dimensión 2: Capacidad de personal y de gestión

Tabla 40

P30 ¿Considera usted que la falta de personal capacitado es una limitante para la exportación de rosas?

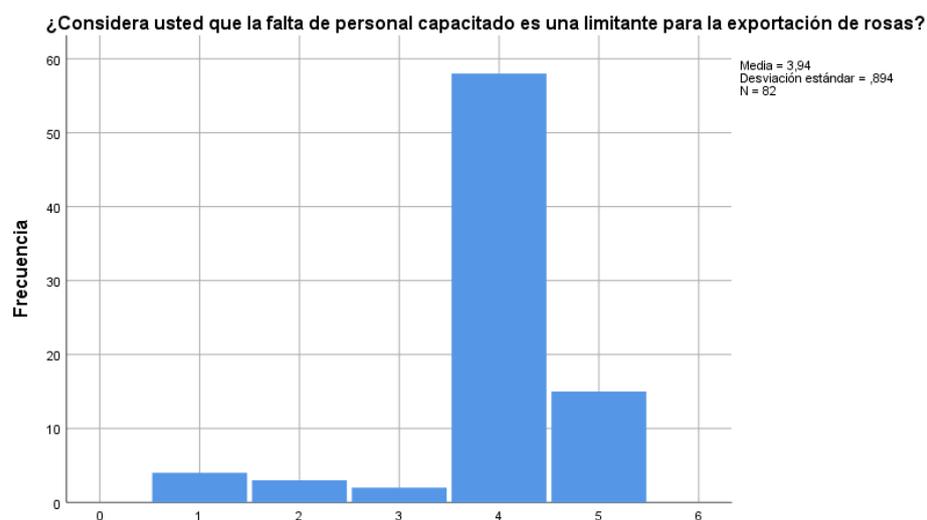
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	4	4,9	4,9	4,9
En desacuerdo	3	3,7	3,7	8,5
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	2	2,4	2,4	11,0
De acuerdo	58	70,7	70,7	81,7
Totalmente de acuerdo	15	18,3	18,3	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 35

Pregunta treinta del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 30, se evidencia el 70.7% de acuerdo, 18.3% totalmente de acuerdo. Por lo cual, los encuestados indican que la falta de personal capacitado si es una limitante para la exportación de rosas al mercado internacional.

Tabla 41

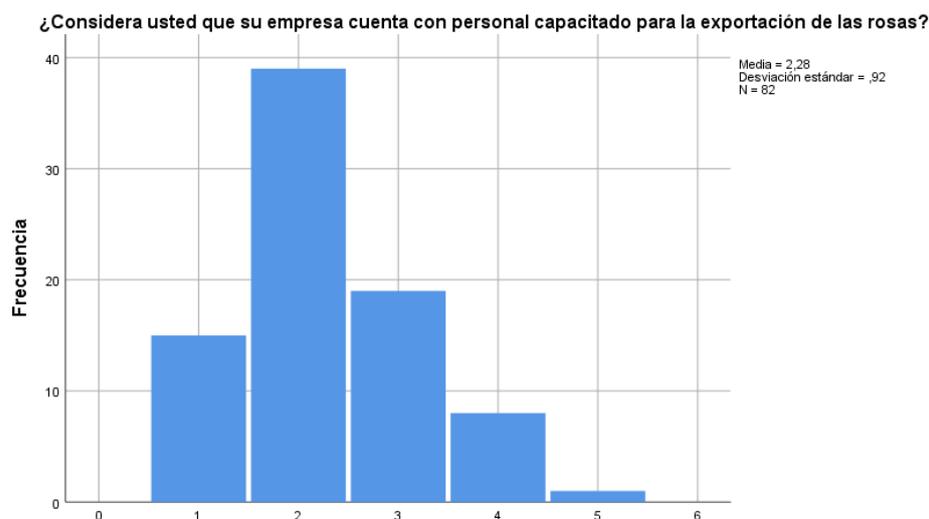
P31 ¿Considera usted que su empresa cuenta con personal capacitado para la exportación de las rosas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	15	18,3	18,3	18,3
En desacuerdo	39	47,6	47,6	65,9
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	19	23,2	23,2	89,0
De acuerdo	8	9,8	9,8	98,8
Totalmente de acuerdo	1	1,2	1,2	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Figura 36
Pregunta treinta uno del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 31, se evidencia el 47.6% en desacuerdo, 23.2% ni de acuerdo ni en desacuerdo y 18.3% totalmente en desacuerdo. Por lo cual, los trabajadores manifiestan que sus representadas no cuenta con personal capacitado para la exportación de las rosas al mercado internacional.

4.3.3 Dimensión 3: Capacidad comercial

Tabla 42

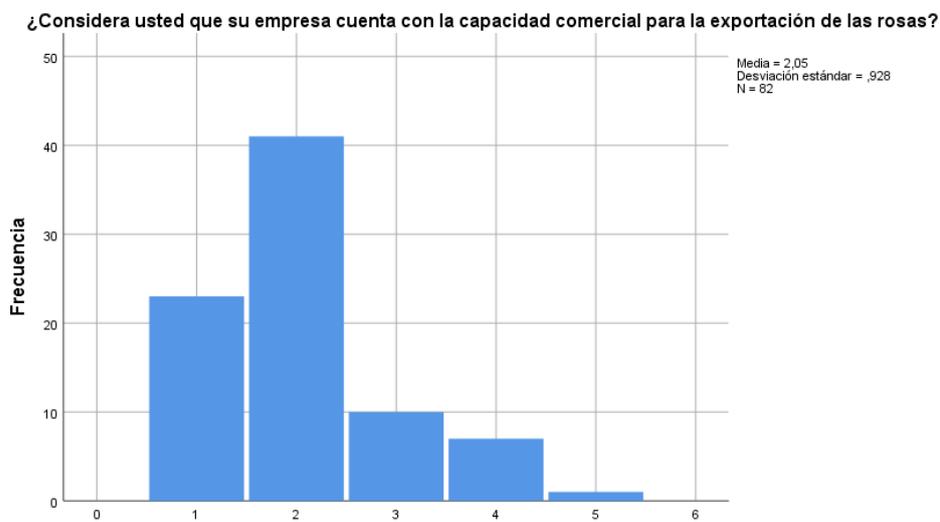
P32 ¿Considera usted que su empresa cuenta con la capacidad comercial para la exportación de las rosas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	23	28,0	28,0	28,0
En desacuerdo	41	50,0	50,0	78,0

Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	10	12,2	12,2	90,2
De acuerdo	7	8,5	8,5	98,8
Totalmente de acuerdo	1	1,2	1,2	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Figura 37
Pregunta treinta y dos del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 32, se evidencia el 50% en desacuerdo, 28% totalmente en desacuerdo. Por tal motivo, los encuestados indican que sus organizaciones no cuentan con la capacidad comercial para la exportación de rosas al mercado internacional.

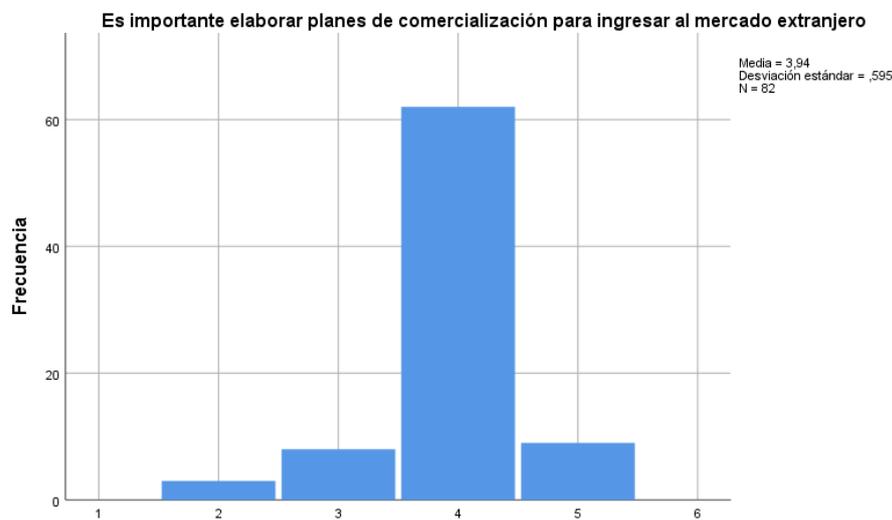
Tabla 43
P33 Es importante elaborar planes de comercialización para ingresar al mercado extranjero

Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
------------	------------	-------------------	----------------------

En desacuerdo	3	3,7	3,7	3,7
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	8	9,8	9,8	13,4
De acuerdo	62	75,6	75,6	89,0
Totalmente de acuerdo	9	11,0	11,0	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Figura 38
Pregunta treinta y tres del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 33, se evidencia el 75.6% de acuerdo, 11% totalmente de acuerdo. Por lo cual, los encuestados determinan la importancia de realizar un plan de comercialización para el ingreso a un mercado extranjero.

Tabla 44

P34 ¿Considera usted que es importante conocer los aspectos generales (precio, promoción, etc.) del mercado extranjero?

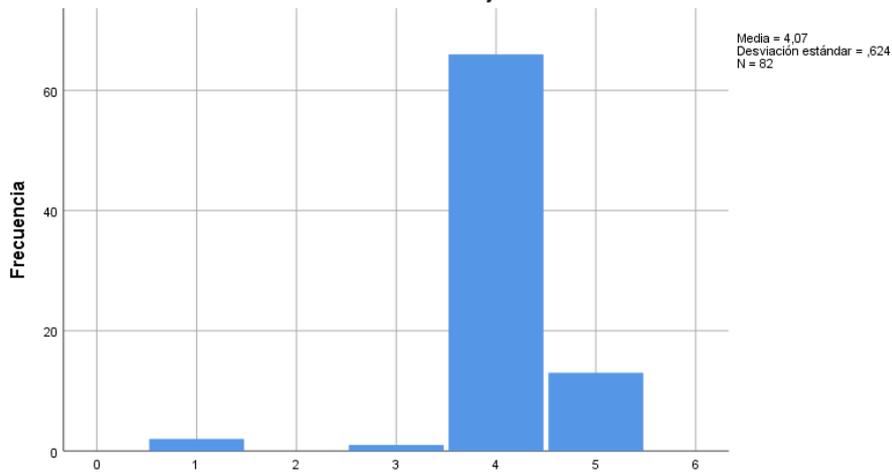
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	----------------------	-------------------------

Totalmente en desacuerdo	2	2,4	2,4	2,4
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	1	1,2	1,2	3,7
De acuerdo	66	80,5	80,5	84,1
Totalmente de acuerdo	13	15,9	15,9	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Figura 39
Pregunta treinta y cuatro del cuestionario

¿Considera usted que es importante conocer los aspectos generales (precio, promoción, etc.) del mercado extranjero?



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 34, se evidencia el 80.5% de acuerdo, 15.9% totalmente de acuerdo. Por lo cual, los encuestados si consideran importante comprender los aspectos generales (precio, promoción, etc.) de las rosas en el mercado extranjero.

4.3.4 Dimensión 4: Gestión económica y financiera

Tabla 45

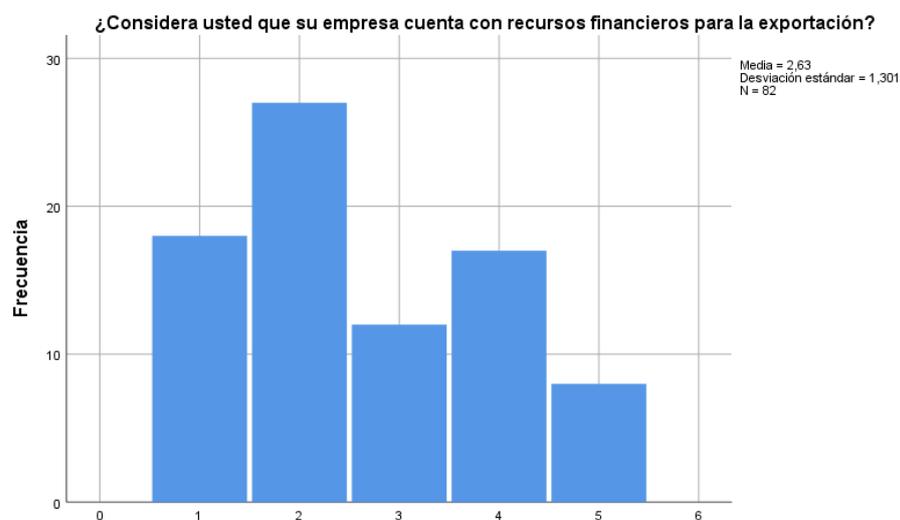
P35 ¿Considera usted que su empresa cuenta con recursos financieros para la exportación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	18	22,0	22,0	22,0
	27	32,9	32,9	54,4
En desacuerdo				
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	12	14,6	14,6	69,5
De acuerdo	17	20,7	20,7	90,2
Totalmente de acuerdo	8	9,8	9,8	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Figura 40

Pregunta treinta y cinco del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 35, se evidencia el 32.9% en desacuerdo, 22% totalmente en desacuerdo y 20.7% de acuerdo. Por lo cual, se

presenta respuestas divididas acerca de los recursos financieros que tienen las empresas para la exportación de rosas al mercado internacional.

Tabla 46

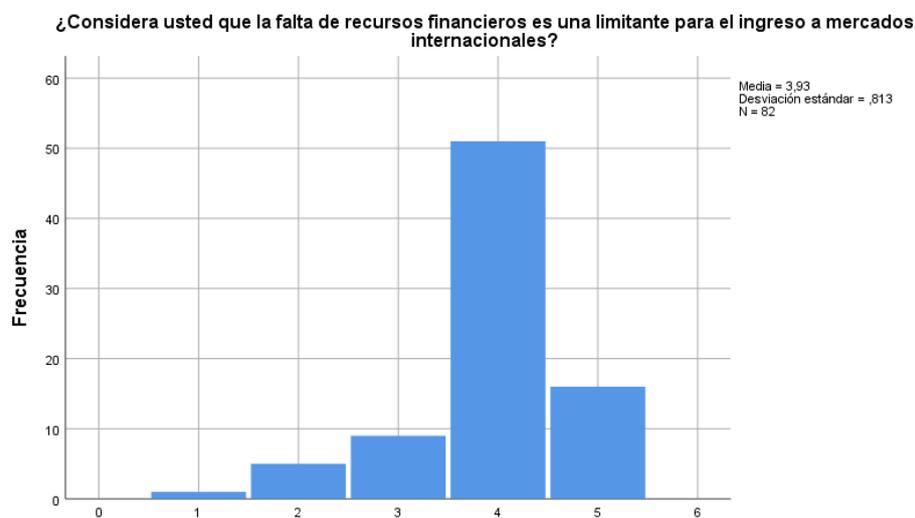
P36 ¿Considera usted que la falta de recursos financieros es una limitante para el ingreso a mercados internacionales?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1,2	1,2	1,2
En desacuerdo	5	6,1	6,1	7,3
Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo	9	11,0	11,0	18,3
De acuerdo	51	62,2	62,2	80,5
Totalmente de acuerdo	16	19,5	19,5	100,0
Total	82	100,0	100,0	

Fuente: Datos tomados de encuesta

Figura 41

Pregunta treinta y seis del cuestionario



Fuente: Datos tomados de encuesta

Nota: Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos en la pregunta 36, se evidencia el 62.2% de acuerdo, 19.5% totalmente de acuerdo. Por lo cual, los encuestados manifiestan que la falta de recursos financieros si es una limitante para el ingreso a mercados internacional de las rosas.

4.4 Prueba de Normalidad

Tabla 47

Prueba de Normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Factores Internos	0,113	82	0,011	0,965	82	0,026
Capacidad De Exportación	0,121	82	0,004	0,963	82	0,018

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Datos tomados del SPSS

El resultado de la prueba de normalidad realizada mediante la metodología de Kolmogórov-Smirnov, para la variable de factores internos es $p=0,011$ y para la variable capacidad de exportación es $p=0,004$. Por lo cual, estos resultados significan que se rechaza la hipótesis nula, entonces se puede concluir que los datos no se distribuyen de manera normal.

Según Martínez y Campos (2015) manifiestan que la interpretación del coeficiente de correlación de Spearman tiene los siguientes valores y significado:

- -1 correlación negativa grande y perfecta
- -0.9 a -0.99 correlación negativa muy alta
- -0.7 a -0.89 correlación negativa alta
- -0.4 a -0.69 correlación negativa moderada

- -0.2 a -0.39 correlación negativa baja
- -0.1 a -0.19 correlación negativa muy baja
- 0 correlación nula
- 0.01 a 0.19 correlación positiva muy baja
- 0.2 a 0.39 correlación positiva baja
- 0.4 a 0.69 correlación positiva moderada
- 0.7 a 0.89 correlación positiva alta
- 0.9 a 0.99 correlación positiva muy alta
- 1 correlación positiva grande y perfecta

4.5 Resultados de la contrastación de la hipótesis

En la presente investigación se realizó la prueba de hipótesis para la determinación de las correlaciones entre las variables y dimensiones a través del método Spearman ya que no existe una distribución normal.

4.5.1 Contrastación de la hipótesis general

H1: Los factores internos limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

H0: Los factores internos no limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

Tabla 48

Correlación de Rho de Spearman entre los factores internos y la capacidad de exportación

			Factores internos	Capacidad de exportación
Rho de Spearman	Factores internos	Coeficiente de correlación	1,000	0,270*
		Sig. (bilateral)	.	0,014
		N	82	82
		Coeficiente de correlación	0,270*	1,000

Capacidad de exportación	Sig. (bilateral)	0,014	.
	N	82	82

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Datos tomados del SPSS

Nota: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos en la prueba de correlación de Rho de Spearman, es $Rho = 0,270$ lo que significa que las variables tienen una correlación positiva baja. Asimismo, se obtuvo un nivel de significancia ($0,00 < 0,05$).

Por lo cual, se aprueba la hipótesis general, es decir que los factores internos limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023.

4.5.2 Correlación de hipótesis específica 1

H1: La falta de acceso de financiamiento limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

H0: La falta de acceso de financiamiento no limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

Tabla 49

Correlación de la hipótesis específica 1 entre la falta de acceso de financiamiento y capacidad productiva

			Falta de acceso de financiamiento	Capacidad productiva
Rho de Spearman	Falta de acceso de financiamiento	Coefficiente de correlación	1,000	0,279*
		Sig. (bilateral)	.	0,011
		N	82	82
	Capacidad productiva	Coefficiente de correlación	0,279*	1,000
		Sig. (bilateral)	0,011	.

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Datos tomados del SPSS

Nota: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos en la prueba de correlación de Rho de Spearman, es $Rho = 0,279$ lo que significa que la falta de acceso de financiamiento y capacidad productiva tienen una correlación positiva baja.

Asimismo, se obtuvo un nivel de significancia ($0,00 < 0,05$).

Por lo cual, se aprueba la hipótesis específica 1, es decir que la falta de acceso de financiamiento limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

4.5.3 Correlación de hipótesis específica 2

H1: El desconocimiento para exportar limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores de los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

H0: El desconocimiento para exportar no limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores de los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

Tabla 50

Correlación de la hipótesis específica 2 entre el desconocimiento para exportar y capacidad de personal y de gestión

			Desconocimiento para exportar	Capacidad de personal y de gestión
Rho de Spearman	Desconocimiento para exportar	Coefficiente de correlación	1,000	0,019
		Sig. (bilateral)	.	0,865
		N	82	82

Capacidad de personal y de gestión	Coefficiente de correlación	0,019	1,000
	Sig. (bilateral)	0,865	.
	N	82	82

Fuente: Datos tomados del SPSS

Nota: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos en la prueba de correlación de Rho de Spearman, es $Rho = 0,019$ lo que significa que el desconocimiento para exportar y capacidad de personal y de gestión tienen una correlación positiva muy baja.

Asimismo, se obtuvo un nivel de significancia ($0,00 > 0,05$).

Por lo cual, no se aprueba la hipótesis específica 2 y se deduce que el desconocimiento para exportar no limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores de los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

4.5.4 Correlación de hipótesis específica 3

H1: La inadecuada elección de proveedores limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

H0: La inadecuada elección de proveedores no limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

Tabla 51

Correlación de la hipótesis específica 3 entre la mala elección de proveedores y la capacidad comercial

			Mala elección de proveedores	Capacidad comercial
Rho de Spearman	Mala elección de proveedores	Coefficiente de correlación	1,000	0,216
		Sig. (bilateral)	.	0,052

	N	82	82
Capacidad comercial	Coeficiente de correlación	0,216	1,000
	Sig. (bilateral)	0,052	.
	N	82	82

Fuente: Datos tomados del SPSS

Nota: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos en la prueba de correlación de Rho de Spearman, es $Rho = 0,216$ lo que significa que la mala elección de proveedores y capacidad comercial tienen una correlación positiva baja.

Asimismo, se obtuvo un nivel de significancia ($0,00 < 0,05$).

Por lo cual, se aprueba la hipótesis específica 3 y se deduce que la inadecuada elección de proveedores limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023.

4.5.5 Correlación de hipótesis específica 4

H1: La falta de apoyo del estado limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023.

H0: La falta de apoyo del Estado no limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023.

Tabla 52

Correlación de la hipótesis específica 4 entre la falta de apoyo del Estado y la gestión económica y financiera

			Falta de apoyo del estado	Gestión económica y financiera
Rho de Spearman	Falta de apoyo del estado	Coeficiente de correlación	1,000	-0,020
		Sig. (bilateral)	.	0,856
		N	82	82
	Gestión económica y financiera	Coeficiente de correlación	-0,020	1,000
		Sig. (bilateral)	0,856	.
		N	82	82

Fuente: Datos tomados del SPSS

Nota: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos en la prueba de correlación de Rho de Spearman, es $Rho = -0,020$ lo que significa que la falta de apoyo del Estado y gestión económica y financiera tienen una correlación negativa muy baja.

Asimismo, se obtuvo un nivel de significancia ($0,00 > 0,05$).

Por lo cual, se rechaza la hipótesis específica 4 y se deduce que la falta de apoyo del Estado no limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

En el presente capítulo se desarrolla la discusión de los resultados obtenidos en la investigación a través de la aplicación y ejecución del cuestionario a la muestra del estudio, lo que permitió tener mayores alcances acerca del tema “ Factores internos que limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023 ”, las discusiones fueron desarrolladas en subtítulos comprendiendo la hipótesis general y las hipótesis específicas.

5.1.1 Discusión de resultados de la hipótesis general

De acuerdo con la hipótesis general de la investigación que hace referencia a: Los factores internos limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023, la cual fue aprobada mediante los resultados de la prueba de hipótesis con rho de Spearman.

Ante ello, se contrasta los resultados obtenidos en la hipótesis general y se asemeja a la investigación realizada por Jiménez (2021), cuyo objetivo fue realizar un estudio preliminar a la empresa “Flores Edith” para el inicio de su expansión internacional a los mercados ubicados en Europa, el cual tuvo como principal conclusión que las desventajas para iniciar el proceso de exportación fueron la situación financiera de la empresa, la falta de estrategias de comercialización y marketing y la falta de infraestructura para el desarrollo de sus actividades en el

comercio exterior. En síntesis, los factores internos en una organización si limitan la capacidad de exportación.

5.1.2 Discusión de resultados de la hipótesis específica 1

De acuerdo con la hipótesis específica 1 de la investigación que hace referencia a: La falta de acceso de financiamiento limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023, la cual fue aprobada mediante los resultados de la prueba de hipótesis con Rho de Spearman.

Ante ello, se contrasta los resultados obtenidos en la hipótesis específica 1 y se asemeja a la investigación realizada por Cedillo (2021), la cual tuvo como objetivo proponer acciones para dar facilidades al acceso de créditos bancarios a los productores y comercializadores de flores de la comunidad de Santiago Oxtotitlán, obteniendo como principales resultados, que el 89% de los encuestados indicaron no apoyarse en los bancos para el acceso a un financiamiento, el 55% no acuden a prestamistas para el desarrollo de sus actividades, el 52% no cumple con el pago puntual de los créditos otorgados y el 62% mencionaron no estar interesados en solicitar un préstamo.

5.1.3 Discusión de resultados de la hipótesis específica 2

De acuerdo con la hipótesis específica 2 de la investigación que hace referencia a: El desconocimiento para exportar limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores de los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023 la cual fue rechazada mediante los resultados de la prueba de hipótesis con Rho de Spearman.

Es por ello que, se contrasta los resultados obtenidos en la hipótesis específica 2 y difiere con el estudio de Valqui (2022) cuyo problema fue el desconocimiento de los beneficios de una exportación y la falta de financiamiento que limitó la capacidad de exportación en las micro y pequeñas empresas ubicadas en Cajamarca obteniendo como principales resultados que el 57% de los encuestados indicaron que el conocimiento de la demanda de rosas en el mercado internacional es un factor clave para tomar decisiones sobre la exportación, el 43% manifestó estar totalmente de acuerdo y el 43% de acuerdo que el estudio del mercado extranjero es importante para la exportación de las rosas. Por otro lado, el 43% de los encuestados manifestaron estar totalmente en desacuerdo y el 29% en desacuerdo acerca de conocer los procedimientos y requisitos del proceso de exportación de sus rosas.

5.1.4 Discusión de resultados de la hipótesis específica 3

De acuerdo con la hipótesis específica 3 de la investigación que hace referencia a: La inadecuada elección de proveedores limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023 la cual fue aprobada mediante los resultados de la prueba de hipótesis con Rho de Spearman.

Ante ello, se contrasta los resultados obtenidos en la hipótesis específica 3 y se asemeja con lo indicado por el autor Quiroa (2021), que destaca la importancia del correcto análisis de proveedores para el desarrollo de las actividades de las organizaciones determinando que una buena elección tiene relación con el crecimiento de un negocio. Entre los principales criterios a evaluar se encuentran: calidad, condiciones de pago, plazos de entrega y experiencia en el rubro.

Asimismo, se contrasta los resultados obtenidos en la hipótesis específica 3 y se asemeja con Valle (s.f) quien argumenta que la inadecuada elección de proveedores tiene como principales consecuencias la detención del servicio del cliente, el incumplimiento de contrato y la ruptura en la cadena de suministro.

5.1.5 Discusión de resultados de la hipótesis específica 4

De acuerdo con la hipótesis específica 4 de la investigación que hace referencia a: La falta de apoyo del estado limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023, la cual fue rechazada mediante los resultados de la prueba de hipótesis con Rho de Spearman.

Por tal razón, se contrasta los resultados obtenidos en la hipótesis específica 4 y difiere a la investigación realizada por Pérez (2021) cuyo problema principal fue la falta de apoyo y control del gobierno ecuatoriano por el término del tratado internacional ATPDEA, y el objetivo principal fue analizar los factores internos y externos que influyen en las exportaciones de rosas, teniendo como principales resultados que las exportaciones del rubro florícola fueron afectadas con pérdidas económicas, empleo, producción y de mercado por la falta de apoyo del Estado. Asimismo, que los acuerdos comerciales de Ecuador con otros países no brindaron beneficios en el proceso de exportación.

CONCLUSIONES

En la presente investigación se concluye a través de los resultados obtenidos de los 82 trabajadores del sector florícola ubicados en los mercados de Santa Rosa y Piedra liza del distrito del Rímac, se afirma lo siguiente:

1. Existe una correlación entre los factores internos y la capacidad de exportación con un resultado $Rho= 0.270$, por lo cual las variables tienen una correlación positiva baja debido que la falta de acceso de financiamiento y la inadecuada elección de proveedores son factores limitantes para los comercializadores de los mercados de flores del Rímac con la intención de expandir sus ventas al exterior.
2. Además, se concluye que la falta de acceso de financiamiento y la capacidad de producción obtuvo una correlación positiva baja con un resultado $Rho= 0.279$. Por lo cual los comercializadores para iniciar un proceso de exportación requieren de recursos financieros y en muchos casos no acceden a los créditos solicitados, es decir, no pueden cumplir con la capacidad de producción y comercialización que demanda el mercado internacional.
3. Existe una correlación positiva muy baja entre el desconocimiento para exportar y la capacidad de personal y de gestión con un resultado $Rho= 0.019$. Por lo tanto, se determina que la falta de capacitaciones y de conocimientos de los comercializadores acerca del proceso y requisitos de la exportación de rosas no limita su capacidad de ingresar a mercados del exterior.

4. Existe una correlación positiva baja entre la inadecuada elección de proveedores con la capacidad comercial con un resultado $Rho= 0.216$. Es decir, que una correcta elección de proveedores es importante en los planes de comercialización de las empresas para iniciar el proceso de exportación, ya que los socios estratégicos deben conocer los estándares y aspectos comerciales que demanda el mercado internacional.
5. Existe una correlación negativa muy baja entre la falta de apoyo del estado con gestión económica y financiera con un resultado $Rho=0.020$. Esto lleva a concluir que a pesar de la falta de capacitaciones y de apoyo económico del gobierno, las empresas comercializadoras no lo consideran necesario para la exportación de sus rosas.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que los comercializadores busquen alternativas de financiamiento para contar con recursos financieros que permitan desarrollar su capacidad de exportación, siendo la asociación de los trabajadores una alternativa para acceder a un crédito o reunir un capital social para lograr su internacionalización.
2. Es muy importante que los dueños de las empresas comercializadoras de rosas promuevan capacitaciones a sus colaboradores sobre implementar la capacidad exportadora en sus organizaciones conociendo la importancia y beneficios de expandir sus ventas a nivel internacional.
3. Se recomienda que los comercializadores realicen filtros previos a la elección de proveedores evaluando la calidad de las rosas, precio, plazos de entrega y condiciones comerciales que permita cumplir con la demanda y estándares del mercado internacional.
4. Se recomienda a los comercializadores que puedan informarse acerca de los programas de capacitación y financiamiento que el Estado brinda al sector florícola, el cual ayudaría en su proceso de comercialización a nivel internacional.
5. Se recomienda a los comercializadores considerar los resultados de la presente investigación con la finalidad de mejorar su proceso de exportación.

REFERENCIAS

Acosta, M. (20 de febrero de 2023). *Tipos de flores*. Ecología Verde.

<https://www.ecologiaverde.com/tipos-de-flores-2462.html>

Acosta, M. (21 de abril de 2023). *Tipos de rosas*. Ecología Verde.

<https://www.ecologiaverde.com/tipos-de-rosas-4068.html>

ADEX. (27 de enero de 2023). *¿Qué es la exportación?* ADEX.

<https://adex.edu.pe/nota/que-es-la-exportacion#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son%20las%20exportaciones%3F,importaciones%2C%20conforman%20el%20comercio%20internacional>

Aguayza, A. (2014). *Alimentos en base de rosas comestibles para el desarrollo de la gastronomía del cantón Ambato provincia de Tungurahua* [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica De Ambato] Repositorio institucional de la Universidad Técnica de Ambato.

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/9325/1/FCHE-HTP-189.pdf>

Aguirre, H., y Martínez, L. (2022). *Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos*. [Tesis de licenciatura, Universidad Continental]. Repositorio institucional de la Universidad Continental.

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11067/2/IV_FCE_315_TE_Aguirre_Martinez_2022.pdf

Alianza del Pacífico. (mayo de 2020). *Estudio de limitaciones regulatorias para emprendimientos de alto impacto en los países de Alianza del Pacífico*.

IDB. https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/Estudio_limitaciones_regulatorias_emprendimientos_alto_impacto_en_paises_AP.pdf

American Rose Society. (11 de junio de 2018). *Clasificaciones de rosas*. American Rose Society. <https://www.rose.org/single-post/2018/06/11/rose-classifications>

Aquae Fundación. (21 de octubre de 2021). *La rosa, una fuente de vitamina C*.

Aquae Fundación: <https://www.fundacionaquae.org/wiki/rosa/>

Arzate Fernández, A. M., Bautista Puga, M. D., Piña Escutia, J. L., Reyes Díaz, J. I., y Vázquez García, L. M. (2014). *Técnicas tradicionales y biotecnológicas en el mejoramiento genético del rosal, Rosa spp.* UAEM.

<http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/21611/T%E9cnicas%20rosal.pdf;jsessionid=C294304DCC6E50240ED62C3FEB074015?sequence=1>

Avendaño, E. (s.f). *Contribuyendo al impacto económico y social en la sierra central del Perú*. Grupo Solid Perú.

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2015/ayacucho/eer-ayacucho-2015-avendano.pdf>

- Avendaño, K. P., y Iglesias, F. D. (2018). *Factores limitantes de la exportación de heliconias a Santiago de Chile provenientes de la Asociación Ave de Paraíso, San Ramón, Perú - 2017* [Tesis de licenciatura, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio institucional de la Universidad San Martín de Porres. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/4263>
- Badia, M., y García, E. (2014). *Perfumería y cosmética natural*. Ediciones Paraninfo, S.A.
https://www.google.com.pe/books/edition/Perfumer%C3%ADa_y_cosm%C3%A9tica_natural/wOw7DwAAQBAJ?hl=es&gbpv=0
- Benaiges, A. (junio de 2008). Aceite de rosa mosqueta. Composición y aplicaciones dermocosméticas. *Elsevier*, 27(6), 94-97.
<https://www.elsevier.es/es-revista-offarm-4-articulo-aceite-rosa-mosqueta-composicion-aplicaciones-13123521>
- Calva, C., y Sánchez, G. (2021). *El decrecimiento de las exportaciones de rosas ecuatorianas hacia EE. UU y su incidencia en la balanza comercial* [Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional de la Universidad de Guayaquil.
http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/59321/1/tesis%20final%20ti%202021-2022_calva%20sarango%20cinthya%20brigitte_sanchez%20pazmi%20c3%91o%20gabriela%20estefan%20c3%8da.pdf
- Carrasco, I. (2022). *Estrategias de comercialización de azucenas para mejorar la competitividad agroempresarial en la APACM-T Amazonas 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Toribio Rodríguez De Mendoza De

Amazonas]. Repositorio institucional de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

<https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/2629/Carra-sco%20Fern%c3%a1ndez%20Iris.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carrasco, J., Carbajal, S., y Huamaní, H. (2019). *Análisis Económico, Financiero y Ambiental del cultivo de rosas en fitotoldo en el sector de CCanabamba - Abancay*. [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica de los Andes].

Repositorio institucional de la Universidad Tecnológica de los Andes.

<https://repositorio.utea.edu.pe/bitstream/utea/150/1/An%c3%a1lisis%20econ%c3%b3mico%2c%20financiero%20y%20ambiental%20del%20cultivo%20de%20rosas%20en%20Fitotoldo%20en%20el%20sector%20de%20Ccanabamba%20e2%80%93%20Abancay.pdf>

Casas, J., Repullo, J., y Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención Primaria*, 31(8), 527-538.

<https://core.ac.uk/download/pdf/82245762.pdf>

Castela, M. (17 de agosto de 2015). *Rosales Trepadores*. Paisajismo y Jardín:

<https://paisajismoyjardin.com/noticias/?id=rosales-trepadores&in=155>

Castilla, Y. (2005). Cultivo de tejidos de rosas (*Rosa* sp): un acercamiento a investigaciones recientes. *Cultivos Tropicales*, 26(4), 43-47.

<https://www.redalyc.org/pdf/1932/193216160006.pdf>

Castro, J. (16 de enero de 2018). *Principales causas del fracaso de las empresas en crecimiento y cómo elegir el mejor ERP para PyMEs*. CORPONET:

<https://blog.corponet.com/principales-causas-del-fracaso-de-las-empresas->

- Cerem Comunicación. (28 de noviembre de 2022). *8 ventajas Del Comercio Exterior*. CEREM Global Business School. <https://www.cerem.pe/blog/8-ventajas-del-comercio-internacional>
- Chavarro, J. (7 de Julio de 2022). *Evolución del mercado global de flores, su desarrollo por región y las oportunidades de Colombia en los principales países y regiones importadoras*. Metroflor-agro: <https://www.metroflorcolombia.com/evolucion-del-mercado-global-de-flores-su-desarrollo-por-region-y-las-oportunidades-de-colombia-en-los-principales-paises-y-regiones-importadoras/>
- Chávez, A. (2019). *Estudio de factibilidad para la comercialización internacional de la rosa Explore, de la empresa "Leon Roses" Ubicada en el Cantón Bolívar-Carchi*. [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Pereira]. Repositorio institucional de la Universidad Católica de Pereira. <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/725/1/449%20Estudio%20de%20factibilidad%20para%20la%20comercializaci%C3%B3n%20internacional%20de%20rosa%20explorer.pdf>
- Coll, F. (1 de septiembre de 2020). *Conflicto social*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/conflicto-social.html>
- ComexPerú. (6 de marzo de 2020). *La importancia de solucionar los conflictos sociales en el Perú*. ComexPerú. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/la-importancia-de-solucionar-los-conflictos-sociales-en-el-peru>
- Corporación Financiera Nacional B.P. (Setiembre de 2021). *Ficha Sectorial Cultivo de flores*. Corporación Financiera Nacional B.P. <https://www.cfn.fin.ec/wp->

content/uploads/downloads/biblioteca/2022/fichas-sectoriales-3-
trimestre/Ficha-Sectorial-Flores.pdf

Dávila, K. (2013). *Limitaciones de la producción de rosas (Rosa sp.) para la exportación, en la provincia de Cajamarca*. [Tesis de licenciatura, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]. Repositorio institucional de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo.
<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/86/TESIS%20N%c2%b0%2001.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Decreto Supremo N.º 004-2013-PCM. (9 de enero de 2013). Aprueban la Política Nacional de la Modernización de la Gestión Pública. *Normas Legales*. El Peruano.
https://www.minsa.gob.pe/presupuestales/doc2021/Normas/Decreto-Supremo_004-2013-PCM.pdf

Decreto Supremo N.º 404-2021-EF. (31 de diciembre de 2021). Arancel de Aduanas 2022. *Normas Legales*. El Peruano.
https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2676619/DS404_2021EF.pdf
.pdf

Echegaray, J., Echegaray, P., Mosquera, A., & Gerrikaetxebarria, J. (2011). Fitoterapia y sus aplicaciones. *Revista Española de Podología*, XXII (6), 258-267. Obtenido de
<https://www.revesppod.com/Documentos/ArticulosNew/X0210123811501573.pdf>

Franzen, F., Richards, N. P., Oliveira, M., Backes, F. A., Menegaes, J. F., y Zago, A. P. (2016). Caracterização e qualidade nutricional de pétalas de flores

ornamentais. *Acta Iguazu, Cascavel*, 5(3), 58-70. <https://e-revista.unioeste.br/index.php/actaiguazu/article/view/15834>

Gestión. (06 de Setiembre de 2017). Más del 60% de emprendedores tienen dificultades por falta de liquidez y apoyo del Estado. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/60-emprendedores-dificultades-falta-liquidez-apoyo-143039-noticia/?ref=gesr>

González, B. (1 de Septiembre de 2022). *Plantas tapizantes resistentes al frío*. Ecología Verde. <https://www.ecologiaverde.com/plantas-tapizantes-resistentes-al-frio-1811.html#:~:text=Las%20plantas%20tapizantes%20son%20aquellas,cubri r%20grandes%20superficies%20de%20terreno>.

Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Alerta*, 2(1), 75-79. doi: <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). McGRAW-HILL. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

IMESUN. (2016). *Mejore su negocio: comercialización*. Organización Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf

Instituto de Ciencias Hegel. (27 de Julio de 2021). *Conflictos sociales en el Perú ¿Cuántos existen en 2021?* Instituto de Ciencias Hegel. <https://hegel.edu.pe/blog/conflictos-sociales-en-el-peru-cuantos-existen-en->

Linares, N. (Junio de 2013). *Plantas Medicinales*. Union de Pequeños Agricultores y Ganaderos.

https://www.fademur.es/_documentos/ponencias/Ponencia_Fademur_farmacia_OK.pdf

López, M. (s.f). *Flores, frutos y semillas*. Biblioteca de Fundación Empresas Polar.

<https://bibliofep.fundacionempresaspolarg.org/media/1377804/v-flores-frutos-y-semillas.pdf>

Maese, J., Alvarado, A., Valles, D., y Báez, Y. (2016). Coeficiente alfa de Cronbach para medir la fiabilidad de un cuestionario difuso. *Cultura Científica y Tecnológica*, 13(59), 146-156.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7193313>

Mainardi Fazio, F., Boffelli, E., y Sirtori, G. (2020). *El jardín - Guía completa*. De Vecchi, Editorial, S.A.

https://www.google.com.pe/books/edition/El_jard%C3%ADn_Gu%C3%ADa_completa/c90WEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1

Mármol, I., Sánchez de Diego, C., Jiménez-Moreno, N., Ancín-Azpilicueta, C., y Rodríguez-Yoldi, M. (2017). Therapeutic Applications of Rose Hips from Different Rosa Species. *International Journal of Molecular Sciences*, 18(6), 1-37. doi: <https://doi.org/10.3390/ijms18061137>

Martínez, A., & Campos, W. (2015). Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores. *Revista mexicana de ingeniería biomédica*.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-95322015000300004

Maya, O. (2013). *Análisis de la capacidad exportadora de las micro y pequeñas empresas industriales de Nariño*. [Tesis de licenciatura, Universidad de Nariño]. Repositorio institucional de la Universidad de Nariño.

<https://sired.udenar.edu.co/3228/1/89575.pdf>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (13 de Febrero de 2021). *MIDAGRI: Más de 7,000 pequeños productores de la Agricultura Familiar se dedican al cultivo de flores en Perú*. gob.pe.

<https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/342309-midagri-mas-de-7-000-pequenos-productores-de-la-agricultura-familiar-se-dedican-al-cultivo-de-flores-en-peru>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú. (s.f). *Cuáles son los requisitos básicos para exportar*. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú.

<https://www.midagri.gob.pe/portal/192-exportaciones/introduccion/670-cuales-son-los-requisitos-basicos-para-exportar>

Ministerio de la producción. (2017). *Estudio de la situación actual de las empresas peruanas. Los determinantes de su productividad y orientación exportadora. Análisis basado en los resultados de la Primera Encuesta Nacional de Empresas 2015*.

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/299953/d29294_opt.pdf

Mondragón, V. (Noviembre de 2014). *Tipos de exportación*. Diario del exportador.

https://www.diariodelexportador.com/2014/11/tipos-de-exportacion_10.html

Mondragón, V. (Octubre de 2017). *La exportación requiere de cuatro capacidades, tome nota*. Diario del exportador:

<https://www.diariodelexportador.com/2017/10/la-exportacion-requiere-de>

cuatro.html#:~:text=En%20conclusi%C3%B3n%2C%20se%20debe%20exp
ortar,%2C%20comercial%2C%20econ%C3%B3mico%20y%20financiera.

Montes de Oca, J. (1 de Marzo de 2020). *Exportación*. Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>

Olmos, L. (10 de Setiembre de 2021). *Países Bajos, a la vanguardia de la floricultura*. Tecnología Hortícola.

<https://www.tecnologiahorticola.com/paises-bajos-vanguardia-floricultura/>

Paredes, D. (3 de Febrero de 2016). *Capacidad Exportadora*. Promperú.

<https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/f843f6d8-0abe-42cc-aa21-988d7b484d99/content>

Parra, A. (15 de Julio de 2022). *La exportación de rosas trabada por las protestas, la pandemia y la guerra en Ucrania*. Euronews:

<https://es.euronews.com/2022/07/15/la-exportacion-de-rosas-trabada-por-las-protestas-la-pandemia-y-la-guerra-en-ucrania>

Pérez, A. (2021). *Análisis de los factores que influyen en las exportaciones de rosas hacia Estados Unidos*. [Tesis de licenciatura, Universidad de las Fuerzas Armadas]. Repositorio institucional de la Universidad de las Fuerzas Armadas.

<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/23757/1/T-ESPE-044275.pdf>

Pillajo, C., y Rumiguano, T. (2021). *Análisis del sector exportador de rosas subpartida 0603.11.00.00 bajo la certificación de comercio justo al mercado de Estados Unidos en el periodo 2014-2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad de las Fuerzas Armadas]. Repositorio institucional de la Universidad de las Fuerzas Armadas.

<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/23813/1/T-ESPE-044349.pdf>

PROMPERÚ. (Marzo de 2012). *Guía Exportadora*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/lecturas_complementarias/10_ExportandoPaso_paso.pdf

Quiroa, M. (1 de Junio de 2021). *Análisis de proveedores*. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-de-proveedores.html>

Quiroa, M. (1 de Mayo de 2021). *Factores internos de una empresa*. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/factores-internos-de-una-empresa.html>

Real Academia Española. (2022). *Rosa*. RAE: <https://dle.rae.es/rosa>

Rendón-Macías, M., Villasís-Keeve, M., y Miranda-Novales, M. (2016). Estadística descriptiva. *Revista Alergia México*, 63(4), 397-407. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755026009.pdf>

Rodríguez, D. (12 de Febrero de 2023). Cómo afecta la inflación y la devaluación a la exportación de flores. *Portafolio 30 años*. <https://www.portafolio.co/economia/flores-colombianas-entrevista-presidente-de-asocolflores-578364>

Ruiz, C. (2013). *Instrumentos y Técnicas de Investigación Educativa* (3era ed.). DANAGA. https://www.academia.edu/37886948/Instrumentos_y_Tecnicas_de_Investigaci%C3%B3n_Educativa_Carlos_Ruiz_Bolivar_pdf

SNICE. (s.f). *Datos sobre Comercio Exterior*. SNICE.

<https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/comerciointernacional.html#:~:text=Una%20importaci%C3%B3n%20se%20refiere%20a,los%20televisores%20y%20la%20ropa>

Sola, G. (s.f.). *La rosa en perfumería*. Academia del perfume.

<https://www.academiadelperfume.com/la-rosa-en-perfumeria/>

Stefan, D. (2012). Elaboración de una metodología para medir la capacidad exportadora de las PYME's en Venezuela. *Compendium*, 15(28), 23-42.

<https://www.redalyc.org/pdf/880/88025738003.pdf>

SUNAT. (s.f). *Exportación*. SUNAT.

<https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>

SUNAT. (s.f). *Requisitos*. SUNAT.

<https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/requisitos.html>

Trade Map. (2022). *Lista de las empresas exportadoras en Perú Categoría de producto: Flores y suministros para floristería*. International Trade Centre:
<https://www.trademap.org/CompaniesList.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c060311%7c%7c%7c20%7c1%7c1%7c2%7c3%7c1%7c1%7c1%7c1%7c4>

Trade Map. (2022). *Lista de las empresas exportadoras en Perú Categoría de producto: Productos ornamentales y de vivero*. International Trade Centre:
<https://www.trademap.org/CompaniesList.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c060311%7c%7c%7c20%7c1%7c1%7c2%7c3%7c1%7c1%7c1%7c1%7c4>

Trade Map. (2022). *Lista de los exportadores*. International Trade Centre:

https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c060311%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Trade Map. (2022). *Lista de los exportadores, toneladas*. International Trade Centre:

https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c060311%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1

Trade Map. (2022). *Lista de los mercados importadores - valor exportado*.

International Trade Centre:

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c060311%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Trade Map. (2022). *Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú*. International Trade Centre:

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c060311%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1

Trade Map. (2022). *Número de empresas exportadoras en Perú, desglosadas por categorías de productos*. International Trade Centre:

<https://www.trademap.org/CorrespondingProductsCompanies.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c060311%7c%7c%7c20%7c1%7c1%7c2%7c3%7c1%7c1%7c1%7c1%7c4>

Trade Map. (2023). *Lista de los países exportadores para el producto*

seleccionado en 2022. International Trade Centre:

https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c060311%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

Universidad Nacional Autónoma de México. (s.f). *Rosa centifolia L. — Rosaceae*.

Biblioteca Digital de la Medicina Tradicional Mexicana:

<http://www.medicinatradicionalmexicana.unam.mx/apmtm/termino.php?l=3&t=rosa-centifolia>

Universidad Nacional Autónoma de México. (s.f). *Rosa gallica L. — Rosaceae*.

Biblioteca Digital de la Medicina Tradicional Mexicana:

<http://www.medicinatradicionalmexicana.unam.mx/apmtm/termino.php?l=3&t=rosa-gallica>

Valle, G. (s.f). *Gestión de proveedores y sus riesgos*. Webdox:

<https://www.webdoxclm.com/blog/gestion-de-proveedores#:~:text=El%20proveedor%20se%20transforma%20en,energ%C3%A9tica%20y%20el%20sector%20p%C3%ABlico>

Valqui, R. (2022). *Procedimientos de exportación de rosas para las Mypes en el distrito de Baños del Inca de la provincia de Cajamarca en el año 2020*.

[Tesis de licenciatura, Universidad Privada Del Norte]. Repositorio institucional de la Universidad Privada Del Norte.

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/32548/Valqui%20Alcalde%20Rosario%20Mercedely.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Vara-Horna, A. (2010). *¿Cómo hacer una tesis en ciencias empresariales?* (2da ed.). Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos de la Universidad de San Martín de Porres.
- https://masteradmon.files.wordpress.com/2013/04/manual-_aristides-vara.pdf
- Vesselino. (s.f). *Rosa Alba L. Rosa oleosa blanca*. Vesselino Trading Company:
- <https://www.vesselino.com/rosa-alba/>
- Vidales, A., Hernández, M., y Vizcaya, J. (2003). Esencia Floral a partir de Residuos Orgánicos (pétalos de flores). *Conciencia Tecnológica* (23).
- <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94402308>
- Vila, J. (2009). *Modelo de proyección para la producción de rosas, basado en las curvas de crecimiento de las plantas*. [Tesis de licenciatura, Universidad de la Salle]. Repositorio de la Universidad de la Salle.
- https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1199&context=administracion_agronegocios
- Volca. (7 de abril de 2020). *¿Qué es el comercio internacional y cuál es su importancia?* Volca: <https://volca.com/que-es-el-comercio-internacional-y-cual-es-su-importancia/#:~:text=Como%20ya%20hemos%20mencionado%2C%20las,algo%20y%20obtener%20mejores%20ganancias>
- Yong, A. (2004). El Cultivo del rosal y su propagación. *Cultivos Tropicales*, 25(2), 53-67. <https://www.redalyc.org/pdf/1932/193217832008.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE LA TESIS **FACTORES INTERNOS QUE LIMITAN LA CAPACIDAD DE EXPORTACIÓN DE ROSAS DE LOS COMERCIALIZADORES EN LOS MERCADOS DE FLORES EN EL DISTRITO DEL RIMAC, LIMA 2023**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Mypes y emprendimiento

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Dimensiones	Metodología
¿De qué manera los factores internos limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023?	Determinar de qué manera los factores internos limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023	Los factores internos limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima, 2023	<p>Variable Independiente:</p> <p>Factores internos</p> <p>Variable dependiente:</p> <p>Capacidad de exportación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de acceso de financiamiento - Desconocimiento para exportar - Mala elección de proveedores - Falta de apoyo del estado - Capacidad productiva - Capacidad de personal y de gestión - Capacidad comercial - Gestión económica y financiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Cuantitativo • Tipo: Aplicada • Alcance: Descriptiva • Diseño: No experimental • Unidad de investigación: Comercializadores de los mercados de flores en el distrito del Rímac

Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Dimensiones	Indicadores	Fuentes de Información
¿De qué manera la falta de acceso de financiamiento limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023?	Determinar de qué manera la falta de acceso de financiamiento limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023	La falta de acceso de financiamiento limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023	Falta de acceso de financiamiento Capacidad de exportación	<ul style="list-style-type: none"> - Poca variedad de productos financieros - Falta de acceso crediticio - Uso del crédito - Volumen de demanda - Personal capacitado - Planes de comercialización - Recursos financieros 	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión Documental (Libros, Tesis, Revistas, Papers, Artículos Científicos)
¿De qué manera el desconocimiento para exportar limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023?	Determinar de qué manera el desconocimiento para exportar limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023	El desconocimiento para exportar limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores de los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023	Desconocimiento para exportar Capacidad de exportación	<ul style="list-style-type: none"> - Carencia de información - Dificultad en la selección de mercados - Falta de experiencia en comercio exterior. - Volumen de demanda - Personal capacitado - Planes de comercialización - Recursos financieros 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario estructurado en Escala de Likert.
¿De qué manera la inadecuada elección de proveedores limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023?	Determinar de qué manera la inadecuada elección de proveedores limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023	La inadecuada elección de proveedores limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023	Proveedores Capacidad de exportación	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad del producto - Condiciones económicas - Ruptura en la cadena de suministro - Volumen de demanda - Personal capacitado - Planes de comercialización 	

distrito del Rímac, Lima 2023?	el distrito del Rímac, Lima 2023	distrito del Rímac, Lima 2023		- Recursos financieros
¿De qué manera la falta de apoyo del estado limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023?	Determinar de qué manera la falta de apoyo del estado limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023	La falta de apoyo del estado limita la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores en los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023	Falta de apoyo del estado Capacidad de exportación	- Impacto en actividades empresariales - Acceso limitado a programas - Volumen de demanda - Personal capacitado - Planes de comercialización - Recursos financieros

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable: Factores Internos

Definición conceptual: Los factores internos son aquellos que determinan las capacidades de la empresa para la identificación de sus fortalezas y debilidades (PROMPERÚ, 2012).

Instrumento: Cuestionario

Técnica: Encuesta

Estatus Lógico: Independiente

Escala: Likert

Unidad de Análisis: 82 trabajadores de las empresas comercializadoras de rosas en los mercados Santa Rosa y Piedra Liza

Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento
Falta de acceso de financiamiento	Poca variedad de productos financieros	P1: Considera Ud. que la falta de acceso de financiamiento tiene relación con la poca variedad de entidades financieras
		P2: Considera Ud. que las entidades financieras ofrecen poca variedad de servicios (tarjeta de crédito empresariales, créditos comerciales, etc.) por el tamaño o rubro de su negocio
		P3: Piensa Ud. que la falta de acceso de financiamiento limita la capacidad exportadora de su empresa
		P4: Considera Ud. que su empresa tiene una limitación para acceder a créditos
Desconocimiento para exportar	Falta de acceso crediticio	P5: Usted cree que la falta de acceso crediticio afecta directamente en el desarrollo de sus actividades para el crecimiento de su negocio
	Uso del crédito	P6: En el caso de obtener un crédito, considera Ud. que realizaría un adecuado manejo del mismo P7: Piensa Ud. que el inadecuado uso del crédito limita a su empresa a un futuro financiamiento P8: Considera Ud. que una inadecuada practica de uso del crédito perjudicaría su comercialización al mercado internacional
Desconocimiento para exportar	Carencia de información	P9: Considera Ud. que no cuenta con información sobre el proceso de exportación de rosas al mercado internacional P10: Cree Ud. que la falta de información limita la capacidad de su empresa para exportar
	Dificultad en la selección de mercados	P11: Ud. cree que su empresa presenta una dificultad en la selección de los mercados internacionales P12: Es importante que los comercializadores de rosas realicen un análisis para seleccionar los mercados internacionales P13: Considera Ud. que una adecuada selección de mercado internacional aumentara la comercialización de sus rosas P14: Considera Ud. que cuenta con experiencia en comercio exterior

Mala elección de proveedores	Falta de experiencia en comercio exterior	<p>P15: Considera Ud. que la falta de experiencia en comercio exterior es una limitante para exportar</p> <p>P16: Considera Ud. que su proveedor suministra un producto de calidad</p> <p>P17: Considera Ud. que una inadecuada selección de proveedores se ve reflejado en la calidad del producto que comercializa</p>
	Calidad del producto	<p>P18: Considera Ud. que la calidad de las rosas que comercializa cumple con los requisitos exigidos en el mercado internacional</p> <p>P19: Considera Ud. que realiza una comparación de precios de sus diversos proveedores de rosas para mejorar la rentabilidad de su negocio</p>
Falta de apoyo del estado	Condiciones económicas	<p>P20: Es importante que sus proveedores faciliten pagos a plazos (créditos) a su empresa para la comercialización de rosas a nivel internacional</p> <p>P21: Considera Ud. que el incumplimiento en la entrega de sus productos es responsabilidad del proveedor</p>
	Ruptura en la cadena de suministro	<p>P22: Piensa Ud. que una ruptura en la cadena de suministro se relaciona como una limitante para la comercialización en el mercado internacional</p> <p>P23: Considera Ud. que la falta de apoyo del estado impacta en el desarrollo de sus actividades</p>
	Impacto en actividades empresariales	<p>P24: Cree Ud. que el impacto en el desarrollo de sus actividades perjudica la comercialización de sus rosas al mercado internacional</p>
	Acceso limitado a programas	<p>P25: Cree Ud. que existen programas de apoyo del estado para los comercializadores de rosas</p> <p>P26: Considera Ud. que los requisitos para acceder a programas de capacitación y financiamiento promovidos por el estado son complejos</p> <p>P27: Considera Ud. que los programas del estado son necesarios en la comercialización de sus rosas al mercado internacional</p>

Variable: Capacidad de exportación

Definición conceptual: "Conjunto de cualidades, habilidades, recursos, capacidades humanas, institucionales, y de infraestructura, favorables que posee una empresa, región y país, para el óptimo establecimiento y desarrollo de relaciones comerciales con el exterior" (Maya, 2013 párr.52).

Instrumento: Cuestionario

Técnica: Encuesta

Estatus Lógico: Independiente

Escala: Likert

Unidad de Análisis: 82 trabajadores de empresas comercializadoras de rosas en los mercados Santa Rosa y Piedra Liza

Dimensiones	Indicadores	Ítems del instrumento
Capacidad productiva	Volumen de demanda	P1: Considera Ud. que su empresa puede cumplir con el volumen de demanda que exige el mercado internacional
Capacidad de personal y de gestión	Personal capacitado	P2: Considera Ud. que sus proveedores cuentan con capacidad instalada (Infraestructura) para cumplir con la comercialización al mercado internacional P3: Considera Ud. que la falta de personal capacitado es una limitante para la exportación de rosas P4: Considera Ud. que su empresa cuenta con personal capacitado para la exportación de las rosas
Capacidad comercial	Planes de comercialización	P5: Considera Ud. que su empresa cuenta con la capacidad comercial para la exportación de las rosas P6: Es importante elaborar planes de comercialización para ingresar al mercado extranjero
Gestión económica y financiera	Recursos financieros	P7: Considera Ud. que es importante conocer los aspectos generales (precio, promoción, etc.) del mercado extranjero P8: Considera Ud. que su empresa cuenta con recursos financieros para la exportación P9: Considera Ud. que la falta de recursos financieros es una limitante para el ingreso a mercados internacionales

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Modelo de Instrumento: Cuestionario

Introducción

La presente encuesta forma parte del trabajo de investigación titulada “Factores internos que limitan la capacidad de exportación de rosas de los comercializadores de los mercados de flores en el distrito del Rímac, Lima 2023.

Por tal motivo, agradezco su gentil colaboración y participación. Tener en consideración, que la presente técnica es de carácter anónimo y la información recopilada es confidencial y reservada, ya que los resultados serán utilizados solamente para la investigación.

De antemano agradezco su colaboración.

Instrucciones

Estimado trabajador, a continuación, se detallan 36 preguntas que debe responder de la siguiente manera.

Debe marcar con un aspa (x) en la opción que considere correcta y se acerca a su modo de pensar del determinado tema: (1) Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo, (4) De acuerdo y (5) Totalmente de acuerdo.

Variable 1: Factores internos.

Dimensión 1: Falta de acceso de financiamiento.

P1: ¿Considera usted que la falta de acceso de financiamiento tiene relación con la poca variedad de entidades financieras?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

P2: ¿Considera usted que las entidades financieras ofrecen poca variedad de servicios (tarjeta de crédito empresariales, créditos comerciales, etc.) por el tamaño o rubro de su negocio?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P3: ¿Piensa usted que la falta de acceso de financiamiento limita la capacidad exportadora de su empresa?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P4: ¿Considera usted que su empresa tiene una limitación para acceder a créditos financieros?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P5: ¿Usted cree que la falta de acceso crediticio afecta directamente en el desarrollo de sus actividades para el crecimiento de su negocio?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P6: En el caso de obtener un crédito, ¿Considera usted que realizaría un adecuado manejo del mismo?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P7: ¿Piensa usted que el inadecuado uso del crédito limita a su empresa a futuras oportunidades de financiamiento?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

P8: ¿Considera usted que una inadecuada practica de uso del crédito perjudicaría su comercialización al mercado internacional?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

Dimensión 2: Desconocimiento para exportar

P9: ¿Considera usted que no cuenta con información sobre el proceso de exportación de rosas al mercado internacional?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

P10: ¿Cree usted que la falta de información limita la capacidad de su empresa para exportar?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

P11: ¿Usted cree que su empresa presenta una dificultad en la selección de los mercados internacionales?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P12: Es importante que los comercializadores de rosas realicen un análisis para seleccionar los mercados internacionales.

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P13: ¿Considera usted que una adecuada selección de mercado internacional aumentara la comercialización de las rosas?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P14: ¿Considera usted que cuenta con experiencia en comercio exterior (exportación e importación)?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P15: ¿Considera usted que la falta de experiencia en comercio exterior es una limitante para exportar?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

Dimensión 3: Mala elección de proveedores

P16: ¿Considera usted que su proveedor suministra un producto de calidad?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

P17: ¿Considera usted que una inadecuada selección de proveedores se ve reflejado en la calidad del producto que comercializa?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

P18: ¿Considera usted que la calidad de las rosas que comercializa cumple con los requisitos exigidos en el mercado internacional?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

P19: ¿Usted realiza una comparación de precios de sus diversos proveedores de rosas para mejorar la rentabilidad de su negocio?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

P20: Es importante que sus proveedores faciliten pagos a plazos (créditos) a su empresa para la comercialización de rosas a nivel internacional.

- (1) Totalmente en desacuerdo

- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

P21: ¿Considera usted que el incumplimiento en la entrega de sus productos es responsabilidad del proveedor?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

P22: ¿Piensa usted que una ruptura en la cadena de suministro se relaciona como una limitante para la comercialización en el mercado internacional?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

Dimensión 4: Falta de apoyo del Estado

P23: ¿Considera usted que la falta de apoyo del estado impacta en el desarrollo de sus actividades?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

P24: ¿Cree usted que el impacto en el desarrollo de sus actividades perjudica la comercialización de sus rosas al mercado internacional?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P25: ¿Cree usted que existen programas de apoyo del estado para los comercializadores de rosas?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P26: ¿Considera usted que los requisitos para acceder a programas de capacitación y financiamiento promovidos por el estado son difíciles?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P27: ¿Considera usted que los programas del estado son necesarios en la comercialización de sus rosas al mercado internacional?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

Variable 2: Capacidad de exportación

Dimensión 1: Capacidad productiva

P28: ¿Considera usted que su empresa puede cumplir con el volumen de demanda que exige el mercado internacional?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P29: ¿Considera usted que sus proveedores cuentan con capacidad instalada (Infraestructura) para cumplir con la comercialización al mercado internacional?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

Dimensión 2: Capacidad de personal y de gestión

P30: ¿Considera usted que la falta de personal capacitado es una limitante para la exportación de rosas?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P31: ¿Considera usted que su empresa cuenta con personal capacitado para la exportación de las rosas?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

Dimensión 3: Capacidad comercial.

P32: ¿Considera usted que su empresa cuenta con la capacidad comercial para la exportación de las rosas?

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo

(4) De acuerdo

(5) Totalmente de acuerdo.

P33: Es importante elaborar planes de comercialización para ingresar al mercado extranjero.

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

P34: ¿Considera usted que es importante conocer los aspectos generales (precio, promoción, etc.) del mercado extranjero?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

Dimensión 4: Gestión económica y financiera

P35: ¿Considera usted que su empresa cuenta con recursos financieros para la exportación?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

P36: ¿Considera usted que la falta de recursos financieros es una limitante para el ingreso a mercados internacionales?

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo / ni en desacuerdo
- (4) De acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo.

ANEXO 4: VALIDACIÓN DE EXPERTOS

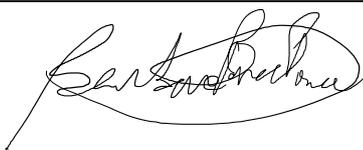
FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
Variable 1 Factores Internos

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario tipo escala de Likert de 5 Puntos					
Autor del Instrumento	Eulogio Camones, Conny y Mosqueira Montoya, Alvaro					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Factores Internos (Variable Independiente)					
Población:	82 trabajadores de las empresas comercializadoras de rosas en los mercados Santa Rosa y Piedra Liza					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficienci	Claridad	Coherenc	Relevanci	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Falta de acceso de financiamiento	¿Considera usted que la falta de acceso de financiamiento tiene relación con la poca variedad de entidades financieras?	4	4	4	4	
Poca variedad de productos financieros	¿Considera usted que las entidades financieras ofrecen poca variedad de servicios (tarjeta de crédito empresariales, créditos comerciales, etc.) por el tamaño o rubro de su negocio?	4	4	4	4	
	¿Piensa usted que la falta de acceso de financiamiento limita la capacidad exportadora de su empresa?	4	4	4	4	
Falta de acceso crediticio	¿Considera usted que su empresa tiene una limitación para acceder a créditos financieros?	4	4	4	4	
	¿Usted cree que la falta de acceso crediticio afecta directamente en el desarrollo de sus actividades para el crecimiento de su negocio?	4	4	4	4	
Uso del crédito	En el caso de obtener un crédito, ¿Considera usted que realizaría un adecuado manejo del mismo?	4	4	4	4	

	¿Piensa usted que el inadecuado uso del crédito limita a su empresa a futuras oportunidades de financiamiento?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que una inadecuada practica de uso del crédito perjudicaría su comercialización al mercado internacional?	4	4	4	4	
D2 Desconocimiento para exportar	¿Considera usted que no cuenta con información sobre el proceso de exportación de rosas al mercado internacional?	4	4	4	4	
Carencia de información	¿Cree usted que la falta de información limita la capacidad de su empresa para exportar?	4	4	4	4	
Dificultad en la selección de mercados	¿Usted cree que su empresa presenta una dificultad en la selección de los mercados internacionales?	4	4	4	4	
	Es importante que los comercializadores de rosas realicen un análisis para seleccionar los mercados internacionales		4	4	4	
	¿Considera usted que una adecuada selección de mercado internacional aumentara la comercialización de las rosas?	4	4	4	4	
Falta de experiencia en comercio exterior	¿Considera usted que cuenta con experiencia en comercio exterior (exportación e importación)?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que la falta de experiencia en comercio exterior es una limitante para exportar?	4	4	4	4	
D3 Mala elección de proveedores	¿Considera usted que su proveedor suministra un producto de calidad?	4	4	4	4	
Calidad del producto	¿Considera usted que una inadecuada selección de proveedores se ve reflejado en la calidad del producto que comercializa?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que la calidad de las rosas que comercializa cumple con los requisitos exigidos en el mercado internacional?	4	4	4	4	

Condiciones económicas	¿Usted realiza una comparación de precios de sus diversos proveedores de rosas para mejorar la rentabilidad de su negocio?	4	4	4	4	
	Es importante que sus proveedores faciliten pagos a plazos (créditos) a su empresa para la comercialización de rosas a nivel internacional	4	4	4	4	
Ruptura en la cadena de suministro	¿Considera usted que el incumplimiento en la entrega de sus productos es responsabilidad del proveedor?	4	4	4	4	
	¿Piensa usted que una ruptura en la cadena de suministro se relaciona como una limitante para la comercialización en el mercado internacional?	4	4	4	4	
D4 Falta de apoyo del estado	¿Considera usted que la falta de apoyo del estado impacta en el desarrollo de sus actividades?	4	4	4	4	
Impacto en actividades empresariales	¿Cree usted que el impacto en el desarrollo de sus actividades perjudica la comercialización de sus rosas al mercado internacional?	4	4	4	4	
Acceso limitado a programas	¿Cree usted que existen programas de apoyo del estado para los comercializadores de rosas?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que los requisitos para acceder a programas de capacitación y financiamiento promovidos por el estado son difíciles?	4	4	4	4	
	¿Considera usted que los programas del estado son necesarios en la comercialización de sus rosas al mercado internacional?	4	4	4	4	

Apellidos y Nombres	Firma de validador experto
PONCE PONCE BARBARA	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
Variable 2 Capacidad de exportación

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario tipo escala de Likert de 5 Puntos					
Autor del Instrumento	Eulogio Camones, Conny y Mosqueira Montoya, Alvaro					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Capacidad de exportación (Variable Dependiente)					
Población:	82 trabajadores de las empresas comercializadoras de rosas en los mercados Santa Rosa y Piedra Liza					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Capacidad productiva	¿Considera usted que su empresa puede cumplir con el volumen de demanda que exige el mercado internacional?	4	4	4	4	
Volumen de demanda	¿Considera usted que sus proveedores cuentan con capacidad instalada (Infraestructura) para cumplir con la comercialización al mercado internacional?	4	4	4	4	
D2 Capacidad de personal y de gestión	¿Considera usted que la falta de personal capacitado es una limitante para la exportación de rosas?	4	4	4	4	
Personal capacitado	¿Considera usted que su empresa cuenta con personal capacitado para la exportación de las rosas?	4	4	4	4	
D3 Capacidad comercial	¿Considera usted que su empresa cuenta con la capacidad comercial para la exportación de las rosas?	4	4	4	4	
Planes de comercialización	Es importante elaborar planes de comercialización para ingresar al mercado extranjero	4	4	4	4	
	¿Considera usted que es importante conocer los aspectos generales (precio, promoción, etc.) del mercado extranjero?	4	4	4	4	

D4 Gestión económica y financiera	¿Considera usted que su empresa cuenta con recursos financieros para la exportación?	4	4	4	4	
Recursos financieros	¿Considera usted que la falta de recursos financieros es una limitante para el ingreso a mercados internacionales?	4	4	4	4	

Apellidos y Nombres	Firma de validador experto
PONCE PONCE BARBARA	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
Variable 1 Factores Internos

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario tipo escala de Likert de 5 Puntos					
Autor del Instrumento	Eulogio Camones, Conny y Mosqueira Montoya, Alvaro					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Factores Internos (Variable Independiente)					
Población:	82 trabajadores de las empresas comercializadoras de rosas en los mercados Santa Rosa y Piedra Liza					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Falta de acceso de financiamiento	¿Considera usted que la falta de acceso de financiamiento tiene relación con la poca variedad de entidades financieras?	4	4	4	3	
Poca variedad de productos financieros	¿Considera usted que las entidades financieras ofrecen poca variedad de servicios (tarjeta de crédito empresariales, créditos comerciales, etc.) por el tamaño o rubro de su negocio?	4	4	4	3	
	¿Piensa usted que la falta de acceso de financiamiento limita la capacidad exportadora de su empresa?	4	4	4	3	
Falta de acceso crediticio	¿Considera usted que su empresa tiene una limitación para acceder a créditos financieros?	4	4	4	3	
	¿Usted cree que la falta de acceso crediticio afecta directamente en el desarrollo de sus actividades para el crecimiento de su negocio?	4	4	4	3	
Uso del crédito	En el caso de obtener un crédito, ¿Considera usted que realizaría un adecuado manejo del mismo?	4	4	4	3	
	¿Piensa usted que el inadecuado uso del crédito limita a su empresa a futuras oportunidades de financiamiento?	4	4	4	3	
	¿Considera usted que una inadecuada practica de uso del crédito perjudicaría su comercialización al mercado internacional?	4	4	4	3	
D2 Desconocimiento para exportar	¿Considera usted que no cuenta con información sobre el proceso de exportación de rosas al mercado internacional?	4	4	4	3	

Carencia de información	¿Cree usted que la falta de información limita la capacidad de su empresa para exportar?	4	4	4	3	
Dificultad en la selección de mercados	¿Usted cree que su empresa presenta una dificultad en la selección de los mercados internacionales?	4	4	4	3	
	Es importante que los comercializadores de rosas realicen un análisis para seleccionar los mercados internacionales	4	4	4	3	
	¿Considera usted que una adecuada selección de mercado internacional aumentara la comercialización de las rosas?	4	4	4	3	
Falta de experiencia en comercio exterior	¿Considera usted que cuenta con experiencia en comercio exterior (exportación e importación)?	4	4	4	3	
	¿Considera usted que la falta de experiencia en comercio exterior es una limitante para exportar?	4	4	4	3	
D3 Mala elección de proveedores	¿Considera usted que su proveedor suministra un producto de calidad?	4	4	4	3	
Calidad del producto	¿Considera usted que una inadecuada selección de proveedores se ve reflejado en la calidad del producto que comercializa?	4	4	4	3	
	¿Considera usted que la calidad de las rosas que comercializa cumple con los requisitos exigidos en el mercado internacional?	4	4	4	3	
Condiciones económicas	¿Usted realiza una comparación de precios de sus diversos proveedores de rosas para mejorar la rentabilidad de su negocio?	4	4	4	3	
	Es importante que sus proveedores faciliten pagos a plazos (créditos) a su empresa para la comercialización de rosas a nivel internacional	4	4	4	3	
Ruptura en la cadena de suministro	¿Considera usted que el incumplimiento en la entrega de sus productos es responsabilidad del proveedor?	4	4	4	3	
	¿Piensa usted que una ruptura en la cadena de suministro se relaciona como una limitante para la comercialización en el mercado internacional?	4	4	4	3	
D4 Falta de apoyo del estado	¿Considera usted que la falta de apoyo del estado impacta en el desarrollo de sus actividades?	4	4	4	3	
Impacto en actividades empresariales	¿Cree usted que el impacto en el desarrollo de sus actividades perjudica empresariales	4	4	4	3	

	la comercialización de sus rosas al mercado internacional?					
Acceso limitado a programas	¿Cree usted que existen programas de apoyo del estado para los comercializadores de rosas?	4	4	4	3	
	¿Considera usted que los requisitos para acceder a programas de capacitación y financiamiento promovidos por el estado son difíciles?	4	4	4	3	
	¿Considera usted que los programas del estado son necesarios en la comercialización de sus rosas al mercado internacional?	4	4	4	3	

Apellidos y Nombres	Firma de validador experto
MANCHEGO VILLARREAL, JORGE LUIS	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
Variable 2 Capacidad de exportación

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario tipo escala de Likert de 5 Puntos					
Autor del Instrumento	Eulogio Camones, Conny y Mosqueira Montoya, Alvaro					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Capacidad de exportación (Variable Dependiente)					
Población:	82 trabajadores de las empresas comercializadoras de rosas en los mercados Santa Rosa y Piedra Liza					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Capacidad productiva	¿Considera usted que su empresa puede cumplir con el volumen de demanda que exige el mercado internacional?	4	4	4	3	
Volumen de demanda	¿Considera usted que sus proveedores cuentan con capacidad instalada (Infraestructura) para cumplir con la comercialización al mercado internacional?	4	4	4	3	
D2 Capacidad de personal y de gestión	¿Considera usted que la falta de personal capacitado es una limitante para la exportación de rosas?	4	4	4	3	
Personal capacitado	¿Considera usted que su empresa cuenta con personal capacitado para la exportación de las rosas?	4	4	4	3	
D3 Capacidad comercial	¿Considera usted que su empresa cuenta con la capacidad comercial para la exportación de las rosas?	4	4	4	3	
Planes de comercialización	Es importante elaborar planes de comercialización para ingresar al mercado extranjero	4	4	4	3	
	¿Considera usted que es importante conocer los aspectos generales (precio, promoción, etc.) del mercado extranjero?	4	4	4	3	
D4 Gestión económica y financiera	¿Considera usted que su empresa cuenta con recursos financieros para la exportación?	4	4	4	3	
Recursos financieros	¿Considera usted que la falta de recursos financieros es una limitante para el ingreso a mercados internacionales?	4	4	4	3	

Apellidos y Nombres	Firma de validador experto
MANCHEGO VILLARREAL, JORGE LUIS	

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Tipo de validador:	Interno (X) Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	MANCHEGO VILLARREAL, JORGE LUIS
Sexo:	Hombre (X) Mujer ()
Profesión:	DOCENTE UNIVERSITARIO POSGRADO Y PREGRADO
Grado académico	Licenciado ¹ () Maestro () Doctor (X)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más (X)
Solamente para validadores externos	
Organización donde labora:	UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC
Cargo actual:	DOCENTE UNIVERSITARIO POSGRADO Y PREGRADO
Área de especialización	INVESTIGACIÓN - EDUCACIÓN – DIDÁCTICA – CURRÍCULO – EVALUACIÓN
N° telefónico de contacto	990973142
Correo electrónico de contacto	Correo institucional: jmanchegov@iusmp.pe
Medio de preferencia para contactarlo	Nota: Información requerida exclusivamente para seguimiento académico del alumno. Por teléfono (x) Por correo electrónico (x)

Validado por:



Firma Validador

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.

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 1
Variable 1 Factores Internos

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario tipo escala de Likert de 5 Puntos					
Autor del Instrumento	Eulogio Camones, Conny y Mosqueira Montoya, Alvaro					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Factores Internos (Variable Independiente)					
Población:	82 trabajadores de las empresas comercializadoras de rosas en los mercados Santa Rosa y Piedra Liza					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Falta de acceso de financiamiento	¿Considera usted que la falta de acceso de financiamiento tiene relación con la poca variedad de entidades financieras?		3	3	3	
Poca variedad de productos financieros	¿Considera usted que las entidades financieras ofrecen poca variedad de servicios (tarjeta de crédito empresariales, créditos comerciales, etc.) por el tamaño o rubro de su negocio?	4	3	3	3	
	¿Piensa usted que la falta de acceso de financiamiento limita la capacidad exportadora de su empresa?					
Falta de acceso crediticio	¿Considera usted que su empresa tiene una limitación para acceder a créditos financieros?		3	3	3	
	¿Usted cree que la falta de acceso crediticio afecta directamente en el desarrollo de sus actividades para el crecimiento de su negocio?	3				
Uso del crédito	En el caso de obtener un crédito, ¿Considera usted que realizaría un adecuado manejo del mismo?		3	3	3	
	¿Piensa usted que el inadecuado uso del crédito limita a su empresa a futuras oportunidades de financiamiento?	4				
	¿Considera usted que una inadecuada practica de uso del crédito perjudicaría su comercialización al mercado internacional?		3	3	3	

D2 Desconocimiento para exportar	¿Considera usted que no cuenta con información sobre el proceso de exportación de rosas al mercado internacional?	3	3	3	3	
Carencia de información	¿Cree usted que la falta de información limita la capacidad de su empresa para exportar?		3	3	3	
Dificultad en la selección de mercados	¿Usted cree que su empresa presenta una dificultad en la selección de los mercados internacionales?	4				
	Es importante que los comercializadores de rosas realicen un análisis para seleccionar los mercados internacionales		3	3	3	
	¿Considera usted que una adecuada selección de mercado internacional aumentara la comercialización de las rosas?					
Falta de experiencia en comercio exterior	¿Considera usted que cuenta con experiencia en comercio exterior (exportación e importación)?	3	3	3	3	
	¿Considera usted que la falta de experiencia en comercio exterior es una limitante para exportar?					
D3 Mala elección de proveedores	¿Considera usted que su proveedor suministra un producto de calidad?	4	3	3	3	
Calidad del producto	¿Considera usted que una inadecuada selección de proveedores se ve reflejado en la calidad del producto que comercializa?		3	3	3	
	¿Considera usted que la calidad de las rosas que comercializa cumple con los requisitos exigidos en el mercado internacional?					
Condiciones económicas	¿Usted realiza una comparación de precios de sus diversos proveedores de rosas para mejorar la rentabilidad de su negocio?	3	3	3	3	
	Es importante que sus proveedores faciliten pagos a plazos (créditos) a su empresa para la comercialización de rosas a nivel internacional					
Ruptura en la cadena de suministro	¿Considera usted que el incumplimiento en la entrega de sus productos es responsabilidad del proveedor?	3	3	3	3	
	¿Piensa usted que una ruptura en la cadena de suministro se relaciona como una limitante para la comercialización en el mercado internacional?		3	3	3	

D4 Falta de apoyo del estado	¿Considera usted que la falta de apoyo del estado impacta en el desarrollo de sus actividades?	3	3	3	3	
Impacto en actividades empresariales	¿Cree usted que el impacto en el desarrollo de sus actividades perjudica la comercialización de sus rosas al mercado internacional?		3	3	3	
Acceso limitado a programas	¿Cree usted que existen programas de apoyo del estado para los comercializadores de rosas?	4				
	¿Considera usted que los requisitos para acceder a programas de capacitación y financiamiento promovidos por el estado son difíciles?		3	3	3	
	¿Considera usted que los programas del estado son necesarios en la comercialización de sus rosas al mercado internacional?		3	3	3	

Apellidos y Nombres	Firma de validador experto
LAOS LÓPEZ JOSÉ ENRIQUE	

FORMATO DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

TABLA N° 2
Variable 2 Capacidad de exportación

Nombre del Instrumento motivo de evaluación:	Cuestionario tipo escala de Likert de 5 Puntos					
Autor del Instrumento	Eulogio Camones, Conny y Mosqueira Montoya, Alvaro					
Variable 1: (Especificar si es variable dependiente o independiente)	Capacidad de exportación (Variable Dependiente)					
Población:	82 trabajadores de las empresas comercializadoras de rosas en los mercados Santa Rosa y Piedra Liza					
Dimensión / Indicador	Ítems	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones y/o recomendaciones
D1 Capacidad productiva	¿Considera usted que su empresa puede cumplir con el volumen de demanda que exige el mercado internacional?	3	3	3	3	
Volumen de demanda	¿Considera usted que sus proveedores cuentan con capacidad instalada (Infraestructura) para cumplir con la comercialización al mercado internacional?		3	3	3	
D2 Capacidad de personal y de gestión	¿Considera usted que la falta de personal capacitado es una limitante para la exportación de rosas?	3	3	3	3	
Personal capacitado	¿Considera usted que su empresa cuenta con personal capacitado para la exportación de las rosas?					
D3 Capacidad comercial	¿Considera usted que su empresa cuenta con la capacidad comercial para la exportación de las rosas?	4	3	3	3	
Planes de comercialización	Es importante elaborar planes de comercialización para ingresar al mercado extranjero		3	3	3	
	¿Considera usted que es importante conocer los aspectos generales (precio, promoción, etc.) del mercado extranjero?					
D4 Gestión económica y financiera	¿Considera usted que su empresa cuenta con recursos financieros para la exportación?	3	3	3	3	
Recursos financieros	¿Considera usted que la falta de recursos financieros es una limitante para el ingreso a mercados internacionales?		3	3	3	

Apellidos y Nombres	Firma de validador experto
LAOS LÓPEZ JOSÉ ENRIQUE	

INFORMACIÓN DEL VALIDADOR EXPERTO

Validado por:

Tipo de validador:	Interno (X) Externo () [Docente USMP]
Apellidos y nombres:	LAOS LÓPEZ JOSÉ ENRIQUE
Sexo:	Hombre (X) Mujer ()
Profesión:	CPC - ADMINISTRADOR
Grado académico	Licenciado1 () Maestro () Doctor (X)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 () De 21 a más (X)
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 () Por correo electrónico ()



Firma Validador Experto¹

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.