



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“BARRERAS PARA LA EXPORTACIÓN DEL MAÍZ MORADO HACIA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE EN LA ASOCIACIÓN PRODUCTORA AGRÍCOLA E INDUSTRIAL, CAJAMARCA - 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autoras:

Mariela Paulina Tello Portocarrero
Jhosselin Marina Vasquez Atalaya

Asesor:

Dr. Ricardo Fernando Cosio Borda

Cajamarca – Perú

2020

DEDICATORIA

A nuestros padres y a nuestras hermanas por el apoyo, comprensión y motivación incondicional a lo largo de toda nuestra aventura académica, convirtiéndose de esta manera en el pilar más importante para nuestra vida profesional, y sobre todo por inspirarnos su confianza y amor en todo momento.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por todas las oportunidades que nos brindó a lo largo de este camino y nos sigue brindando día a día para llegar a culminar satisfactoriamente nuestras metas profesionales.

A nuestra familia, por ser el motor que nos impulsa día a día para ser mejores en la vida, por sus consejos, valores y enseñanzas, y la confianza depositada en nosotras.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
INDICE DE TABLAS	5
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
1.1. Realidad problemática.....	8
1.2. Formulación del problema.....	25
1.3. Objetivos.....	27
1.3.1. Objetivo general.....	27
1.3.2. Objetivos específicos.....	27
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	29
Tipo de investigación	29
2.3. Métodos, Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	32
CAPÍTULO III. RESULTADOS	35
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	54
REFERENCIAS	64
ANEXOS:	71

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Escala de medición de la encuesta	33
Tabla 2. Barreras de Enfoque Gerencial	36
Tabla 3. Barreras de conocimiento e información	37
Tabla 4. Condiciones Financieras	39
Tabla 5. De Recursos	41
Tabla 6. Producción y Logística	42
Tabla 7. Resumen de la Situación de Barreras Internas	44
Tabla 8. Barreras Económicas y Políticas	45
Tabla 9. Culturales	47
Tabla 10. Restricciones y Regulaciones en Estados Unidos	48
Tabla 11. Restricciones y Regulaciones en Perú	49
Tabla 12. Obstáculos al desarrollo del mercado	51
Tabla 13. Resumen de la Situación de Barreras Externas	53
Tabla 14. Matriz de Operacionalización de Variables	71
Tabla 15. Matriz de Consistencia	76
Tabla 16. Resultados del procedimiento de recolección de datos	84

RESUMEN

La presente investigación titulada BARRERAS PARA LA EXPORTACIÓN DEL MAÍZ MORADO HACIA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE EN LA ASOCIACIÓN PRODUCTORA AGRÍCOLA E INDUSTRIAL, CAJAMARCA - 2020, tiene por objetivo general determinar las barreras para la exportación del maíz morado, hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020, misma que corresponde a una investigación con enfoque cuantitativo, no experimental, descriptiva que emplea un muestreo probabilístico por criterios de selección a 25 trabajadores, desarrollada empleando encuestas como instrumento de recojo de información, validado en base a otra investigación, siendo algunas limitantes encuestar de forma presencial por lo que se optó a realizarla de forma digital, mediante llamadas a los colaboradores de la empresa; se empleó el programa SPSS V25 para el tratamiento estadístico, obteniéndose los siguiente resultados y conclusiones respectivamente, que el 52% de productores encuestados manifiesta que existe la inseguridad por parte de los directivos en una condición de poca influencia y un 60% de productores encuestados manifiesta que hay una evidente falta de interés en expandir sus actividades más allá del mercado local, en una condición de nula influencia, concluyendo en que las empresas y negocios con mayor tiempo en el mercado han logrado conectar y asegurar alianzas con proveedores y canales de distribución que les permiten reducir costos e incluso aprovechar esas conexiones para introducir nuevos productos en el mercado, la barrera interna que presenta una mayor influencia es la barrera de conocimiento e información con un 51.43%.

Palabras clave: Barreras de entrada, Exportación, Asociación.

ABSTRACT

The present research entitled BARRIERS TO THE EXPORT OF PURPLE CORN TOWARDS THE U.S. MARKET IN THE AGRICULTURAL AND INDUSTRIAL PRODUCTIVE ASSOCIATION, CAJAMARCA - 2020, has the general objective of determining the barriers to the export of purple corn to the U.S. market in the agricultural and industrial producer association, Cajamarca 2020, which corresponds to a research with a quantitative approach, It is a non-experimental, descriptive, quantitative research that uses a probabilistic sampling by selection criteria to 25 workers, developed using surveys as an instrument to collect information, validated on the basis of another research, being some limitations to survey in person, so it was decided to carry it out digitally, by calling the company's collaborators; The SPSS V25 program was used for the statistical treatment, obtaining the following results and conclusions respectively, that 52% of the producers surveyed state that there is insecurity on the part of the managers in a condition of little influence and 60% of the producers surveyed state that there is an evident lack of interest in expanding their activities beyond the local market, The conclusion is that the companies and businesses with more time in the market have managed to connect and secure alliances with suppliers and distribution channels that allow them to reduce costs and even take advantage of these connections to introduce new products in the market; the internal barrier with the greatest influence is the knowledge and information barrier with 51%. 43%.

Key Words: Export Barriers, Exportation, Association.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Las barreras de exportación en el ámbito mundial son similares en los diversos sectores económicos como en cada país, mostrando que, en los desequilibrios de la balanza de pagos, los gobiernos tratan lógicamente de fomentar las exportaciones. En ese mismo sentido, se puede establecer que, en mercados internacionales, las oportunidades para exportar son amplias y la competencia se muestra como un gran desafío a enfrentar, las empresas requieren planificar, elaborar e implementar ciertas estrategias de internacionalización, que faciliten el ingreso a los mercados más competitivos.

Por otro lado, estas restricciones se adecuan a ciertos factores como la diferenciación en el idioma, distancia entre países, las condiciones laborales, sociales, culturales y medioambientales. Además, las barreras al comercio internacional afectan de manera directa, evitando a toda costa la competitividad en la exportación. Fonseca y Fleitas (2020) señalan que, dentro de estas restricciones, una de las primordiales es la menor capacidad económica de los monopolios u otras organizaciones transnacionales ya consolidadas, trayendo como resultado no acceder a productos, mercados, ejercer incentivos laborales y por ende la incapacidad de internacionalizarse.

Las definiciones que se tienen son escasas acerca de las barreras u obstáculos en la exportación, mismas que se analizan sin hacer mayor relevancia en el concepto intrínseco de obstáculos a la exportación. Sin embargo, existen varios conceptos y teorías propuestas e identificadas por distintos autores, como lo propuesto por en su estudio dónde mencionan que, "son componentes que perjudican las condiciones del mercado y la actividad organizacional, asimismo su elevación determina la naturaleza y el instante de las decisiones

comerciales que afectan la formación de las tácticas y estrategias de comercialización de la compañía”

Existen empresas que plantean un proceso de internacionalización que enfrentan posibles obstáculos y dificultades. Las empresas deben concientizar la existencia de las barreras, y la necesidad de enfrentarlas, y como primer paso, el contar con los medios necesarios para ello. Es así como pueden estar expuestas a una serie de barreras de exportación, que se pueden identificar a lo largo de las etapas del proceso de internacionalización, ocasionando que no se inicie la actividad exportadora o que dicha actividad resulte un fracaso para la empresa, es por ello que, la minimización de barreras es fundamental para obtener resultados internacionales positivos. (Gallego et al. 2017)

En palabras de Minervini, (2014) las barreras son dificultades que se deben conocer y distinguir antes de lanzar un negocio. De igual manera, menciona que, para lograr exportar, es necesario primero averiguar las barreras del mercado interno y después examinar las barreras del mercado internacional (Minervini, 2014, citado en Rivera, 2021). Además, establece que hay 3 tipos importantes de barreras basadas en los siguientes factores:

Factores Históricos: Las empresas de América Latina se han enfocado en el mercado interno debido a que se encuentran protegidos por altos aranceles a la importación y no cuentan con productos muy competitivos.

Factores Culturales: La exportación es una actividad que brinda resultados a mediano y largo plazo, el problema del latino es que trata de obtener resultados a corto plazo.

Factores Estructurales: Sudamérica está lejos de los primordiales flujos de negocio (Norteamérica, Europa y Asia) lo que trae consecuencias negativas en aspectos como la logística mundial, tipo de cambio, o la carencia de recursos

Las barreras a la exportación con frecuencia suscitan que muchas empresas fracasen en su aventura de posicionamiento de sus productos más allá de las fronteras nacionales, lo que no solo acarrea pérdidas financieras sino también externalidades negativas sobre las actividades presentes y futuras de otros exportadores (Leonidou, 2010, citado en Sinkovics et al., 2018). Es por ello que la existencia de altas barreras frena la aparición de nuevos competidores, protegiendo a los ya instalados y preservando, por tanto, sus expectativas de ganancia. Según Leonidou, se ven limitadas por las principales barreras de entrada que posee una industria mencionada las siguientes: barreras económicas: economías de escala, economías de alcance, diferenciación de producto y concentración de los activos estratégicos; por lo mismo se pueden distinguir algunas como:

Barreras económicas: Al iniciar un proyecto en el que se requiera un capital inicial para ingresar a un mercado nuevo; es pues referirnos, por ejemplo, al generar gastos en publicidad enfocado en dar a conocer la nueva empresa y sus productos, inversión dedicada al desarrollo y la innovación tecnológica necesarios en gran número de sectores (Leonidou, 2010, citado en Sinkovics et al., 2018).

Economías de escala: “Esta es una condición que se cumple cuando, a mayor volumen de producción, cada unidad adicional fabricada cuesta menos (economías de escala). Dicha circunstancia significa una ventaja para las empresas que ya están en el mercado (Chipana, 2017)”.

Economías de alcance: En el desarrollo del mercadeo del nuevo producto en la que, con el fin de ahorrar costos, y optimizar recursos que produzcan más de un bien o servicio pone en desventaja para una nueva empresa si solo ofrece un producto (Chipana, 2017).

Diferenciación de producto: “Presente en empresas ya establecidas con prestigio, marca o una cartera de clientes establecida, que obliga a los nuevos competidores a realizar grandes inversiones, por ejemplo, en publicidad” (Chipana, 2017).

Importantes necesidades de capital: “La necesidad de inversiones a mayor escala para empezar competir entre empresas, como ejemplo, los requerimientos de capital para investigación y desarrollo (I+D) o para cubrir grandes pérdidas iniciales” (Leonidou, 2010, citado en Sinkovics et al., 2018).

Barreras de carácter legal: Existen diversas licencias administrativas, desde las más comunes hasta otras exclusivas para entrar a ciertos mercados; además requiere de patentes y permisos relacionados a la identidad propia del producto para evitar prácticas irregulares en términos de competencia. Concentración de los activos estratégicos: Otro factor que limita la entrada de nuevos competidores es que la empresa que domina el mercado cuenta con acceso favorable a las materias primas o posee centros logísticos en zonas estratégicas (Leonidou, 2010, citado en Sinkovics et al., 2018).

En general, la mayor parte tanto de las barreras internas que incluye a la producción, a las ventas, la administración y la organización, como externas, el acceso al mercado, su situación y la competencia, se pueden afrontar con una adecuada planificación, sin embargo, esto no sucede en la mayoría de las empresas forzadas por el entorno local, ya que no han podido realizar un buen análisis de sus recursos, mercados y competencia (Chipana, 2017). Por tanto, las barreras externas, conformadas por las barreras culturales, económicas, legales y logísticas, considerando el aprecio del consumidor por el producto, el idioma, y otras condiciones competitivas de los mercados que rige en la legislación internacional (Yannopoulos y Kefalaki, 2010, citado en González, 2018).

Asimismo, el sector comercial se ve restringido, al implantarse diferentes impuestos a la exportación por parte de una zona económica. Estas barreras dificultan el comercio exterior por diferentes motivos: sanidad pública, defensa del consumidor, de la naturaleza y medio ambiente. En relación, Sy (2019) precisa que las barreras se consideran un obstáculo a muchas transacciones mundiales, ya que incrementan o varían los precios del producto a comprar o vender, dependiendo de la producción de compraventa y de sus características adicionales.

En Latinoamérica, Ruiz (2018) menciona que, las Barreras de exportación son obstáculos y limitaciones que impiden a los empresarios iniciar o expandir sus operaciones hacia los mercados extranjeros, es así como se utilizan instrumentos proteccionistas por el gobierno de cada país para restringir y dificultar el acceso a mercados de destino, en ello se identifican las barreras que resguardan a las personas en materia de salud, bienestar social, económico y político. Los principales obstáculos en el proceso de exportación son encontrados en factores internos como la carencia de recursos y capacidades organizacionales, estos son recurrentes al momento de permanecer en los mercados internacionales.

Por su parte Espinoza y Rupa (2018) también señalan dos dimensiones de las barreras de exportación, las cuales son:

- Barreras internas: "Se entiende como barreras internas a la falta de capacidad comercial que tienen las empresas para comercializar apropiadamente, el volumen de producción para desafiar a otras empresas, de esta manera lograr una exportación fructífera" (p. 16).

- Barreras externas: “Las barreras externas, están constituidas por las barreras culturales, económicas, competitivas, legales y logísticas, respetando la diferencia en los gustos de los consumidores, las diferencias en idiomas, las condiciones competitivas de los mercados, la legislación internacional, las diferencias de moneda” (p. 12).

Según Mendoza y Quispe (2017) Las barreras a la exportación en nuestro país varían conforme a la naturaleza del producto a exportar y al territorio hacia donde se dirige la mercancía. No obstante, las más reiterativas entre los múltiples rubros son: barreras de conocimiento, barreras exógenas, barreras culturales, barreras logísticas, barreras arancelarias y barreras de adaptación. Asimismo, estas barreras están afectando de manera negativa al desarrollo de estrategias de marketing, las cuales son vitales para fijar a los productos en los mercados mundiales. Por otro lado, una de las primordiales barreras internas que tiene el Perú es la falta de una cultura exportadora, la cual en términos logísticos se define como el conocimiento que tiene cada productor y/o exportador para integrar el comercio nacional e internacional (Palacios y Sánchez, 2017).

Para Rojas y Vergara (2018) en su investigación realizada en los Estados Unidos, identifica determinados requisitos técnicos que impone este mercado a las exportaciones andinas, mayormente son restricciones arancelarias y no arancelarias, como medidas sanitarias y fitosanitarias; políticas de protección al medio ambiente, políticas públicas discriminatorias, obstáculos técnicos, entre otros. Existen muchas opciones que pueden ser implementadas en cuanto a temas relacionados a los aranceles, antidumping, licencias de importación, precio de entrada, y novedosos requisitos técnicos de difícil cumplimiento, los que, cumpliéndose de manera satisfactoria, las opciones que permitirán exportar como en el caso de Rojas y Vergara (2018) un subproducto del maíz morado como lo es el extracto.

Según Angulo y Cabello (2018) las políticas externas establecen una relación directa con las exportaciones no tradicionales, impulsando significativamente un aumento en esta actividad, esto se demuestra con la relación directa entre las exportaciones no tradicionales y los términos de intercambio. Asimismo, Angulo y Cabello (2018) en su investigación encontró una relación directa entre el PBI estadounidense con las exportaciones no tradicionales, debido a que, el PBI de EE. UU. aumenta en 1% y las exportaciones no tradicionales aumentan en 4.05%, a pesar de la crisis que atravesó Estados Unidos y el resto del mundo.

Del Águila y Pérez (2020) sostienen que, a pesar de los beneficios económicos y oportunidades de expansión del mercado es mayor la percepción de las dificultades, riesgos e ideas inexactas sobre los trámites comerciales o legales en el país extranjero que los desaniman en su decisión de exportar. A parte de ello, la mayoría de pequeñas empresas han presentado problemas en conocimientos, los cuales han sido considerados como barreras y habilidades de gestión, a causa de la carencia de información sobre las oportunidades que brinda el mercado exterior a sus productos.

En la localidad del Valle de Condebamba de la provincia de San Marcos - Cajamarca, existe hoy en día una considerable oferta de producción de maíz morado, por los mismos agricultores propios de la localidad quienes, producen y venden estas hortalizas hacia intermediarios quienes trasladan y comercializan el producto hacia clientes finales como países extranjeros; es así que Valera y Viteri (2017) establecen que, en la dinámica de este conjunto productivo permanece la desventaja de comercialización de los productores por factores como asociatividad, productividad, valor de mercado, protección del producto y desventajas que existen por la desinformación que presentan los agricultores.

La presente investigación se basó en antecedentes importantes como son trabajos de investigación internacionales, nacionales y locales como el de Fanjul, (2017), titulado: "Principales barreras a la internacionalización de la empresa", el cual fue publicado por Iberglobal, en Madrid, España. Tuvo por objetivo diferenciar las barreras a las que se podían enfrentar las empresas al desarrollar actividad internacional. Como resultado se clasificaron en 4 barreras: Limitaciones de recursos financieros, la falta de personal directivo preparado, dificultad para identificar a clientes o socios potenciales y oportunidades de negocio en diferentes países, dificultad para conocer mercados exteriores. Donde concluyen, que las empresas deben ser conscientes que, para poder salir a un mercado exterior, es necesario tener en cuenta diferentes recursos, como financieros, a un personal preparado, tener conocimiento en el mercado, y un producto exportable.

Correa et al. (2017), en el análisis de su estudio de enfoque cualitativo, denominado "Factores inhibidores que repercuten en una decisión de exportación", publicado por la Revista Espacio – España, tuvieron como objetivo determinar los factores retrayentes que frenan u obstaculizan el rendimiento exportador de las pymes en diferentes campos. Los resultados obtenidos fueron que, así como existen factores que ayudan a las pymes llegar a internacionalizarse, también existen algunos elementos que sirven como impedimentos para actividades exportadoras, entre ellas tenemos a las barreras de exportación, como son las normativas implementadas por gobiernos, entre ellos, aranceles, licencias, normas técnicas, sanitarias, etc. Asimismo, el tipo de cambio, requisitos de empaque y regulaciones ecológicas. Concluyen reflejando los hallazgos que sugieren una jerarquización de los componentes limitantes, dando enorme trascendencia y estableciendo el primordial inhibidor a la persona, representado en los líderes de las empresas, que gracias a los paradigmas

mentales y culturales se restringen de hacer ocupaciones exportadoras o sencillamente no hay un claro interés por realizarlo.

Además, Iglesias & de las Heras (2017) en ese mismo año, en su artículo con metodología cuantitativa bajo un análisis factorial, se centraron en identificar barreras y facilitadores para la puesta en marcha de proyectos de innovación en pymes de la región de Málaga. El resultado fue, que dichas empresas cuentan con personal calificado; no obstante, en el mundo laboral la tecnología termina apoderándose de las tareas más operativas que tácticas y podrían resultar empresas "explotadoras" más no, "exploradoras". Es por ello, que los recursos humanos no desarrollan ni explotan su talento, esto se minimiza por la necesidad de resolver tareas diarias de manera operativa.

De igual manera, enfrentan barreras vinculadas a las consecuencias de la innovación ya que costos o mala experiencia en la implementación de los proyectos anteriores, tuvieron resultados no esperados. Por otra parte, tenemos a las barreras derivadas de la percepción coste – oportunidad de la innovación, debido a una percepción de fracaso. Están también las barreras económicas y culturales, que conlleva la dificultad de acceder a financiamiento, el bajo nivel de adaptación y el asumir nuevos retos. Adicional, la barrera de desconocimiento interno y externo, el cual incluye, la falta de conocimiento de la competencia y el mercado.

Soqueiro (2017) en su estudio con el título: "Programas de asistencia a la exportación: diferencias entre economías avanzadas y emergentes" indica que las barreras internas y externas que enfrentan las empresas nacionales cuando intentan expandirse en el extranjero y que como objetivo de los programas de Asistencia a la Exportación, minimizan las barreras, de tal manera que a través de un estudio de datos recopilados, los resultados indicaron que las economías avanzadas ofrecen programas más completos de asistencia a la

exportación, que las economías emergentes. Las economías avanzadas ofrecen más recursos financieros, servicios de información, más actividades facilitadoras, educación y servicios de entrenamiento. Es así como se llegó a la conclusión de que el reconocimiento de las diferencias influye notoriamente en la exportación nacional. Tomar en cuenta las agencias de promoción y responsables políticos de ambos grupos de países para entender el tipo de actividades, u otras entidades que se están llevando a cabo y por lo tanto actualizan su oferta y pueden ser más competitivas en mercados extranjeros.

Finalmente, Rivas (2017) en su tesis de investigación: "Barreras para la internacionalización de empresas de productos alimenticios orgánicos no tradicionales desde el cantón Machala hacia el mercado exterior". Publicada por la Universidad tecnológica Empresarial de Guayaquil. Cuyo principal objetivo fue analizar barreras para la internacionalización de las empresas de productos alimenticios orgánicos no tradicionales de la ciudad de Machala. De tipo descriptiva exploratoria, para lo cual se llevó a cabo aplicar técnicas como la entrevista y la encuesta. Los resultados indicaron existencia de un bajo nivel de exportación de productos alimenticios no tradicionales, debido al desconocimiento de la demanda internacional, es por ello que, es necesario diseñar una propuesta con la finalidad de brindar una orientación necesaria para los empresarios y así aprovechen las oportunidades que brindan los mercados internacionales.

Recomendando fortalecer la información a través de contantes capacitaciones para tener conocimiento de la demanda de los alimentos no tradicionales en el mercado internacional, de tal manera que faciliten herramientas para poder inicial y culminar procesos exitosos.

En el ámbito nacional se ha encontrado la investigación de Sevillano (2017) con el título "Barreras a las exportaciones de pimiento fresco al mercado estadounidense desde la Asociación Agrícola Compositan Alto, Trujillo" publicada en la Universidad César Vallejo de la ciudad de Trujillo, analiza las barreras internas y externas para la exportación de pimiento fresco al mercado de Estados Unidos, utilizando un diseño no experimental, de tipo descriptivo. En la investigación se hallaron 3 barreras internas: capacidad comercial, capacidad económica y volumen de producción; y 4 barreras externas: normas de origen, marcado y etiquetado, requisitos de envase y embalaje, y requisitos fitosanitarios que fueron identificadas como barreras a la exportación de pimiento fresco hacia Estados Unidos, excepto las barreras arancelarias. Por último, concluye que la única barrera interna se trata de la capacidad financiera/económica y entre las barreras externas hace mención a las normas y requisitos de sanidad, embalaje, marcado y etiquetado que el país de destino exige para aprobar la entrada de productos frescos a su país.

Dongo y Pequeño (2019) en su tesis: "Factores que influyen en el desarrollo exportador de las PYMES del sector textil y confecciones en Lima Metropolitana" publicada por Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) - Perú, emplearon un diseño no experimental descriptivo, apoyado de la metodología cuantitativa. La investigación tiene por propósito identificar los factores que influyen de forma positiva al desarrollo exportador de las pymes del sector textil y confecciones, logrando información sustancial sobre diferencias sobre empresas exportadoras y las que no lo son. Dicho estudio comprende pymes exportadoras y no exportadoras de dos subpartidas arancelarias: 6109100031 (t-shirt de algodón para hombre o mujer) y 6109100039 (los demás "t-shirts" de algodón, para hombres o mujeres). De igual modo, la investigación se basa en la problemática peruana, el que solo 1.5% de las pymes trabajan con clientes en el exterior. Finalmente, se tiene la validación de

influencia sobre su desempeño exportador y variables como competencia nacional, nivel tecnológico, características de la demanda, el desarrollo de clúster y drawback, como los más relevantes para la decisión de la entrada a los mercados internacionales. Como recomendación sugieren estudiar las limitantes que poseen las pymes del sector y llegar a internacionalizarse.

Chávez (2020) desarrolló un estudio titulado: "Barreras a la exportación y competitividad en la empresa S&M Foods S.A.C. Barranca 2020", de diseño experimental y enfoque cuantitativo, su objetivo fue conocer la manera en que las barreras de exportación influyen en la competitividad de una empresa. La población con la que trabajó fueron 42 trabajadores. Los resultados obtenidos con respecto a las barreras de exportación nos indica que, el 9.5% hace mención de que no existen barreras a la exportación, el 64.3% indica que en ciertas ocasiones y el 26.2% indican que si existen. En conclusión, tanto las barreras internas como externas influyen de una manera muy significativa en la competitividad de la empresa, en otras palabras, mientras exista un compromiso gerencial en desarrollar eficazmente las actividades de exportación, se verá una mejor adecuación de la empresa en las formas modernas de la administración.

Y, considerando que no son barreras a la exportación, mientras sean positivos los aspectos socioeconómicos donde se exporta, existirá una mejora en el entorno, aprovechando las oportunidades que se presenten. Sugieren realizar análisis constantes y fluidos, para conocer aspectos económicos, socioculturales, como también restricciones y regulaciones del mercado exterior, con el fin de presagiar y de estar preparados para cualquier barrera de exportación que se desee utilizar.

De igual manera, Auccahuaque & Khesht (2020) en su estudio: "Impacto de las políticas gubernamentales en la exportación de la maca peruana en los años 2010 – 2019". Como objetivo tuvieron determinar el impacto de las políticas gubernamentales en las exportaciones de la maca del Perú durante el periodo 2010 – 2019. Dicha investigación, fue de enfoque cualitativo descriptivo, y la técnica a utilizar fue la entrevista. En la que concluyen que, gracias a los tratados de libre comercio, acuerdos comerciales, bloques regionales, entre otros, hasta la actualidad las exportaciones peruanas cuentan con mejor alcance en los principales puertos del mundo. Se hicieron recomendaciones a algunas instituciones del estado como Promperú y el Ministerio de comercio exterior y Turismo, incentivando la presentación de la maca y sus derivados en las distintas ferias y exposiciones del mundo, brindando una imagen de confianza frente el mundo de las inversiones. Por último, hace mención del drawback, que su tasa debe mantenerse o aumentar un 5% de valor FOB exportado, ya que sería un incentivo a los exportadores en las exportaciones de sus productos no tradicionales

Rivera (2021) en su investigación que lleva por título: "Barreras para la exportación en las empresas que exportan productos deshidratados de la región Junín", cuyo objetivo fue, establecer las barreras de exportación en empresas que realizan exportaciones hacia la región de Junín de productos deshidratados. Dicho estudio tuvo un enfoque cualitativo, utilizando el método inductivo, y mediante las entrevistas, se obtuvo el análisis de la información. Los principales hallazgos fueron las categorías que representan una barrera para las empresas que exportan productos deshidratado, entre ellas tenemos: Barreras de Información, operacionales, logísticas, económicas, financieras y de marketing. Por lo tanto, es recomendable tener en cuenta los cambios en el mundo que se encuentran a favor de la alimentación saludable para invertir más en su capacidad de exportación. También se deben

conocer y crear nuevas estrategias para llegar a los mercados potenciales con una participación activa en los programas del estado y sus actualizaciones constantes. Concluyen logrando identificar la falta de un adecuado plan de marketing internacional, por lo que se recomienda fortalecer ese punto, ya que es importante en nueva era digital, donde las empresas pueden promocionar y vender sus productos a través de estrategias y plataformas digitales.

En el ámbito local se encuentra la investigación de Ruiz (2018), "Percepción de barreras a la exportación de los empresarios del sector manufactura" el cual tuvo como objetivo la determinación de la percepción que tienen los empresarios en Cajamarca acerca de las barreras u obstáculos que restricciónen su actividad exportadora. Ruiz también indica las acciones que deben tomarse para que el sector de estudio logre alcanzar mercados internacionales y promueva el desarrollo económico de la ciudad de Cajamarca. En ese mismo concepto, identifica que las principales barreras que limitan la exportación en el sector manufactura son las barreras de recursos, haciendo énfasis en el idioma, las barreras de procedimientos, así como también las barreras de conocimiento en cuanto a programas sobre asistencia exportadora, se suma a lista el costo de adaptación del producto en el mercado extranjero, las dificultades de distribución y logística, y la desconfianza del exportador por el riesgo de pérdida en el mercado local al realizar la venta en exterior.

Estos factores fueron percibidos por los empresarios evaluados para el desarrollo de la investigación. Finalmente establece que los empresarios cajamarquinos necesitan percibir más información sobre el comercio exportador y sus limitaciones, adquirir experiencia y capacitación para promover y desarrollar estrategias que generen oportunidades para el crecimiento productivo.

Asimismo, Cerna y Quiroz (2017) en su tesis con el título "Factores Limitantes para la exportación de Artesanía Textil en la Asociación de Artesanos La Collpa-Porcón Cajamarca" analizaron los componentes que condicionan la actividad exportadora referente a productos elaborados por esta asociación. Para ello, se siguieron algunos criterios como: tecnología, infraestructura, ámbito social y comercial. Posteriormente aplicaron un cuestionario estructurado al grupo de artesanos que conforman dicha asociación, donde obtuvieron como resultado que los factores principales que limitan u obstaculizan la exportación de productos textiles son: la desorganización y falta de comunicación interna y externa, lo que genera incapacidad para el logro de objetivos, desacuerdos y menos integración por parte de los miembros, la infraestructura inadecuada e insuficiente para el desarrollo de confección de textiles.

Fernández y Rivera (2018) en su estudio: "Factores que limitan la exportación de carne de cuy (*cavia porcellus*), hacia el mercado de Estados Unidos, en el departamento de Cajamarca, en el año 2016". Este trabajo tiene como objetivo dar a conocer dichos factores de exportación. El tema va dirigido a las Asociaciones y Productores de carne de cuy (*Cavia Porcellus*), donde se enumeran cuáles son estos principales factores limitantes en el año en mención, que influyen para no logra que se exporte este producto, habiendo una gran demanda internacional. Se utilizó el diseño exploratorio y descriptivo (mixto), por la aplicación de entrevistas y encuestas. Obteniendo como resultado que los principales factores son la baja cantidad de producción, la deficiente gestión empresarial y los inadecuados procesos logísticos, y que, al superarse estos limitantes, se podrá exportar hacia el mercado estadounidense. Concluyen recomendando que las asociaciones establezcan cambios drásticos para el funcionamiento empresarial en aspectos como: capacitaciones en el manejo administrativo, datos acerca del proceso de internacionalización y visión sobre el

futuro de la agrupación. Esto repercutirá en que estas asociaciones logren estar preparadas empresarialmente para lograr exportar carne de cuy hacia Estados Unidos y poder de esta forma afrontar este nuevo desafío en el mercado internacional.

Huamán y Tirado (2021) reportan en su trabajo de investigación titulado: "Incidencia de las Barreras al Comercio Internacional en las Exportaciones de Aguaymanto Deshidratado de la empresa Campovida Foods, Cajamarca-2021.", cuyo objetivo fue determinar la incidencia de las barreras al comercio internacional en las exportaciones de aguaymanto deshidratado de la empresa. La investigación fue de tipo cuantitativo, con un diseño no experimental. El instrumento fue diseñado a través de indicadores correspondientes a las dimensiones y variables en estudio. Se alcanzó como principal resultado que existe un nivel de incidencia alto entre las barreras al comercio internacional y las exportaciones. Las principales barreras encontradas fueron: de conocimiento, culturales, exógenas y no arancelarias. Por último, tiene como recomendación que la gerencia de la empresa desarrolle la implementación de un plan de capacitaciones de marketing internacional, contar con personal especializado en el manejo del marketing internacional, exportaciones y manejo de producto, así como también, el desarrollo aplicaciones comerciales para mejorar los procesos de exportación.

En relación a su enfoque, Leonidou (2010) clasificó las barreras que desafía una empresa como internas y externas de las cuales las barreras internas incluyen: barreras informativas, las barreras funcionales, que se relacionan con las ineficiencias de las diversas funciones empresariales, como los recursos humanos y la producción, también se encuentran las financieras y de marketing (Leonidou, 2010, citado en Sinkovics et al., 2018). Por otro lado, las barreras externas incluyen barreras procesales, causa de la desestimación de

recursos por falta de documentos o incumplimiento de formalidades gubernamentales. Estas se pueden afrontar con una correcta planificación, sin embargo, esto no sucede en la mayoría de las empresas influenciadas por el entorno local, ya que, no han podido desarrollar un buen análisis de recursos, mercados y competencia (Leonidou, 2010, citado en Sinkovics et al., 2018).

También existe el temor a la adquisición financiera a través del sistema bancario, escasa investigación de mercados y falta de capacitación acerca del marco legal para el proceso de exportación, estudios de mercado, regímenes, acuerdos comerciales, y barreras de entrada al mercado exterior. Para concluir, asegura que con capacitación y asesoramiento continuo respecto a los factores mencionados anteriormente pueden mejorar su capacidad exportadora y lograr un desarrollo sostenible. Estudiar los factores de relevancia e influencia directa e indirectamente sobre las exportaciones agrícolas y en especial del maíz morado deciden las oportunidades competitivas frente a otros países exportadores como Estados Unidos, España, Japón, entre otros como potencias compradoras.

Cabe mencionar que la importancia del estudio de las barreras de exportación radica en que se reflejen en el campo mediante los niveles de exportación, inclusive en la variabilidad de precios y cantidad exportable. Esta investigación será útil para mejorar el grado de competitividad del Perú, respecto a la exportación de maíz morado, frente a sus principales competidores y aprovechar las debilidades que éstos puedan presentar y que, a nosotros como país, pueda beneficiarnos. Examinando a la empresa en estudio, Asociación Productora Agropecuaria e Industrial, cuenta con una concisa cadena productiva y de abastecimiento para la amplia demanda del mercado.

Sin embargo, bajo la mirada de la empresa, no cuenta con la influencia para exportaciones al mercado internacional. Aspectos como crisis financieras, crisis políticas, variación de precios y demanda. Por otro lado, la empresa considera algunos factores internos como puntos clave en el desarrollo para una posible actividad exportadora, tales como la gestión de comercialización internacional, mano de obra calificada, capacidad logística y cumplimiento de lo que requiere el cliente.

En la presente investigación se pretende determinar que barreras generan mayor impacto en la exportación del maíz morado y el grado de influencia que poseen mediante factores que inciden en las exportaciones y son relevantes decidiendo o afectando nuestra competitividad frente a la otra parte exportadora.

Además, el desarrollo del estudio se justifica como un importante antecedente teórico y social, pues que busca colaborar con la comunidad estudiantil como aporte o referencia para que las empresas exportadoras o con el deseo de internacionalizar sus productos generen estrategias y tengan una percepción más amplia acerca de los procesos, cambios y funciones que se presentan en las exportaciones de maíz morado, contando con información actualizada sobre los aspectos que intervienen en el proceso de exportación, entre ellos están la capacidad financiera, asociatividad de productores, documentación técnica requerida para ambas partes y el uso de tecnología para que haya una buena aceptación en el mercado de destino y lograr objetivos que definen el estudio.

1.2. Formulación del problema

¿Cuáles son las barreras para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020?

Problemas Específicos:

- ¿Cuáles son las barreras de enfoque gerencial para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020?
- ¿Cuáles son las barreras de conocimiento e información para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020?
- ¿Cuáles son las barreras de condición financiera para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020?
- ¿Cuáles son las barreras de recursos para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020?
- ¿Cuáles son las barreras de producción y logística para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020?
- ¿Cuáles son las barreras económicas y políticas para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020?
- ¿Cuáles son las barreras culturales para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020?

- ¿Cuáles son las barreras de restricción y regulación en Estados Unidos para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020?
- ¿Cuáles son las barreras de restricción y regulación en Perú para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020?
- ¿Cuáles son las barreras de restricción y regulación en Estados Unidos para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020?
- ¿Cuáles son las barreras al desarrollo del mercado para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar las barreras para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar las barreras de enfoque gerencial para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020.
- Identificar las barreras de conocimiento e información para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020.

- Identificar las barreras de condición financiera para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020.
- Identificar las barreras de recursos para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020.
- Identificar las barreras de producción y logística para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020.
- Identificar las barreras económicas y políticas para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020.
- Identificar las barreras de culturales para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020.
- Identificar las barreras de restricción y regulación en Estados Unidos para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020.
- Identificar las barreras de restricción y regulación en Perú para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020.
- Identificar las barreras al desarrollo del mercado para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

Tipo de investigación

2.1.1. Enfoque Cuantitativo

La presente investigación cuenta con un enfoque cuantitativo ya que permitirá medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación, como los resultados que se obtendrán a causa de este estudio. De tal forma, las variables serán medidas y vinculadas por los efectos que se generen. Si se sigue rigurosamente el proceso con ciertas reglas lógicas, los datos generados poseerán los estándares de validez y confiabilidad, asimismo, las conclusiones derivadas contribuirán a la generación de conocimiento.

De acuerdo con Sampieri (2017) menciona que, “la investigación cuantitativa es secuencial y probatoria y no se puede “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, se puede redefinir alguna fase.”

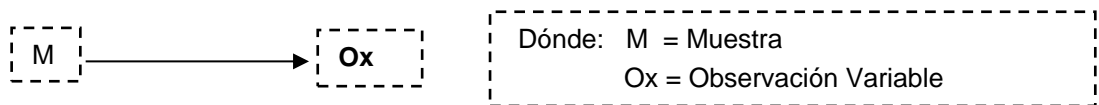
Por tanto, esta investigación contempla el uso de este enfoque porque utiliza la recolección de datos con la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación sobre las Barreras para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020.

2.1.2. Diseño de la Investigación

La presente investigación es de diseño no experimental, ya que no existen estímulos o condiciones experimentales a las que se sometan las variables de estudio. “Los sujetos del estudio son evaluados en su contexto natural sin alterar ninguna situación, así mismo, no se manipulan las variables de estudio.” (Arias y Covinos, 2021).

Así mismo esta investigación presenta un corte transversal debido a que recoge los datos en un solo momento y solo una vez. Además, la característica principal de estos estudios es que se hacen en una sola instancia, por ello, no existe un seguimiento. (Manterola, Quiróz, Salazar y García, 2019)

Diagrama:



2.1.3. Tipo

Esta investigación se enmarca en el tipo descriptivo puesto que según Martínez (2018), refiere que una investigación descriptiva es la que se realiza sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente.

Por lo tanto, esta investigación adopta las características descriptivas, por que trabaja sobre realidades y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta de la variable barreras en la exportación.

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

Según López - Roldán y Fachelli (2017), “la población es una expresión equivalente al conjunto total de elementos que constituyen al ámbito de interés analítico y sobre el que se infieren las conclusiones del análisis, conclusiones de naturaleza estadística y también sustantiva o teórica.”

En la presente investigación se considerará una población finita, puesto que se conoce el número exacto de elementos que constituyen el estudio el cual está conformado por los 35 trabajadores que incluyen productores y trabajadores administrativos de la Asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca.

2.2.2. Muestra

Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), menciona que la muestra es un subgrupo considerado como una parte representativa de la población, los datos recolectados serán obtenidos de la muestra y la población sobresale desde la situación problemática de la investigación.

Con la finalidad de poder determinar la muestra emplearemos el método no probabilístico por conveniencia que consiste en seleccionar a los individuos que convienen al investigador, los cuales serán 25 productores de la Asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca.

Para determinar la muestra se establecieron los siguientes criterios de inclusión y exclusión.

- a. **Criterio de inclusión:** trabajadores de la Asociación productora agrícola e industrial que tienen acceso a la información sobre la actividad y los niveles de producción, comercialización y exportación.
- b. **Criterio de exclusión:** trabajadores del área de administración, almacén y logística que no cuentan con la información requerida o no tiene acceso a ella.

2.3. Métodos, Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1. Métodos

2.3.1.1. La Observación. implica a todos los sentidos, no tiene un formato propio, sólo la reflexión y sensatez, permitiendo obtener registro del comportamiento a partir del suceso, por lo que no se incurre en errores y hay mayor exactitud para registrar la información. (Piza, Amaiquema, & Beltrán, 2019).

2.3.1.2. Método Hermenéutico. A través de este método específico se abarcará la interpretación crítica del significado que se atribuye a la realidad desde la propia existencia, limitaciones y posibilidades históricas del contexto local y global que hacen que se desarrolle como tal (Cerrón, 2019).

2.3.2. Técnicas

(Hernández & Duana, 2020), nos señalan que, las técnicas comprenden procedimientos y actividades que permiten obtener información necesaria para dar respuesta a la pregunta de investigación, asimismo, aluden a procedimientos concretos y particulares de recolección de información relacionados con el método de investigación que se esté utilizando. Por lo tanto, la técnica que emplearemos para la recolección de datos en esta investigación es una encuesta.

2.3.3. Instrumentos

(Hernández & Duana, 2020), señalan que, un instrumento de medición está orientado a crear condiciones para la medición. Los datos expresan una abstracción del mundo real, de lo sensorial, de ser percibido por los sentidos de manera directa o indirecta, donde todo lo

empírico es medible. Para el recojo de la información en el presente estudio se utilizó un cuestionario denominado "Instrumento para identificar las Barreras que han influenciado en la exportación de paprika al mercado de Estados Unidos en el año 2017" el cual fue adaptado de la investigación de Julca y Milla (2019) en Lima - Perú.

2.4. Procedimiento

En el presente estudio se utilizó un instrumento con 5 opciones de respuesta. Se elaboró la encuesta agrupándose en 2 dimensiones de 10 indicadores cada una, de la siguiente manera: Barreras Internas (barreras de conocimiento e información, barreras de enfoque gerencial, barreras de condición financiera, de recursos y de producción y logística), en cuanto a Barreras Externas (barreras políticas y económicas, culturales, regulaciones y restricciones en Perú, regulaciones y restricciones en EE. UU., y obstáculos en el desarrollo del mercado). Se aplicó la encuesta a 25 personas con la finalidad de recoger información acerca de las barreras en la exportación, cuyas respuestas estarán organizadas en una escala de 1 a 5.

Tabla 1

Escala de medición de la encuesta

N°	Escala	Intervalos
1	Poco	[0 - 65]
2	Regular	[66 - 131]
3	Mucho	[132 - 197]

Fuente: Elaboración propia, 2020.

2.4.1. Validez y confiabilidad de información

Para determinar la validez y confiabilidad de los instrumentos, se ha tomado como referencia un instrumento utilizado y validado correspondientemente, asimismo está basado en la teoría de Morgan y Katsikeas (1997) "Las barreras que afectan a la exportación, son consideradas como limitaciones de tipo operativo, actitudinal y estructural, que impiden a las empresas dar inicio, expandir o sostener sus operaciones exportadoras" (p. 69).

2.4.2. Para analizar la información

Después de haber aplicado el instrumento, se procedió a organizar la información en Excel y el programa SPSS en su versión IBM 25, lo cual permitió elaborar las tablas que describen los resultados finales de las variables y dimensiones, para la redacción del informe se utilizó el paquete office 2016.

2.4.3. Aspectos éticos de la investigación

Se está citando a todas las fuentes que han sido consultadas y consideradas en esta investigación, también contamos con la autorización de la institución en estudio para recolectar la información necesaria, dicha información será usada solo con fines académicos, basándonos en el método científico y sin dejar de lado valores que un investigador debe observar; todos los resultados se presentan sin alterar datos reales.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

En esta sección se muestran los resultados que se obtuvieron después de aplicar la encuesta a los productores de la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca, la cual presenta una lista de indicadores e ítems. Para ello, se ha realizado una agrupación de 2 dimensiones: *Barreras Internas* y *Barreras Externas*; y de igual manera 10 indicadores los cuáles son: barreras de enfoque gerencial, barreras de conocimiento e información, condiciones financieras, de recursos, producción y logística, barreras económicas y políticas, culturales, restricciones y regulaciones en Estados Unidos, restricciones y regulaciones en Perú y obstáculos al desarrollo del mercado.

En relación a ello se presentan las siguientes tablas correspondientes:

Dimensión: Barreras Internas

En base al estudio realizado, se analizaron distintos ítems que nos permitieron conocer la situación, procedimiento y desarrollo de la unidad de estudio, lo cual posibilitó obtener una adecuada interpretación de los resultados respecto a lo planteado en objetivos. En relación a ello, la investigación logró dar respuesta y evidenciar lo propuesto en el primer objetivo específico, identificando las barreras que generaron un mayor impacto como son: el desconocimiento existente sobre un plan de exportación en algunos productores de la asociación, así como también la insuficiencia financiera, haciendo énfasis en los altos costos de transporte y distribución de la materia prima. Otros obstáculos identificados también son la reducida cartera de clientes, la falta de inversión en proyectos exportadores, la diferencia lingüística y cultural con el país de destino y el costo de adaptación del producto para el mercado estadounidense.

Tabla 2

Barreras de Enfoque Gerencial.

INDICADOR	N°	ITEMS	0 Nunca	1 Casi nunca	2 A veces	3 Casi siempre	4 Siempre	MODA
Barreras de enfoque gerencial	1	Inseguridad por parte de los directivos.	36%	52%	12%	0%	0%	1
	2	Falta de interés en expandir sus actividades más allá del mercado local.	60%	40%	0%	0%	0%	0
	3	Desconocimiento sobre un plan de exportación.	0%	8%	32%	52%	8%	3
%		Barreras de Enfoque Gerencial	32.00%	33.33%	14.67%	17.33%	2.67%	

Fuente: Aplicación de encuesta a productores agroindustriales, 2020.

En el ítem 1 se observa que, más del 50% de productores encuestados manifiesta que *casi nunca* se tuvo inseguridad por parte de los directivos, un 36% nunca y un 12% a veces, en una condición de baja incidencia.

En el ítem 2 se observa que, el 60% de productores encuestados manifiesta que *nunca* se tuvo alguna falta de interés en expandir sus actividades más allá del mercado local, y un 40% casi nunca, en una condición de nula incidencia.

En el ítem 3 se observa que, más del 50% de productores encuestados manifiesta que *casi siempre* hubo desconocimiento sobre un plan de exportación, un 32% a veces, un 8% siempre y otro 8% casi nunca, en una condición de alta incidencia.

De la totalidad de barreras de enfoque gerencial de acuerdo a los resultado obtenidos se puede precisar que, en el caso de la Asociación Productora Agrícola e Industrial, un 52%

de productores encuestados, identifican como barrera al desconocimiento sobre un plan de exportación.

Tabla 3

Barreras de conocimiento e información.

INDICADOR	N°	ITEMS	0 Nunca	1 Casi nunca	2 A veces	3 Casi siempre	4 Siempre	MODA
Barreras de conocimiento e información	4	Falta de conocimiento en el mercado destino sobre los productos que se ofrecen.	0%	20%	40%	32%	8%	2
	5	Desconocimiento sobre las oportunidades de venta en Estados Unidos.	0%	8%	52%	40%	0%	2
	6	Información insuficiente del mercado destino.	0%	16%	28%	56%	0%	3
	7	Reducida cartera de clientes	0%	0%	16%	72%	12%	3
	8	Desconocimiento de los pasos necesarios para el proceso de exportación.	0%	0%	64%	36%	0%	2
	9	Falta de información y conocimiento del lenguaje, costumbres y negocios en Estados Unidos.	0%	0%	16%	84%	0%	3
	10	Falta de conocimiento de mercados potenciales.	0%	16%	44%	40%	0%	2
	%	Barreras de conocimiento e información	0.00%	8.57%	37.14%	51.43%	2.86%	

Fuente: Aplicación de encuesta a productores agroindustriales, 2020.

En el ítem 4 se observa que el 40% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* se tuvo una falta de conocimiento en el mercado destino sobre los productos que se ofrecen, un 32% casi siempre, un 20% casi nunca, y un 8% siempre, en una condición de incidencia regular.

En el ítem 5 se observa que, más del 52% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* se tuvo desconocimiento sobre las oportunidades de venta en Estados Unidos, un 40% casi siempre, y un 8% casi nunca, en una condición de incidencia regular.

En el ítem 6 se observa que, más del 56% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se presentó una insuficiente información que existe del mercado destino, un 28% a veces, y un 16% casi nunca, en una condición de alta influencia.

En el ítem 7 se observa que, más del 72% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se tuvo una reducida cartera de clientes, un 16% a veces y un 12% siempre, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 8 se observa que, más del 64% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* hubo desconocimiento de los pasos necesarios para el proceso de exportación, un 36% casi siempre, en una condición de incidencia regular.

En el ítem 9 se observa que más del 84% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* hubo falta de información y conocimiento sobre el lenguaje, costumbres y negocios en Estados Unidos, y un 16% a veces, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 10 se observa que, más del 44% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* hubo falta de conocimiento de mercados potenciales, un 40% casi siempre y un 16% casi nunca, en una condición de incidencia regular.

De la totalidad de barreras de conocimiento e información de acuerdo a los resultados obtenidos se puede precisar que, en el caso de la Asociación Productora Agrícola e Industrial, un 56% de productores encuestados, identifican como barrera a la información insuficiente del mercado destino, un 72% a la reducida cartera de clientes y un 84% a la falta de información y conocimiento del lenguaje, costumbres y negocios en Estados Unidos.

Tabla 4

Condiciones Financieras

INDICADORES	N°	ITEMS	0 Nunca	1 Casi nunca	2 A veces	3 Casi siempre	4 Siempre	MODA
Condiciones Financieras	11	Insuficiencia Financiera	0%	12%	24%	48%	16%	3
	12	Altos costos de transporte y distribución.	0%	4%	36%	56%	4%	3
	13	Falta de inversión en los proyectos exportadores.	0%	0%	24%	44%	32%	3
	14	Falta de financiamiento para la expansión productiva.	0%	8%	24%	56%	12%	3
	15	Alta carga tributaria.	0%	8%	32%	48%	12%	3
	16	Incapacidad de controlar los precios dentro del mercado.	8%	24%	32%	24%	12%	2
%		Condiciones Financieras	1.33%	9.33%	28.67%	46.00%	14.67%	

Fuente: Aplicación de encuesta a productores agroindustriales

En el ítem 11 se observa que, más del 48% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* hubo insuficiencia financiera, un 24% a veces, un 16 % siempre y un 12% casi nunca, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 12 se observa que, más del 56% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se presentaron altos costos de transporte y distribución, un 36% a veces, un 4% casi nunca, y un 4% siempre, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 13 se observa que, más del 44% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* hubo falta de inversión en los proyectos exportadores, un 32% siempre y un 24% a veces, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 14 se observa que, más del 56% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* hubo falta de financiamiento para la expansión productiva, un 24% a veces, un 12% siempre, y un 8% casi nunca, en una condición de alta incidencia

En el ítem 15 se observa que, más del 48% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se tuvo una alta carga tributaria, un 32% a veces, un 12 % siempre y un 8% casi nunca, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 16 se observa que, más del 32% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* se presentó la incapacidad de controlar los precios dentro del mercado, un 24% casi siempre, otro 24% casi nunca y un 12% siempre, en una condición de incidencia regular.

De la totalidad de barreras de condición financiera, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede precisar que, en el caso de la Asociación Productora Agrícola e Industrial, un 48% de productores encuestados, identifican como barrera a la insuficiencia financiera, un 72% a los altos costos de transporte y distribución, un 44% a la falta de inversión en los

proyectos exportadores, un 56% a la falta de financiamiento para la expansión productiva y un 48% a la alta carga tributaria.

Tabla 5

Barrera de Recursos

INDICADORES	N°	ITEMS	0 Nunca	1 Casi nunca	2 A veces	3 Casi siempre	4 Siempre	MODA
De Recursos	17	Escasez tecnológica en los procesos de producción.	0%	40%	44%	16%	0%	2
	18	Falta de personal experimentado y capacitado para la exportación.	0%	0%	52%	48%	0%	2
	19	Falta de capacitación en las actividades operativas.	0%	4%	64%	32%	0%	2
	20	Falta de recursos necesarios frente a los retrasos dentro de los plazos de recuperación establecidos.	0%	16%	48%	36%	0%	2
%		De Recursos	0%	15%	52%	33%	0%	

Fuente: Aplicación de encuesta a productores agroindustriales, 2020.

En el ítem 17 se observa que, más del 44% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se tuvo una escasez tecnológica en los procesos de producción, un 40% casi nunca, un 16% casi siempre, en una condición de incidencia regular.

En el ítem 18 se observa que, más del 52% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* hubo falta de personal experimentado y capacitado para la exportación, un 48% casi siempre, en una condición de incidencia regular.

En el ítem 19 se observa que, más del 64% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* hubo falta de capacitación en las actividades operativas, un 32% casi siempre, y un 4% casi nunca, en una condición de incidencia regular.

En el ítem 20 se observa que, el 48% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* hubo falta de recursos necesarios frente a los retrasos dentro de los plazos de recuperación establecidos, un 36% casi siempre, y un 16% casi nunca, en una condición de incidencia regular.

De la totalidad de barreras de recursos, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede precisar que, en el caso de la Asociación Productora Agrícola e Industrial, un 48% de productores encuestados, identifican como barrera a la falta de personal experimentado y capacitado para la exportación.

Tabla 6

Barrera de Producción y Logística.

INDICADORES	N°	ITEMS	0 Nunca	1 Casi nunca	2 A veces	3 Casi siempre	4 Siempre	MODA
Producción y Logística	21	Las limitadas áreas para la producción de maíz morado	24%	48%	20%	8%	0%	1
	22	Ineficiencia en la capacidad productiva para atender pedidos de mayor volumen	0%	28%	44%	28%	0%	2
	23	Altos costos para la adquisición de fertilizantes de calidad.	0%	48%	48%	4%	0%	2
	24	Elevados costos de transporte local	0%	36%	56%	8%	0%	2
	25	Dificultad para encontrar un distribuidor o canales de	4%	12%	52%	28%	4%	2

	distribución adecuados.						
26	Deficiencia para controlar el producto físico.	8%	60%	12%	20%	0%	1
27	Falta de disponibilidad de almacenamiento.	0%	64%	28%	8%	0%	1
%	Producción y Logística	5.19%	21.19%	34.96%	34.22%	4.44%	

Fuente: Aplicación de encuesta a productores agroindustriales, 2020.

En el ítem 21 se observa que, más del 48% de productores encuestados manifiesta que, *casi nunca* se tuvo limitadas áreas para la producción de maíz morado, un 24% nunca, un 20% a veces y un 8% casi siempre, en una condición de baja incidencia.

En el ítem 22 se observa que, más del 44% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* hubo ineficiencia en la capacidad productiva para atender pedidos de mayor volumen, un 28% casi nunca, y también un 28% casi siempre, en una condición de incidencia regular.

En el ítem 23 se observa que, más del 48% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* se tuvieron altos costos para la adquisición de fertilizantes de calidad, también un 48% casi nunca y un 4% casi siempre, en una condición de incidencia regular.

En el ítem 24 se observa que, más del 56% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* se tuvieron elevados costos de transporte local, un 36% casi nunca y un 8% casi siempre, en una condición de incidencia regular.

En el ítem 25 se observa que, más del 52% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* hubo dificultad para encontrar un distribuidor o canales de distribución adecuados, un 28% casi siempre, un 12% casi nunca, un 4% nunca y también un 4% siempre, en una condición de incidencia regular.

En el ítem 26 se observa que, más del 60% de productores encuestados manifiesta que, *casi nunca* hubo deficiencia para controlar el producto físico, un 20% casi siempre, un 12% a veces, y un 8% nunca, en una condición de baja incidencia.

En el ítem 27 se observa que, más del 64% de productores encuestados manifiesta que, *casi nunca* hubo falta de disponibilidad de almacenamiento, un 28% a veces, y un 8% casi siempre, en una condición de baja incidencia.

De la totalidad de barreras de producción y logística, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede precisar que, en el caso de la Asociación Productora Agrícola e Industrial, un 28% de productores encuestados, identifican como barrera a la ineficiencia en la capacidad productiva para atender pedidos de mayor volumen un 28% a la dificultad para encontrar un distribuidor o canales de distribución adecuados.

Tabla 7

Resumen de las Barreras Internas

Barreras Internas	
- Poca influencia en la inseguridad por parte de los directivos en expandir sus mercados.	- El desconocimiento sobre un proceso de exportación
- Conocimiento del mercado local	- Desconocimiento de los mercados externos
- Recursos agrícolas destinados para el incremento de producción.	- Reducida cartera de clientes en el mercado exterior.
- Control local del producto físico.	- Falta de conocimiento de mercados potenciales.
- Disponibilidad de almacenamiento para el proceso productivo.	- Falta de acceso a los recursos financieros.
	- Falta de personal capacitado.

Fuente: *Elaboración propia, 2020.*

En relación a las barreras internas existe la poca influencia en la inseguridad por parte de los directivos en expandir sus mercados, igualmente el conocimiento del mercado local, cuentan con los recursos agrícolas destinados para el incremento de producción, control local de

producto físico y la disponibilidad de almacenamiento para el proceso productivo. Asimismo, se encuentra el desconocimiento de un proceso de exportación, de los mercados externos y de los mercados potenciales, asimismo el contar con una reducida cartera de clientes en el mercado exterior, la falta de acceso a los recursos financieros y personal capacitado.

Dimensión: Barreras Externas

En esta sección de igual manera se analizaron diversos ítems, demostrando el poder significativo de ciertas barreras, que nos permite realizar el estudio respectivo para comprobar las tendencias planteadas al principio de la investigación. En relación a ello, la investigación determina la respuesta a los objetivos específicos planteados. Comprobándose diversas barreras influyentes en la actividad exportadora, tales como: las bajas condiciones económicas en el mercado externo, la falta de incentivos gubernamentales para exportar hacia Estados Unidos, la inestabilidad política, las restricciones y regulaciones impuestas para ingresar al mercado, tanto locales como internacionales, que no logran concretar el proceso de internacionalización del producto y sobre todo, las bajas expectativas de rentabilidad, que desmotivan a las empresas a exportar, ampliar su mercado y fidelizar una cierta cartera de clientes, permaneciendo el temor a no cumplir con los objetivos de crecimiento proyectados.

Tabla 8

Barreras Económicas y Políticas

INDICADORES	Nº	ITEMS	0 Nunca	1 Casi nunca	2 A veces	3 Casi siempre	4 Siempre	MODA
	28	Riesgo por la variación de los	0%	0%	32%	68%	0%	3

		tipos de cambio de monedas.						
		Bajas condiciones económicas en el mercado externo.						
	29		0%	12%	32%	56%	0%	3
		Impuestos y tasas aplicables al producto en Estados Unidos.						
Barreras Económicas y Políticas	30		0%	4%	16%	80%	0%	3
		Falta de incentivos gubernamentales para exportar hacia Estados Unidos.						
	31		0%	8%	12%	48%	32%	3
		Inestabilidad política en Estados Unidos.						
	32		4%	8%	28%	44%	16%	3
		Barreras Económicas y Políticas						
%			0.80%	6.40%	24.00%	59.20%	9.60%	

Fuente: Aplicación de encuesta a productores agroindustriales, 2020.

En el ítem 28 se observa que, más del 68% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se presentó un riesgo por la variación de los tipos de cambio de monedas, un 32% a veces, en una condición de alta influencia.

En el ítem 29 se observa que, más del 56% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se presentaron bajas condiciones económicas en el mercado externo, un 32% a veces, y un 12% casi nunca, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 30 se observa que, más del 80% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se tuvieron impuestos y tasas aplicables al producto en Estados Unidos, un 16% a veces, y un 4% casi nunca, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 31 se observa que, más del 48% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* hubo falta de incentivos gubernamentales para exportar hacia Estados Unidos, un 32% siempre, un 12% a veces, y un 8% casi nunca, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 32 se observa que, más del 44% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* hubo una inestabilidad política en Estados Unidos, un 28% a veces, un 16% siempre, un 8% casi nunca y un 4% nunca, en una condición de alta incidencia.

De la totalidad de barreras de producción y logística, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede precisar que, en el caso de la Asociación Productora Agrícola e Industrial, un 68% de productores encuestados, identifican como barrera al riesgo por la variación de los tipos de cambio de monedas, un 56% a las bajas condiciones económicas en el mercado externo, un 80% a los impuestos y tasas aplicables al producto en estados unidos, un 48% a la falta de incentivos gubernamentales para exportar hacia estados unidos y un 44% a la inestabilidad política en estados unidos.

Tabla 9

Barreras Culturales

INDICADORES	N°	ITEMS	0 Nunca	1 Casi nunca	2 A veces	3 Casi siempre	4 Siempre	MODA
	33	Diferencia lingüística con Estados Unidos.	0%	8%	12%	56%	24%	3
Culturales	34	Diferentes hábitos de comportamiento de clientes en Estados Unidos.	0%	8%	20%	72%	0%	3
		%	0.00%	8.00%	16.00%	64.00%	12.00%	

Fuente: Aplicación de encuesta a productores agroindustriales, 2020.

En el ítem 33 se observa que, más del 56% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* hubo una diferencia lingüística con Estados Unidos, un 24% siempre, un 12% a veces, y un 8% casi nunca, en una condición de alta incidencia

En el ítem 34 se observa que, más del 72% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se presentaron diferentes hábitos de comportamiento de clientes en Estados Unidos, 20% a veces, y un 8% casi nunca, en una condición de alta incidencia influencia.

De la totalidad de barreras culturales, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede precisar que, en el caso de la Asociación Productora Agrícola e Industrial, un 56% de productores encuestados, identifican como barreras a la diferencia lingüística con Estados Unidos y un 72% diferentes hábitos de comportamiento de clientes en Estados Unidos.

Tabla 10

Restricciones y Regulaciones en Estados Unidos

INDICADORES	N°	ITEMS	0 Nunca	1 Casi nunca	2 A veces	3 Casi siempre	4 Siempre	MODA
Restricciones y Regulaciones en Estados Unidos	35	Dificultad para cumplir con los requisitos de Aduanas respecto a la documentación de exportación.	0%	8%	28%	56%	8%	3
	36	Dificultad para cumplir con los requisitos de entrada solicitados por diversas entidades estadounidenses.	0%	8%	20%	72%	0%	3
	37	Dificultad en el manejo de la Ley del Bioterrorismo por la FDA en Estados Unidos.	0%	4%	28%	68%	0%	3
%		Restricciones y Regulaciones en Estados Unidos	0.00%	6.67%	25.33%	65.33%	2.67%	

Fuente: Aplicación de encuesta a productores agroindustriales, 2020.

En el ítem 35 se observa que, más del 56% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se tuvo dificultad para cumplir con los requisitos de Aduanas respecto a la

documentación de exportación, un 28% a veces, un 8% casi nunca y un 8% siempre, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 36 se observa que, más del 72% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se tuvo dificultad para cumplir con los requisitos de entrada solicitados por diversas entidades estadounidenses, un 20% a veces, y un 8% casi nunca, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 37 se observa que, más del 68% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se tuvo dificultad en el manejo de la Ley del Bioterrorismo por la FDA en Estados Unidos, un 28% a veces, y un 4% casi nunca, en una condición de alta incidencia.

De la totalidad de barreras respecto a las Restricciones y Regulaciones en Estados Unidos, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede precisar que, en el caso de la Asociación Productora Agrícola e Industrial, un 56% de productores encuestados, identifican como barreras a la dificultad para cumplir con los requisitos de Aduanas respecto a la documentación de exportación, un 72% a la dificultad para cumplir con los requisitos de entrada solicitados por diversas entidades estadounidenses y un 68% a la dificultad en el manejo de la Ley del Bioterrorismo por la FDA en Estados Unidos.

Tabla 11

Restricciones y Regulaciones en Perú.

INDICADORES	N°	ITEMS	0 Nunca	1 Casi nunca	2 A veces	3 Casi siempre	4 Siempre	MODA
Restricciones y Regulaciones en Perú	38	Demora en obtener un certificado sanitario por SENASA.	0%	24%	40%	36%	0%	2
	39	Demora en obtener un certificado de calidad.	0%	24%	40%	36%	0%	2
	40	Demora en obtener un certificado de origen.	0%	20%	44%	36%	0%	2

41	Ineficiencia en los programas de asistencia exportadora.	0%	4%	24%	60%	12%	3
42	Pocos beneficios económicos y no económicos generados por la exportación.	0%	24%	40%	36%	0%	2
%	Restricciones y Regulaciones en Perú	0.00%	19.20%	37.60%	40.80%	2.40%	

Fuente: Aplicación de encuesta a productores agroindustriales, 2020.

En el ítem 38 se observa que, más del 40% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* hubo demora en obtener un certificado sanitario por SENASA, un 36% casi siempre y un 24% casi nunca, en una condición de regular incidencia.

En el ítem 39 se observa que, más del 40% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* hubo demora en obtener un certificado de calidad, un 36% casi siempre, y un 24% casi nunca, en una condición de regular incidencia.

En el ítem 40 se observa que, más del 44% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* hubo demora en obtener un certificado de origen, un 36% casi siempre, un 12% siempre y un 4% casi nunca, en una condición de regular incidencia.

En el ítem 41 se observa que, más del 60% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* hubo ineficiencia en los programas de asistencia exportadora, un 24% a veces, un 12% siempre, y un 4% casi nunca, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 42 se observa que, más del 40% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* hubo pocos beneficios económicos y no económicos generados por la exportación, un 36% casi siempre, y un 24% casi nunca, en una condición de regular incidencia.

De la totalidad de barreras respecto a las Restricciones y Regulaciones en Perú, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede precisar que, en el caso de la Asociación

Productora Agrícola e Industrial, un 60% de productores encuestados, identifican como barreras a la ineficiencia en los programas de asistencia exportadora.

Tabla 12

Obstáculos al desarrollo del mercado.

INDICADORES	Nº	ITEMS	0 Nunca	1 Casi nunca	2 A veces	3 Casi siempre	4 Siempre	MODA
Obstáculos al desarrollo del mercado	43	Elevados costos de transporte y distribución en Estados Unidos.	0%	4%	16%	80%	0%	3
	44	Localización de un distribuidor o canales de distribución adecuados.	0%	4%	12%	84%	0%	3
	45	Dificultad para igualar los precios de la competencia en el mercado estadounidense.	0%	8%	52%	32%	8%	2
	46	Intensidad de la competencia en Estados Unidos	0%	12%	48%	32%	8%	2
	47	Alto costo de adaptación del producto para el mercado estadounidense.	0%	8%	24%	60%	8%	3
	48	Retraso de los pagos en el extranjero.	0%	0%	60%	40%	0%	2
	49	Bajas expectativas de rentabilidad.	0%	12%	44%	44%	0%	3
%		Obstáculos al desarrollo del mercado	0.00%	6.86%	36.57%	53.14%	3.43%	

Fuente: Aplicación de encuesta a productores agroindustriales, 2020.

En el ítem 43 se observa que, más del 80% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se tuvieron elevados costos de transporte y distribución en Estados Unidos, un 16% a veces, y un 4% casi nunca, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 44 se observa que, más del 84% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se tuvo localización de un distribuidor o canales de distribución adecuados, un 12% a veces, y un 4% casi nunca, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 45 se observa que, más del 52% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* se tuvo dificultad para igualar los precios de la competencia en el mercado estadounidense, un 32% casi siempre, un 8% siempre y también un 8% casi nunca, en una condición de regular incidencia.

En el ítem 46 se observa que, más del 48% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* hubo intensidad de la competencia en Estados Unidos, un 32% casi siempre, un 12% casi nunca, y un 8% siempre, en una condición de regular incidencia.

En el ítem 47 se observa que, más del 60% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se tuvo un alto costo de adaptación del producto para el mercado estadounidense, un 24% a veces, un 8% siempre y un 8% casi nunca, en una condición de alta incidencia.

En el ítem 48 se observa que, más del 60% de productores encuestados manifiesta que, *a veces* hubo retraso de los pagos en el extranjero, y un 40% casi siempre, en una condición de regular incidencia.

En el ítem 49 se observa que, más del 44% de productores encuestados manifiesta que, *casi siempre* se tuvo bajas expectativas de rentabilidad, un 44% a veces, y un 12% casi nunca, en una condición de alta incidencia.

De la totalidad de barreras al desarrollo del mercado, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede precisar que, en el caso de la Asociación Productora Agrícola e Industrial, un 80% de productores encuestados, identifican como barreras a los elevados costos de

transporte y distribución en Estados Unidos, un 84% a la localización de un distribuidor o canales de distribución adecuados, un 60% al alto costo de adaptación del producto para el mercado estadounidense y un 44% a las bajas expectativas de rentabilidad.

Tabla 13

Resumen de las Barreras Externas

Barreras Externas
Variación del tipo de cambio
Escaso poder de negociación.
Falta de incentivos gubernamentales para exportar
Inestabilidad política y económica
Variedad del idioma
Escaso análisis de los requisitos de entrada
Escaso conocimiento de canales de distribución internacionales
Altos niveles de competitividad

Fuente: Elaboración propia, 2020.

En relación a las barreras externas, se encuentran factores correspondientes a la continua variación existente tales como la variación del tipo de cambio, el escaso poder negociación y la inestabilidad política y económica, asimismo, la falta de incentivos gubernamentales para exportar, el idioma, el escaso conocimiento de canales de distribución internacionales, el análisis de los requisitos de entrada y, por último, los altos niveles de competitividad.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Limitaciones

Uno de los factores que ha limitado el avance del estudio fue la restricción al acceso de información por motivo del Covid-19. Se tuvo poca disponibilidad y organización de tiempos entre algunos miembros de la Asociación Productora Agrícola e Industrial, los cuales fueron entrevistados vía telefónica, teniendo así una comunicación no tan efectiva como la presencial.

Asimismo, otra de las limitaciones que se presentaron fue la distancia del lugar dónde se recolectó la información, ya que se encontraba alejado de la ciudad y se tuvieron que realizar algunos viajes para coordinaciones con la asociación.

Por otro lado, también influyó la falta de dominio de otros idiomas a parte del inglés, ya que la mayoría de las fuentes de información relevantes encontradas se encontraban en otros idiomas extranjeros.

4.2 Discusión

Los resultados obtenidos determinaron que existen factores desfavorables correspondientes a la continua variación existente como el tipo de cambio, el escaso poder negociación, la inestabilidad política y económica, la falta de incentivos gubernamentales, el manejo del idioma y de los canales de distribución internacionales y el análisis de requisitos de entrada. Se coincide con lo propuesto por Fanjul (2017), que afirma que entre las principales barreras se encuentran las barreras de conocimiento, financieras, de recursos y de adaptación al mercado, que tuvieron relevancia para ejercer la actividad exportadora de la empresa española hacia los países de destino.

Las barreras de conocimiento e información también afectan en la competitividad empresarial de los productores del sector debido a que, no se encuentran especializados y/o capacitados para emprender de manera eficiente un proceso de exportación. Lo mismo sucede con los resultados del estudio realizado por Huamán y Tirado (2021) dónde menciona las barreras de conocimiento, culturales, y exógenas; recomendando el desarrollo de un plan de capacitaciones por parte de la gerencia con el fin de mejorar el proceso exportable.

El análisis descriptivo de las dimensiones de la variable de estudio nos permite establecer que las empresas dedicadas al sector agropecuario industrial en la actualidad presentan distintas barreras que influyen en su participación dentro de los diferentes mercados, asimismo afecta su sostenibilidad empresarial al encontrarse sujetas a factores externos que inciden dentro del proceso productivo en la gestión empresarial o comercial y que al mismo tiempo repercute en la productividad. En tal sentido, la barrera económica es la que más influye en el proceso productivo debido a las restricciones existentes en el mercado financiero. Esto se asemeja a lo señalado por Iglesias & de las Heras (2017), que hacen hincapié en el tema económico y las tasas de endeudamiento o nuevas fuentes de financiamiento convirtiéndose en un factor evidente y muy importante para tomar en cuenta.

Asimismo las características sobre las barreras externas de exportación en la Asociación Productora Agropecuaria e Industrial, un 68% de productores encuestados manifiestan la presencia de un riesgo por la variación de los tipos de cambio de monedas en las barreras económicas, asimismo un 80% de productores determinan la existencia de impuestos y tasas aplicables al producto en el país de destino como una de las principales barreras de exportación y un 48% de productores afirma la constante falta de incentivos gubernamentales para iniciar el proceso de exportación. Se coincide con lo establecido por

Correa et al. (2017), que menciona como limitantes a las normativas implementadas por el gobierno del mercado de destino. Por otro lado, Aucacahuaque & Khesht (2020) refutan exponiendo en su estudio que, debido a los tratados de libre comercio, acuerdos comerciales y bloques regionales, se logra un mejor alcance de las exportaciones peruanas en los principales puertos del mundo.

Algunos de los factores que desarrollaron mayor influencia en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca, los cuales fueron revelados por los productores encuestados, fue la falta de conocimiento por parte de los directivos, así como la insuficiente la información sobre el mercado exterior y la localización de canales de distribución internacionales adecuados los que generan un conflicto en cuanto a la percepción que enfrentan al no generar vínculos externos para lograr internacionalizar sus productos. Los resultados obtenidos coinciden con lo propuesto por Rivas (2017) que indica en su estudio que el desconocimiento por parte del área gerencial para establecer relación con el mercado exterior, la escasez de una oferta exportable y baja demanda internacional son determinantes que tienen mayor relevancia en la actividad exportadora y se relacionan ya sea con el tipo de industria que trabaja la empresa, la experiencia exportadora y el sector de destino al que se planea exportar, obstaculizando el flujo de exportación en las empresas ecuatorianas.

Respecto a la falta de acceso a los recursos financieros un 48% de productores encuestados manifiesta que, la insuficiencia financiera influyó mucho. Estos resultados coinciden con lo propuesto por Sevillano (2017) sobre las barreras de exportación de pimiento fresco al mercado estadounidense, dónde identificó dentro de 3 barreras internas entre ellas la capacidad comercial, capacidad económica y volumen de producción, a la barrera económica como la única que obstaculiza la exportación del producto al mercado de destino. Del mismo modo, en relación a las normas y requisitos de entrada al mercado

exterior, un 72% de productores encuestados afirma la evidente dificultad para cumplir con los requisitos de entrada solicitados por diversas entidades estadounidenses, lo cual también concuerda con Sevillano (2017) que encontró a barreras externas que exigen mayor compromiso como son las normas de origen del producto y requisitos fitosanitarios para la exportación de pimiento fresco hacia Estados Unidos.

Se comprobó que un 84% de productores encuestados manifestaron la falta de conocimiento sobre el idioma y costumbres en el país de destino como una de las barreras más relevantes para llevar a cabo el proceso exportador, asimismo un 60% de productores encuestados menciona a la ineficiencia en los programas de asistencia exportadora en cuanto al apoyo gubernamental en el Perú y un 44%, a las bajas expectativas de rentabilidad, lo cual coincide con lo evidenciado por Ruiz (2018) que afirma que las principales barreras que limitan la exportación son las barreras culturales, obstáculos al desarrollo del mercado, las dificultades de distribución y logística, y la desconfianza del exportador por el riesgo de pérdida al realizar la venta en el exterior, estableciendo que se debe percibir más información sobre el comercio exportador y sus limitaciones, adquirir mayor capacitación para promover y desarrollar estrategias que generen oportunidades para el crecimiento productivo.

Parte del ejercicio profesional que implica la investigación propuesta fue en base a incorporar la información recopilada en función a los criterios que requieren las barreras de exportación en actividad de producción de maíz morado de la Asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca, mismos que se validan con lo planteado por Ramos (2020) con las estrategias de mercado que pueden aplicarse en función al producto ofrecido, al verificarse las cifras del año en curso, Ramos (2020), menciona cifras de exportación elevadas y en crecimiento que buscan mejorar en los próximos años, a fin de ocupar el mercado extranjero en su gran mayoría.

Otra de las barreras identificadas de influencia regular, pero de mayor significancia es el desconocimiento de los pasos necesarios para el proceso de exportación manifestada por un 64% de productores encuestados, que consideran una de las partes más importantes en el desarrollo del proceso exportador y es en dónde existe un evidente desconocimiento por algunos productores de la empresa. Estos resultados concuerdan con Fernández y Rivera (2018) que afirman que es necesario tener en cuenta la revisión de las políticas de exportación en empresas esporádicas, las mismas que en otras circunstancias, contando con el apoyo referente a la mejora de su desempeño y conocimiento exportador, pueden lograr desarrollo y estabilidad, así como también asegurar pautas y formación que son proporcionados a las organizaciones con el fin de obtener una orientación que de una u otra manera beneficia la visión que se percibe hacia los mercados internacionales.

El presente estudio presenta una metodología cuantitativa de diseño no experimental y carácter descriptivo lo cual coincide con las investigaciones de Sevillano (2017), Dongo y Pequeño (2019) y Chávez (2020). Sin embargo, difiere con el estudio de Rivera (2021) que, por lo contrario, aplicó una metodología de enfoque cualitativo de diseño explicativo y carácter inductivo-conceptual, que consistió en la observación de los hechos sociales, para obtener datos necesarios y clasificarlos para la investigación.

En cuanto a las teorías que se utilizaron como base para la investigación tenemos lo expuesto por Leonidou (2010) que considera que las barreras de exportación conllevan al estancamiento de muchas empresas en el transcurso de posicionar sus productos en el exterior (Leonidou, 2010, citado en Sinkovics et al., 2018). Esto coincide con la teoría de Gallego et al. (2017) tomada como referencia en la investigación de Correa et al. (2017), dónde afirma que las empresas suelen estar expuestas a una serie de barreras a las

exportaciones que deben identificarse a lo largo de las etapas del proceso de internacionalización para conducir al inicio de una actividad exportadora y no resulte en un fracaso para la empresa.

Del mismo modo tenemos lo planteado por Espinoza y Rupa (2018), donde señalan dos dimensiones de las barreras de exportación: internas y externas. En internas incluye: capacidad comercial y volumen de producción; y en externas: culturales, económicas, competitivas, legales y logísticas. Lo mencionado se diferencia con lo expuesto por Mataveli, (2017) tomado como referencia en la investigación de Rivera (2021) que clasifica a las barreras en internas: gestión y recursos humanos de la organización y externas: crédito, burocracia y marketing internacional.

Finalmente, tenemos lo establecido por Chipana (2017) que incluye a la producción, ventas, administración y organización dentro de las Barreras Internas y a la situación del acceso al mercado, así como la competencia de la empresa dentro de las Barreras Externas. Esto se refuta con lo señalado por Pérez-Suárez y Espasandín Bustelo (2017) tomado como referencia en la investigación de Rivas (2017) donde identifican ciertas limitantes dentro de las Barreras Internas como son: tamaño de la empresa, disponibilidad de recursos, producción, tecnología, innovación y dentro de las Barreras externas a la competencia y barreras arancelarias y no arancelarias.

4.2 Conclusiones

Se determinó las barreras para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca 2020, por lo expuesto se concluye que, las empresas y negocios con mayor tiempo en el mercado han logrado conectar y asegurar alianzas con proveedores y canales de distribución que les permiten reducir costos e incluso aprovechar esas conexiones, para introducir nuevos productos en el mercado.

Se identificaron dos tipos de barreras, las cuales se detallan a continuación: **Barreras Internas:** de enfoque gerencial, conocimiento e información, condiciones financieras, recursos, producción y logística. Y **Barreras Externas:** económicas y políticas, culturales, restricciones y regulaciones en Estados Unidos, restricciones y regulaciones en Perú y, por último, obstáculos al desarrollo del mercado.

Se hallaron dos barreras principales en cuanto al Enfoque Gerencial, las cuales son: inseguridad por parte de los directivos con un 12% y desconocimiento sobre un plan de exportación con un 8%.

Respecto a las barreras de Conocimiento e Información, se hallaron las siguientes limitaciones: falta de conocimiento en el mercado destino sobre los productos que se ofrecen con un 8%, desconocimiento sobre las oportunidades de venta en Estados Unidos con un 40%, información insuficiente del mercado destino con un 56%, reducida cartera de con un 12%, desconocimiento de los pasos necesarios para el proceso de exportación con un 36%, falta de información y conocimiento del lenguaje, costumbres y negocios en Estados Unidos con un 84% y la falta de conocimiento de mercados potenciales con un 40%.

Por parte de las Condiciones Financieras, se hallaron las siguientes barreras: insuficiencia financiera con un 16%, altos costos de transporte y distribución con 4%, falta de inversión en los proyectos exportadores con 32%, falta de financiamiento para la expansión productiva, alta carga tributaria y, por último, incapacidad de controlar los precios dentro del mercado con un 12%.

En cuanto a barreras de Recursos, se encontraron diferentes obstaculizaciones como: escasez tecnológica en los procesos de producción con 16%, falta de personal experimentado y capacitado para la exportación con 48%, falta de capacitación en las actividades operativas con 32% y de recursos necesarios frente a los retrasos dentro de los plazos de recuperación establecidos con un 36%.

En relación a la Producción y Logística, se observan las siguientes barreras: limitadas áreas para la producción de maíz morado (8%), ineficiencia en la capacidad productiva para atender pedidos de mayor volumen (28%), altos costos para la adquisición de fertilizantes de calidad (4%), elevados costos de transporte local (8%), dificultad para encontrar un distribuidor o canales de distribución adecuados (4%), deficiencia para controlar el producto físico (20%) y la disponibilidad de almacenamiento (8%).

En cuanto a las barreras Económicas y Políticas se tiene: el riesgo por la variación de los tipos de cambio de monedas (68%), bajas condiciones económicas en el mercado externo (56%), impuestos y tasas aplicables al producto en Estados Unidos (80%), falta de incentivos gubernamentales para exportar hacia Estados Unidos (32%) y la inestabilidad política en el país de destino (16%).

Respecto a las Culturales, se hallaron las barreras de diferencia lingüística con Estados Unidos (24%), así como los diferentes hábitos de comportamiento de clientes en ese país (72%).

Acerca de las barreras de Restricción y Regulaciones en Estados Unidos, se hallaron las siguientes limitantes: dificultad para cumplir con los requisitos de Aduanas respecto a la documentación de exportación (8%), dificultad para cumplir con los requisitos de entrada solicitados por diversas entidades estadounidenses (72%), así como, el manejo de la Ley del Bioterrorismo por la FDA en el mercado de destino (68%).

Del mismo modo, respecto a las Restricciones y Regulaciones en Perú, se hallaron distintas barreras como: el tiempo para obtener un certificado sanitario por SENASA, el tiempo para obtener un certificado de calidad, el tiempo para obtener un certificado de origen con un 36%, ineficiencia en los programas de asistencia exportadora con un 12% y los pocos beneficios económicos y no económicos que genera la exportación con un 36%.

Por último, en cuanto a los Obstáculos al Desarrollo del Mercado, se hallaron las siguientes obstaculizaciones: elevados costos de transporte y distribución en Estados Unidos con un 80%, localización de un distribuidor o canales de distribución adecuados con un 84%, dificultad para igualar los precios de la competencia en el mercado estadounidense, de igual manera la intensidad de la competencia y el costo de adaptación del producto para el país con un 8%, por último el retraso de los pagos en el extranjero con un 40% y bajas expectativas de rentabilidad con 44%.

Las empresas ya establecidas en un mercado facilitan la distribución de sus productos desde la producción al consumidor final. Los nuevos competidores deben comenzar procesos de negociación con los distribuidores para poner los productos a disposición de los clientes.

El riesgo y la variación del tipo de cambio con un 68% logra una mayor intervención, lo mismo sucede con la mejora de las condiciones económicas en el mercado externo, los aranceles aplicados con un 80%, la falta de incentivos gubernamentales con un 48% y la inestabilidad política con un 44%.

En casi todos los mercados los competidores establecidos han logrado posicionar sus productos y marcas gracias a grandes esfuerzos de publicidad y fidelización. Uno de los factores favorables de las Barreras Internas es la seguridad por parte de los directivos en expandir sus mercados, el principal factor desfavorable es la reducida cartera de clientes en el exterior, igualmente el desconocimiento de mercados potenciales y la falta de personal capacitado en temas de exportación.

En relación a la producción y logística, se logró una menor incidencia respecto a los altos costos para la adquisición de fertilizantes con un 48%, el desconocimiento de canales de distribución con un 52% y la disponibilidad de almacenamiento con un 64%.

Las políticas del gobierno a veces pueden dificultar el ingreso de nuevos participantes a los mercados a través de complicadas leyes y requisitos. Existen ciertas regulaciones medioambientales que producen grandes barreras a las inversiones. Los obstáculos al desarrollo del mercado se mantuvieron presentes con un 53.14% perjudicando la comercialización del producto, como son los altos costos de transporte y distribución, la disposición de canales para la distribución de la mercancía, la complejidad para igualar precios en relación a la competencia y la baja percepción de rentabilidad para lograr sostenibilidad en el tiempo para lo cual se presenta una propuesta de para afrontar las barreras que presenta el maíz morado producido por la asociación productora agrícola e industrial en el mercado estadounidense.

REFERENCIAS

- Angulo, D., & Cabello, K. (2019). “Exportaciones y Crecimiento Económico en Perú: Un análisis de Cointegración (1980–2016). *Repositorio Institucional Universidad Privada del Norte*. <https://hdl.handle.net/11537/23350>
- Arias Gonzales, J., & Covinos Gallardo, M. (2021). Diseño y metodología de la investigación. *University of British Columbia - Vancouver*. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Auccahuaque Naupa, A. M., & Khesht Lanza, Y. A. (2020). Impacto de las políticas gubernamentales en la exportación de la maca peruana en los años 2010 – 2019. *Repositorio Institucional de la UTP*. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/3924>
- Cerna Villanueva, V. E., & Quiroz Caballero, J. A. (2017). Factores limitantes para la exportación de artesanía textil en la Asociación de Artesanos la Collpa-Porcón-Cajamarca – 2017. *Repositorio Digital Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo*. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/787>
- Cerrón Rojas, W. (2019). La investigación cualitativa en educación. *Horizonte de la Ciencia*, 9(17). <https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2019.17.510>
- Chávez, K. (2020). Barreras a la exportación y competitividad en la empresa S&M Foods S.A.C. Barranca 2020. *Repositorio Institucional José Faustino Sánchez Carrión*. <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/4860>
- Chipana, R. (2017). *Factores que inciden en la exportación de mandarina W. Murcott a la República Popular China, en el marco de tratado de libre comercio Perú - China*. (Tesis de grado). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.

- Correa, J., Caycedo, V., Galviz, D., Marín, M., & Echeverri, M. (2017). Factores inhibidores que inciden en la decisión de exportar: una revisión a la literatura. *Revista Espacios*.
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n11/a18v39n11p05.pdf>
- Del Águila, O., & Pérez, M. A. (2020). Barreras que limitan el proceso de internacionalización de las pymes en Latinoamérica entre los años 2010 – 2019: una revisión de la literatura científica (Trabajo de investigación). *Repositorio Institucional Universidad Privada del Norte*. <https://hdl.handle.net/11537/26042>
- Dongo Huanca, M., & Pequeño Arteaga, J. M. (2019). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las PYMES del sector textil y confecciones en Lima Metropolitana. *Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)*.
<https://doi.org/10.19083/tesis/626002>
- Espinoza, N. y Rupa, A. (2018). Análisis de las barreras de exportación en las empresas textiles exportadoras de San Juan de Lurigancho-Lima 2018. Tesis de licenciamiento, Universidad César Vallejo, Lima. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/34959>
- Fanjul, E. (2017). Principales barreras a la internacionalización de la empresa. *Iberglobal*.
http://www.iberglobal.com/files/2021/Barreras_internacionalizacion_B.pdf
- Fernández, C., & Rivera, K. (2018). Análisis de los factores que limitan la Exportación de carne de cuy (*Cavia Porcellus*) hacia el Mercado de Estados Unidos, en el Departamento de Cajamarca, en el Año 2016. *Repositorio Institucional Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo*. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/787>
- Fonseca, R., & Fleitas, V. (2020). Las pequeñas y medianas empresas en Paraguay. Limitaciones para su internacionalización. *Universidad Tecnológica Intercontinental*.

- Fonseca-Feris, R., & Fleitas-Alvarez, V. C. (2020). Small and medium-size companies in Paraguay. Limitations for its internationalization. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 16(2), 294–311. <https://doi.org/10.18004/riics.2020.diciembre.294>
- Gallego Ramírez, L. M., Gallego Quiceno, D. E., Arboleda López, A. P., Garcés Giraldo, L. F., & Sepúlveda Aguirre, J. A. (2017). La influencia de la psicología ambiental en el contexto de la educación en Colombia: el caso del centro de Medellín. *Producción + Limpia*, 12(1), 124–132. <https://doi.org/10.22507/pml.v12n1a13>
- González, C. (2018). Barreras de exportación y estrategias identificadas en los empresarios de la ciudad de Sogamoso, Boyacá. *Universidad Santo Tomás Seccional Tunja*. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/20105/2019nicolasfandi%C3%BA1o.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández Mendoza, S., & Duana Ávila, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 9(17), 51–53. <https://doi.org/10.29057/icea.v9i17.6019>
- Hernández-Sampieri, R., y Mendóza, C. (2018). Metodología de la investigación, las rutas cuantitativa cualitativa y mixta. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill. <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/860/1363>
- Huamán, O., & Tirado, J. (2021). Incidencia de las Barreras al Comercio Internacional en las exportaciones de Aguaymanto Deshidratado de la empresa Campovida Foods, Cajamarca-2021. *Repositorio Digital Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo*. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/2022>

- Iglesias Sánchez, Patricia P., & De las Heras Pedrosa, Carlos (2017). La innovación en la Pyme: Barreras y facilitadores. *Revista de Estudios Regionales*.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=75555464004>
- Iglesias, P. & de las Heras, C. (2017). La innovación en la Pyme: Barreras y facilitadores. *Revista de Estudios Regionales*, 99–131.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=75555464004>
- Koo, W. (2020). Maíz morado Perú Exportación septiembre 2020. En blog: Escritores y escribientes. <https://www.agrodataperu.com/2020/10/maiz-morado-peru-exportacion-septiembre-2020.html>
- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2017). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. *Universidad Autónoma de Barcelona*.
https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf
- Manterola, C., Quiróz, G., Salazar, P., y García, N. (2019). Metodología de los tipos y diseños de estudio más frecuentemente utilizados en investigación clínica. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30(1), 36 - 49.
- Martínez, C. (2018). Investigación descriptiva: definición, tipos y características. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva>
- Mendoza Galván, L., & Quispe Rojas, M. (2017). Barreras a la exportación y la relación con el desarrollo del marketing en las empresas peruanas exportadoras de quinua. *Universidad San Ignacio de Loyola*. <https://repositorio.usil.edu.pe/items/d3730e10-54bb-4c19-b96a-b2ef74f17f0a>
- Minervini, N. (2014). Ingeniería de Exportación. Como elaborar planes innovadores de exportación. *Cengage Learning Editores*.

- Palacios, A., Sánchez, G. (2017). Análisis del Crecimiento de las Exportaciones de Pisco en el Periodo 2013 al 2016. Lima, Perú.
- Pérez, M. A., & Del Águila, O. A. (2020). Barreras que limitan el proceso de internacionalización de las pymes en Latinoamérica entre los años 2010 – 2019: una revisión de la literatura científica. <https://hdl.handle.net/11537/26042>
- Piza, N., Amaiquema, F., & Beltrán, G. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Conrado*, 15(70),455–459.
- Ramos, E. (2020). Exportaciones de maíz morado superaron los US\$ 199 mil en el primer bimestre de 2020. *En blog: Escritores y escribientes*. <https://agraria.pe/noticias/exportaciones-de-maiz-morado-superaron-los-us-199-mil-en-el--21155>
- Rivas, K. (2017). Barreras para la Internacionalización de Empresas de Productos Alimenticios Orgánicos no Tradicionales desde El Cantón Machala hacia el Mercado Exterior. Universidad Tecnológica Empresarial De Guayaquil. <http://181.39.139.68:8080/handle/123456789/213>
- Rivera, F. (2021). Barreras para la exportación en las empresas que exportan productos deshidratados de la región Junín. *Universidad Continental*. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10509/1/IV_FCE_31_5_TE_Rivera_Zu%c3%bliga_2021.pdf
- Rojas, F & Vergara, B. (2018). Plan de negocios de exportación de la antocianina de maíz morado de la empresa, industria y comercio Lambayeque (INCOLAM) para el mercado nutracéutico de estados unidos 2016. (Tesis de grado). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo, Perú.

- Ruiz, A. (2018). Percepción de barreras a la exportación de los empresarios del sector manufactura, rubro fabricación de prendas de vestir del distrito de Cajamarca, año 2018. *Repositorio Digital Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo*. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/786>
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2017). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. RH Sampieri, *Metodología de la Investigación*.
- Sevillano, D. (2017). Barreras a las exportaciones de pimiento fresco al mercado estadounidense desde la asociación agrícola Compositan Alto, Trujillo 2017. (Tesis de grado). Universidad César Vallejo, Trujillo: Perú.
- Shuvanova, E., & Rohulia, O. (2021). The analysis of barriers to entry into the pharmaceutical market of Ukraine. *Research Journal of Pharmacy and Technology*, 6353–6358. <https://doi.org/10.52711/0974-360x.2021.01098>
- Sinkovics, R. R., Kurt, Y., & Sinkovics, N. (2018). The effect of matching on perceived export barriers and performance in an era of globalization discontents: Empirical evidence from UK SMEs. *International Business Review*, 27(5), 1065–1079. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.03.007>
- Soqueiro, J. (2017). Export assistance programmes: differences between advanced and emerging economies. *Universidade de Porto. Oporto, Portugal*. <https://repositorioaberto.up.pt/bitstream/10216/108388/2/226165.pdf>.
- Sy, H. (2019). Barreras Arancelarias: Características, Tipos y Ejemplos. *En Blog: Escritores y escribientes*.

Valera, C, & Viteri, L. (2017). *Propuesta de un Plan Estratégico incluyendo Gestión De Calidad para productores de Maíz Morado del Valle de Condebamba con miras a crear oferta exportable*. (Tesis de grado). Universidad Privada del Norte, Cajamarca, Perú.

Welfens, P. J. J. (2017). An accidental brexit: New EU and transatlantic economic perspectives. *Houndmills, Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan*.

ANEXOS:

ANEXO 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 14

Matriz de Operacionalización de Variables.

BARRERAS EN LA EXPORTACIÓN DEL MAÍZ MORADO EN LA ASOCIACIÓN PRODUCTORA AGRÍCOLA E INDUSTRIAL, CAJAMARCA, DISTRITO DE MATARA, CAJAMARCA, 2020.						
TITULO						
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	SUBDIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM
BARRERAS A LA EXPOTACIÓN	Son componentes que perjudican las condiciones del mercado y la actividad organizacional, asimismo su elevación determina la naturaleza y el instante de las decisiones comerciales que afectan la formación de las tácticas y estrategias de comercialización de la compañía (Shuvanova y Rohulia, 2021)	La recolección de resultados de acuerdo a las dimensiones se realizará a través de una encuesta aplicada a los productores de la Asociación productora agrícola e industrial, Cajamarca en el 2020.	BARRERAS INTERNAS	BARRERAS DE ENFOQUE GERENCIAL	Disposiciones directivas	Actitud pasiva de los directivos
						Concentración de esfuerzo en el mercado local
						Falta de entendimiento para planificación de actividad exportadora
				BARRERAS DE CONOCIMIENTO E INFORMACIÓN	Estrategias de mercadotecnia	Falta de conocimiento de las oportunidades de venta en Estados Unidos
						Información insuficiente del mercado destino
						Reducida cartera de clientes
				Proceso de comercialización en Estados Unidos	Desconocimiento de los pasos necesarios en el proceso de la exportación a Estados Unidos	
					Falta de Información y conocimientos sobre el lenguaje, costumbres y prácticas de negocio en Estados Unidos	

						Falta de conocimiento de mercados potenciales
				BARRERAS FINANCIERAS	Condiciones Financieras	Insuficiencia financiera
						Falta de inversión financiera en los proyectos exportadores
						Falta de financiamiento para la expansión productiva
						Alta carga tributaria
						Incapacidad de controlar los precios por falta de poder en el mercado
				RECURSOS	Experiencia y capacitación	Falta de implementación tecnológica en los procesos de producción
						Falta de personal experimentado y calificado en la exportación
						Falta de entrenamiento y capacitación en las actividades operativas
						Falta de recursos necesarios para hacer frente a los retrasos dentro de los plazos de recuperación razonable
				PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA	Condiciones para la producción	Las limitadas áreas para la producción de maíz morado
						Ineficiencia en la capacidad productiva para atender pedidos de mayor volumen

						Altos costos para la adquisición de fertilizantes de calidad			
						Elevados costos de transporte local			
						Dificultad para encontrar un distribuidor o canales de distribución adecuado			
						Ineficiencia del control de flujo de producto físico			
			Falta de disponibilidad de almacenamiento						
			BARRERAS EXTERNAS				BARRERAS ECONÓMICAS Y POLÍTICAS	Obstáculos económicos en Estados Unidos	Riesgo por la variación de los tipos de cambio de las monedas.
									Deterioro de condiciones económicas en mercado externo

						Impuestos y tasas aplicables al producto en Estados Unidos
						Falta de incentivos gubernamentales para exportar hacia Estados Unidos
						Inestabilidad política en Estados Unidos
				CULTURALES	Barreras de idioma y socioculturales	Diferencia lingüística con Estados Unidos
						Diferentes hábitos de comportamiento de clientes en Estados Unidos
				RESTRICCIONES Y REGULACIONES EN ESTADOS UNIDOS	Requerimientos burocráticos en Estados Unidos	Dificultad para cumplir con los requisitos de aduanas y protección fronteriza de los Estados Unidos respecto a la documentación de exportación.
						Dificultad para cumplir con los requisitos de entrada solicitarlo por diversas entidades estadounidenses.
				RESTRICCIONES Y REGULACIONES EN PERÚ	Requerimientos burocráticos en Perú	El tiempo para obtener un certificado sanitario emitido por SENASA
						El tiempo para obtener un certificado de calidad

						El tiempo para obtener un certificado de origen
					Promoción local para la exportación	Ineficiencia en los programas de asistencia exportadora
			Escasos beneficios económicos y no económicos que genera la exportación			
			Adaptación y Competencia	Elevados costos de transporte y distribución en Estados Unidos		
				Localización de un distribuidor o canales de distribución adecuados.		
				Dificultad para igualar los precios de la competencia en el mercado estadounidense		
				Intensidad de la competencia en el mercado de Estados Unidos		
				El costo de adaptación del producto para el mercado estadounidense		
			Riesgo y retornos	Recolección lenta de pagos		
				Bajas expectativas de retorno/ baja percepción de rentabilidad		

OBSTÁCULOS AL
DESARROLLO DEL
MERCADO

ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 15

Matriz de Consistencia.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	POBLACIÓN Y MUESTRA	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Problema General	Objetivo General				
¿Cuáles son las barreras para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en La Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020?	Determinar las barreras para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020.	Barreras en la exportación	Población: Una asociación de productores de maíz morado con intenciones de exportar sus productos hacia Estados Unidos.	Nivel de Investigación: Aplicada	Técnica: Encuesta

Problemas Específicos	Objetivos Específicos				
¿Cuáles son las barreras de enfoque gerencial para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020?	Identificar las barreras de enfoque gerencial para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020.		Tipo de muestreo: No probabilístico y por conveniencia.		
¿Cuáles son las barreras de conocimiento e información para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020?	Identificar las barreras de conocimiento e información para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020.				
¿Cuáles son las barreras de condición financiera para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020?	Identificar las barreras de condición financiera para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020.		Unidad de análisis: Asociación productora, agrícola e industrial, Cajamarca.	Método: Descriptivo-Transversal	Instrumento: Cuestionario
¿Cuáles son las barreras de recursos para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020?	Identificar las barreras de recursos para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020.				
¿Cuáles son las barreras de producción y logística para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020?	Identificar las barreras de producción y logística para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020.				

<p>¿Cuáles son las barreras económicas y políticas para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020?</p>	<p>Identificar las barreras económicas y políticas para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020.</p>				
<p>¿Cuáles son las barreras culturales para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020?</p>	<p>Identificar las barreras de culturales para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020.</p>				
<p>¿Cuáles son las barreras de restricción y regulación en Estados Unidos para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020?</p>	<p>Identificar las barreras de restricción y regulación en Estados Unidos para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020.</p>				
<p>¿Cuáles son las barreras de restricción y regulación en Perú para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020?</p>	<p>Identificar las barreras de restricción y regulación en Perú para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020.</p>				
<p>¿Cuáles son las barreras al desarrollo del mercado para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020?</p>	<p>Identificar las barreras al desarrollo del mercado para la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca 2020.</p>				

ANEXO 3: FORMATO DE ENCUESTA (ESCALA DE LIKERT)

INSTRUMENTO PARA IDENTIFICAR LAS BARRERAS PARA LA EXPORTACIÓN DEL MAÍZ MORADO, HACIA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE EN LA ASOCIACIÓN PRODUCTORA AGRÍCOLA E INDUSTRIAL, EN CAJAMARCA - 2020.

Estimado participante, la presente encuesta tiene por finalidad recoger su opinión respecto a las barreras para la exportación de maíz morado durante el año 2020. De tal manera que las valoraciones recibidas, permita identificar y determinar aquellos factores que requieran cambios y mejoras en las instituciones gubernamentales y la misma empresa objeto de estudio.

Instrucciones:

Esta encuesta es anónima y personal, se le pide vuestra colaboración colocando una "x" en la valoración que considere apropiada, recuerde que debe marcar en una alternativa para cada ítem propuesto en el cuestionario.

Marque con una "X" según la escala determinada en el cuadro:

4= Siempre, 3 = Casi siempre, 2 = A veces, 1 = Casi nunca,
0 = Nunca

Considere la siguiente pregunta:

En relación a los siguientes enunciados, añada una valoración según la situación descrita se haya presentado en la exportación del maíz morado hacia el mercado estadounidense en la Asociación Productora Agrícola e Industrial, Cajamarca, 2020.

INDICADORES	ITEM	VALORACIÓN				
		0 Nunca	1 Casi nunca	2 A veces	3 Casi siempre	4 Siempre
I. BARRERAS INTERNAS						
Barreras de enfoque gerencial	Inseguridad por parte de los directivos.					
	Falta de interés en expandir sus actividades más allá del mercado local.					

	Desconocimiento sobre un plan de exportación.					
Barreras de conocimiento e información	Falta de conocimiento en el mercado destino sobre los productos que se ofrecen.					
	Desconocimiento sobre las oportunidades de venta en Estados Unidos.					
	Información insuficiente del mercado destino.					
	Reducida cartera de clientes					
	Desconocimiento de los pasos necesarios para el proceso de exportación.					
	Falta de información y conocimiento del lenguaje, costumbres y negocios en Estados Unidos.					
	Falta de conocimiento de mercados potenciales.					
Condiciones Financieras	Insuficiencia Financiera					
	Altos costos de transporte y distribución.					
	Falta de inversión en los proyectos exportadores.					
	Falta de financiamiento para la expansión productiva.					
	Alta carga tributaria.					
	Incapacidad de controlar los precios dentro del mercado.					
De Recursos	Escasez tecnológica en los procesos de producción.					
	Falta de personal experimentado y capacitado para la exportación.					

	Falta de capacitación en las actividades operativas.					
	Falta de recursos necesarios frente a los retrasos dentro de los plazos de recuperación establecidos.					
Producción y Logística	Las limitadas áreas para la producción de maíz morado					
	Ineficiencia en la capacidad productiva para atender pedidos de mayor volumen					
	Altos costos para la adquisición de fertilizantes de calidad.					
	Elevados costos de transporte local					
	Dificultad para encontrar un distribuidor o canales de distribución adecuados.					
	Deficiencia para controlar el producto físico.					
	Falta de disponibilidad de almacenamiento.					
INDICADORES	ITEM	VALORACIÓN				
II. BARRERAS EXTERNAS		0 Nunca	1 Casi nunca	2 A veces	3 Casi siempre	4 Siempre
Barreras Económicas y Políticas	Riesgo por la variación de los tipos de cambio de monedas.					
	Bajas condiciones económicas en el mercado externo.					
	Impuestos y tasas aplicables al producto en Estados Unidos.					
	Falta de incentivos gubernamentales para exportar hacia Estados Unidos.					
	Inestabilidad política en Estados Unidos.					

Culturales	Diferencia lingüística con Estados Unidos.					
	Diferentes hábitos de comportamiento de clientes en Estados Unidos.					
Restricciones y Regulaciones en Estados Unidos	Dificultad para cumplir con los requisitos de Aduanas respecto a la documentación de exportación.					
	Dificultad para cumplir con los requisitos de entrada solicitados por diversas entidades estadounidenses.					
	El manejo de la Ley del Bioterrorismo por la FDA en Estados Unidos.					
Restricciones y Regulaciones en Perú	El tiempo para obtener un certificado sanitario por SENASA.					
	El tiempo para obtener un certificado de calidad.					
	El tiempo para obtener un certificado de origen.					
	Ineficiencia en los programas de asistencia exportadora.					
	Pocos beneficios económicos y no económicos que genera la exportación.					
Obstáculos al desarrollo del mercado	Elevados costos de transporte y distribución en Estados Unidos.					
	Localización de un distribuidor o canales de distribución adecuados.					
	Dificultad para igualar los precios de la competencia en el mercado estadounidense.					
	Intensidad de la competencia en Estados Unidos					

	El costo de adaptación del producto para el mercado estadounidense.					
	Retraso de los pagos en el extranjero.					
	Bajas expectativas de rentabilidad.					

ANEXO 4: BASE DE DATOS DEL INSTRUMENTO APLICADO

Tabla 16

Resultados del procedimiento de recolección de datos.

	BARRERAS INTERNAS																	BARRERAS EXTERNAS																																
	Barreras de Enfoque Gerencial					Barreras de conocim. e inform.					Cond. Financieras					De Recursos					Producción y Logística					Barreras Econ. y Políticas					Cultura				Restr. y Regulaciones en USA.				Restricciones y Regulaciones en Perú				Obstáculos al desarrollo del mercado							
	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16	I17	I18	I19	I20	I21	I22	I23	I24	I25	I26	I27	I28	I29	I30	I31	I32	I33	I34	I35	I36	I37	I38	I39	I40	I41	I42	I43	I44	I45	I46	I47	I48	I49	I50
P1	0	0	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	1	2	1	1	2	2	1	3	3	1	1	3	2	2	2	12	1	2	1	2	2	3	3	3	3	1	1	1	3	1	3	3	2	1	1	2	1
P2	0	0	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	1	2	2	3	1	1	2	3	3	1	1	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2		
P3	0	0	1	1	2	1	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	3	2	2	2	1	4	2	1	1	1	1	2	3	2	2	3	3	3	3	2	1		
P4	1	1	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	4	3	3	3	3	1	2	0	3	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	3	3	2	2	3	
P5	1	0	3	2	2	3	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	2	3	3	2	0	2	2	2	2	1	1	3	3	3	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	2	2	3	3	3	
P6	1	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	0	3	3	2	2	2	1	2	2	0	0	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	2	
P7	0	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	1	2	1	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3		
P8	1	0	3	1	3	3	3	2	3	1	1	1	3	3	3	2	2	2	2	0	1	2	2	1	3	1	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	1	3	3	3	2	2	2	2	2	

P 9	1	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	1	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
P 0	1	1	0	2	2	1	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	1	2	3	2	1	2	1	1	2	1	1	3	3	3	4	2	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	3	3	2	2	2	3	2		
P 1	2	1	2	1	2	1	2	2	3	3	3	4	3	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2			
P 2	1	1	0	3	2	2	3	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	2	3	3	2	0	2	2	2	2	1	1	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	2		
P 3	1	1	0	4	3	3	3	3	2	3	1	1	2	3	2	2	1	3	3	2	2	0	1	2	1	2	1	1	2	2	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3		
P 4	1	0	0	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	1	2	1	1	2	2	1	3	3	1	1	3	2	2	2	1	2	1	2	2	3	3	3	3	1	1	1	3	1	3	3	2	1	1	2	1		
P 5	1	0	0	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	1	2	2	3	1	1	2	3	3	1	1	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
P 6	1	1	0	3	2	2	3	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	2	3	3	2	0	2	2	2	2	1	1	3	3	3	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	2	2	3	3	3
P 7	1	1	1	2	1	1	2	3	2	3	2	1	3	4	3	3	3	3	2	2	1	2	3	1	1	2	1	1	2	2	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	
P 8	1	1	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	3	1	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
P 9	1	2	0	3	2	2	1	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	1	2	2	2	1	3	1	2	2	0	2	3	2	3	4	3	3	3	2	2	2	1	1	1	4	2	3	3	2	2	2	2	3		
P 0	2	0	1	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	1	2	3	3	3	2	1	1	1	2	1	1	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3	2	3	3	2	2	2		

P	2	1	0	2	3	3	1	2	3	3	1	3	3	2	2	3	0	1	3	2	2	1	2	1	2	3	1	2	2	2	2	3	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	3	3	3					
1																																																								
P	2	0	0	1	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	2	1	3	2	1	1	2	2	2	3	1	1	2	1	3	4	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2				
2																																																								
P	2	0	0	4	1	2	3	3	2	3	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	0	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3			
3																																																								
P	2	1	1	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2
4																																																								
P	2	2	1	3	3	2	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2
5																																																								