



FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**“LA OFERTA EXPORTABLE EN PRINCIPALES
EXPORTADORAS PERUANAS DE PALTA
FRESCA OFRECIDA A ESTADOS UNIDOS
DURANTE LOS AÑOS 2021-2022”**

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autores:

Yessica Paola Ludeña Mamani
Brillit Pamela Robles Pacheco

Asesor:

Mg. Walter Christian Bernia León
<https://orcid.org/0000-0002-1963-691X>

Lima - Perú

2024

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	César Eduardo Lavado Bocanegra	43970866
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Roberto Pablo Barraza Lino	40622423
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Willy Aguilar Morante	41245721
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

LA OFERTA EXPORTABLE EN PRINCIPALES EXPORTADORAS PERUANAS DE PALTA FRESCA OFRECIDA A ESTADOS UNIDOS DURANTE LOS AÑOS 2021-2022

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	1library.co Fuente de Internet	3%
2	repositorio.lamolina.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	2%
4	core.ac.uk Fuente de Internet	1%
5	opip.pems.pe Fuente de Internet	1%
6	enciclopediadebiologia.com Fuente de Internet	1%
7	repository.usta.edu.co Fuente de Internet	1%
8	myperuglobal.com Fuente de Internet	1%

DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente trabajo en primer lugar a Dios, por estar con nosotras en cada paso que damos y porque nos mostró el camino correcto y la fuerza para lograr esta investigación.

A nuestros familiares y amigos que nos motivaron y acompañaron de forma incondicional en la realización del presente trabajo de investigación.

AGRADECIMIENTO

Deseamos expresar nuestro sincero agradecimiento a Dios por permitirnos realizar esta investigación y guiarnos en todo nuestro proceso, A nuestras familias y amigos por toda su motivación, por cada consejo y cada una de sus palabras de aliento, por su esfuerzo, dedicación y tiempo, por estar siempre a nuestro lado brindándonos su apoyo incondicional y acompañarnos en este duro y largo trayecto.

TABLA DE CONTENIDO

Jurado calificador	2
Informe de similitud	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento	5
Tabla de contenido	6
Índice de tablas	7
Índice de figuras	9
Resumen	10
Capítulo I: Introducción	11
Capítulo II: Metodología	45
Capítulo III: Resultados	57
Capítulo IV: Discusión y Conclusiones	102
Referencias	115
Anexos	124

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Principales empresas exportadoras peruanas de palta fresca.....	46
Tabla 1: Datos de entrevistados.....	48
Tabla 2: Validación de expertos.....	52
Tabla 3: Entrevista sobre la perspectiva de la exportación de palta fresca a EEUU.....	56
Tabla 4: Entrevista sobre comportamiento de las exportaciones de palta fresca a EEUU ...	57
Tabla 5: Entrevista sobre la particularidad del mercado de EEUU.....	58
Tabla 6: Entrevista sobre la Disponibilidad de Producto – Calidad para la exportación.....	59
Tabla 7: Entrevista sobre Disponibilidad de Producto – Capacidad instalada.....	61
Tabla 8: Entrevista sobre Disponibilidad de Producto –Estacionalidad.....	62
Tabla 9: Entrevista sobre Capacidad empresarial– Crecimiento económico y financiero....	63
Tabla 10: Entrevista sobre Capacidad empresarial– Financiamiento del sector financiero...64	
Tabla 11: Entrevista sobre Capacidad empresarial – Participación de mercado.....	65
Tabla 12: Entrevista sobre Exigencias del mercado– Conocimiento de los colaboradores...67	
Tabla 13: Entrevista sobre Exigencias del mercado– Logística aduanera.....	69
Tabla 14: Entrevista sobre Exigencias del mercado– Cultura Exportadora.....	70
Tabla 15: Entrevista sobre Exigencias del mercado– Competitividad.....	71
Tabla 16: Entrevista sobre Exigencias del mercado– Conocimiento de los colaboradores..72	
Tabla 17: Calendario de cosecha de palta de las principales zonas productoras por región.77	

Tabla 18: Producción de palta fresca por departamentos (2021-2022) en Kg.....	79
Tabla 19: Exportación de palta fresca (2021-2022) de Perú hacia el EEUU.....	81
Tabla 20: Variación porcentual anual de exportaciones de palta fresca a EEUU (2021-2022).....	81
Tabla 21: Participación de exportaciones (FOB) de acuerdo con embarque por puerto (2021-2022).....	83
Tabla 22: Precio promedio de KG de palta fresca por país.....	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Tipos de palta	40
Figura 2: Evolución de exportaciones de palta fresca hacia EE. UU.....	82
Figura 3: Principales empresas exportadoras de palta fresca 2022.....	85
Figura 4: Principales empresas exportadoras de palta fresca 2021.....	85
Figura 5: Principales mercados de exportación de palta fresca 2021.....	86
Figura 6: Principales mercados de exportación de palta fresca 2022.....	87

RESUMEN

La presente investigación titulada **“LA OFERTA EXPORTABLE EN PRINCIPALES EXPORTADORAS PERUANAS DE PALTA FRESCA OFRECIDA A ESTADOS UNIDOS DURANTE LOS AÑOS 2021-2022”**, tiene como objetivo principal describir la oferta exportable ofrecida a Estados Unidos por parte de las principales exportadoras peruanas de palta fresca durante los años 2021 y 2022.

El problema de la investigación es: ¿Cómo fue la oferta exportable ofrecida a Estados Unidos por parte de las principales exportadoras peruanas de palta fresca durante los años 2021 y 2022?

El estudio de investigación realizado se basó en un enfoque cualitativo descriptivo, no experimental y con diseño fenomenológico. Como técnica se empleó el uso de entrevistas las cuales fueron realizadas a las empresas dedicadas al rubro de exportación de palta fresca hacia Estados Unidos durante el periodo 2021 y 2022, además de ello se aplicó el análisis documental, esto con el objetivo de brindar información esencial para describir la oferta exportable de la palta fresca; se hizo uso de los documentos y se analizó la información de las siguientes entidades: Adex Trade, Veritrade, Trademap, Sunat; Midagri y Promperu.

Gracias a este trabajo de investigación, se identificó el impacto positivo generado por los determinantes de la oferta exportable de palta fresca hacia los Estados Unidos como son: La disponibilidad de producto, capacidad empresarial y exigencias del mercado

PALABRAS CLAVES: *Oferta Exportable ; Palta ; Estados Unidos .*

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Actualmente, los consumidores están dispuestos a apostar por un estilo de vida saludable lo que conlleva a adoptar ciertos hábitos que repercute de manera positiva a la salud. Este estilo de vida se lleva a cabo con la práctica de ejercicios y la alimentación saludable. Según Organización Mundial de Salud (1986) el estilo de vida saludable es definida como una forma de vida que se basa en actividades que crean una interacción entre las condiciones de vida en un amplio sentido y los patrones de conducta que son individuales y están determinados por factores socioculturales y características individuales de las personas. Respecto a la alimentación saludable la FAO (food and agricultura organization) la definen como la elección de una alimentación que tenga las propiedades para aportar los nutrientes esenciales y la suficiente energía para que el cuerpo de cada persona se mantenga sano. Entre los nutrientes principales encontramos proteínas, lípidos, agua, minerales, hidratos de carbono y vitaminas. De esta manera se adopta incluir ciertos alimentos en el día a día de la persona, entre estos alimentos tenemos la imponente presencia de los vegetales y las frutas como la palta. Según la Andina (2021) la palta brinda grandes beneficios al ser consumido, porque posee vitaminas, compuestos antioxidantes, y minerales que previenen enfermedades cardiovasculares y la diabetes, entre otros; de los principales nutrientes que brinda esta fruta, resalta las vitaminas D y E, así como el ácido oleico que conforma parte de los componentes de aceites del olivar y los compuestos asociados a una gran actividad antioxidante la cual permite combatir la acción de los radicales libres (responsables de la aparición de enfermedades).

La palta es uno de los frutos más cotizados tanto en el territorio nacional como internacional. Este fruto se clasifica en diferentes tipos de paltas, en las que destaca el consumo de palta que son exportadas como Palta fresca al mercado extranjero. Según el Centro de Investigación de Economía y Negocios Internacionales (2023) los principales importadores de palta fresca son los siguientes países: Estados Unidos ocupando el primer lugar, Países Bajos ocupando el segundo lugar y Francia ocupando el tercer lugar; respecto a los principales exportadores de palta fresca son los siguientes países: México ocupando el primer lugar, Países Bajos ocupando el segundo lugar y Perú en el tercer lugar, según los reportes del año 2022 obtenido de Sunat y Adex Trade.

Duque & Serna (2020) afirman que actualmente el comercio de la palta, conocido internacionalmente como el “oro verde”, se ha convertido en uno de los productos estrella por su gran potencial, puesto que, trae consigo una creciente demanda a nivel mundial lo cual representa una gran oportunidad para muchos empresarios agricultores de palta en el país. Se estima que, entre los últimos años del 2021 al 2022, el consumo global de palta tuvo un incremento significativo, esta demanda se dio gracias al aumento de la capacidad productiva, así como el ingreso de nuevas plantaciones en donde el interés por dicho cultivo ha crecido por los precios atractivos y competitivos, lo que ha llevado a los exportadores a ver en esta fruta una alta demanda hacia los mercados extranjeros.

Maravi (2021) nos menciona que la palta peruana en el transcurso de los años ha convertido al Perú en el segundo mayor productor y exportador a nivel mundial hasta el año 2021, lo que conlleva a la expansión de más hectáreas de palta a nivel nacional. Por otra parte, Promperu (2021) indica que los departamentos de La Libertad, Lima, Lambayeque e Ica son las principales regiones donde se produce palta y estas zonas concentran el 83 % de hectáreas productivas que tiene el país.

Para que se pueda asegurar la calidad se deben considerar las variables claves, como la disponibilidad de agua y la diversificación de mercados. Debido a que, es un fruto que brinda importantes beneficios, tales como, el aporte de ácidos grasos, antioxidantes, vitaminas, minerales, agua y otros aportes muy importantes. Según Miguel Quevedo Valle (2022), Jefe de Senasa menciona “Nuestra labor, además de aperturar nuevos mercados, se enfoca en capacitar y preparar a los productores para que las paltas que producen cumplan los estándares sanitarios y fitosanitarios exigidos por los países importadores; en paralelo, se realiza una vigilancia fitosanitaria permanente, se certifican los lugares de producción y se inspeccionan los envíos destinados a estos importantes mercados. El resultado ha sido positivo, más aún cuando se ha logrado integrar a más pequeños productores en la cadena agroexportadora del país”.

A inicios del año 2006, se celebró el acuerdo de Tratado de Libre Comercio entre Perú y Estados Unidos, el cual trajo consigo un incremento en las exportaciones en los años posteriores. Cabe resaltar que, Estados Unidos es uno de los principales países importadores de palta fresca peruana de las cuales ha representado una mayor demanda, por lo que se ha evidenciado un crecimiento exponencial de las exportaciones de este producto en estos últimos años.

Sin embargo, la crisis sanitaria del COVID-19 en los años 2020 y 2021, que se vivió a nivel mundial tuvo repercusiones que no solo afectó la salud de las personas sino también la economía y las exportaciones. El cierre de las fronteras fue de los mayores problemas que ha tenido el comercio tanto agrícola como otros sectores en el mercado internacional, sus impactos han afectado negativamente los países exportadores, puesto que bajan sus porcentajes y por ende sus ingresos financieros, arriesgándose a perder la producción según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2022)

Sobre el mercado estadounidense , Juan Carlos Paredes (2022) señaló que tuvo un crecimiento considerable del 46% en exportaciones que espera se pueda sostener y mantener, pasando de 85.000 toneladas a 125.000 toneladas, además el autor sostiene que el mercado norteamericano es abastecido por México, resaltando que Estados Unidos es un mercado natural para el comercio de toda la fruta peruana y nuestra palta, además , según los reportes de estudio a ese destino llegó palta fresca peruana de muy buena calidad lo que generó un muy buen augurio.

Según Mincetur (2018) la oferta exportable es definida como un producto competitivo que cumple con la capacidad de abastecimiento para los países extranjeros, así como los estándares de calidad. Respecto a la venta de palta fresca la oferta exportable es una de las razones del crecimiento de la exportación de palta fresca en el mercado extranjero, además del aumento de la producción haber desarrollado la oferta hace que este producto ocupe uno de los principales puestos en exportación y este resultado también se debe al esfuerzo de los empresarios.

Debido a esto, la presente investigación busca describir la oferta exportable en las exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años del 2021 al 2022.

1.2. Justificación

Según Minagri (2010) la oferta exportable se denomina al producto competitivo que cumple con los estándares de calidad y capacidad de abastecimiento continuo en función de los volúmenes requeridos por el importador o comprador en un determinado mercado y en el momento requerido.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) sostienen que, para que la realización de una investigación sea válida, es necesario justificar las razones que impulsan el estudio. De

esta misma manera, señala que un trabajo de investigación no se realiza sin que el investigador no tenga ninguna base, por lo que es de vital relevancia que tenga un propósito definido y que la justificación sea lo suficientemente fuerte para validarla.

Esta investigación se realiza con el fin de describir la oferta exportable ofrecida a Estados Unidos por parte de las principales exportadoras peruanas de palta fresca durante los años 2021 y 2022. El resultado obtenido aportará a las nuevas empresas exportadoras de este fruto a desarrollar una oferta exportable competitiva y adecuada frente a la demanda en el país destino, esto basado en las experiencias de las empresas que actualmente ya ofrecen este fruto a Estados Unidos. Además de ello, identificar y describir las dimensiones de la oferta exportable con la finalidad de ver el impacto reflejado en los años 2021 y 2022.

Asimismo, permitirá profundizar en información que se tiene acerca de temas relacionados a la oferta exportable de la palta fresca peruana, los resultados de la investigación permitirán incentivar a las demás agroexportadoras peruanas y productoras de palta fresca a la exportación empleando las ventanas comerciales que tenemos, abarcar mercados internacionales y abrirnos hacia nuevos mercados sin dejar de lado los que ya se tiene ganado. Finalmente, esta investigación busca evidenciar la aplicación correcta de los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera profesional permitiéndonos la obtención del título.

Según Méndez (2012), menciona que en el estudio de investigación existen tres tipos de justificación, el teórico que se refiere a la investigación donde el propósito de estudio que posee se refleja en generar una reflexión o un debate sobre el conocimiento ya existente, una confrontación de teoría y/o la contratación de resultados; la práctica que se refiere a la investigación cuyo propósito se refleja en proponer estrategias o brinda algún tipo de ayuda para resolver el problema existente, y por último el metodológico que se refiere a la

investigación que tiene como fin brindar nuevos métodos o estrategias para generar confiabilidad y validez en los nuevos conocimientos.

Justificación teórica

Méndez (2012), la justificación teórica se basa en una reflexión sobre los conocimientos existentes y en contrastar los resultados. Esta investigación cumple las características antes mencionadas, debido a que, la información que brindamos mediante este estudio es conformada de otras tesis, artículos informativos, y páginas relacionadas al comercio exterior como Veritrade (Información de comercio exterior de Latinoamérica y el mundo), Adex data trade (Inteligencia Comercial de ADEX referido al Comercio Exterior), Sunat (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria), Midagri (Ministerio de Agricultura y Riego del Perú), Promperu (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo), Trademap (Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas), entre otras; así mismo, se hace mención que mediante estas fuentes de información se realizó la recolección de datos correspondientes para llegar a resultados que serán analizados.

Justificación metodológica

Según Bernal (2010), una justificación metodológica se propone cuando se desarrolla un nuevo método o estrategia que permita obtener un conocimiento confiable, a través de la recolección de datos de fuentes fidedignas, y se obtiene resultados que proporcionan conocimientos verídicos a través de la metodología empleada respecto a la oferta exportable de palta fresca.

Justificación práctica

Según Bernal (2010), se utiliza una justificación práctica cuando esta manifiesta que una investigación ayuda a resolver algún tipo de problema existente o propone estrategias para que al aplicarse aporten una solución. En este caso, la presente investigación cumple con la característica de justificación práctica, debido a que, contiene información sobre la oferta exportable de palta fresca y esta puede servir como base de estrategias para la posible solución de futuros problemas de investigación.

1.3. Antecedentes

García (2022) indica que, los antecedentes de investigación son todos aquellos trabajos de investigación que preceden al que se está realizando, además guarda mucha relación con los objetivos del estudio que se aborda. Es decir, son los trabajos de investigación que se relacionan con el objeto de estudio.

carácter exploratorio - descriptivo,

1.3.1 Antecedentes Internacionales

Castañeda & Mariles (2018) realizaron la investigación titulada “Proyecto de exportación de aguacate Hass del estado de Michoacan a Francia, como oportunidad de negocio (2017)” para optar por el título profesional de Licenciados Relaciones Económicas Internacionales en la Universidad Autónoma del Estado de México. Tuvo como objetivo demostrar la viabilidad y rentabilidad de aplicar una metodología de diagnóstico para la eficiente toma de decisiones sobre la exportación de aguacate Hass hacia Francia, donde optaron por utilizar una metodología de diagnóstico para determinar la toma de decisiones respecto a la exportación de aguacate Hass hacia Francia. Así mismo, el estudio de mercado permitió identificar los requisitos técnicos y financieros para que los productores puedan exportar con éxito el producto y elaborar un procedimiento eficiente para consolidar el

producto elegido en el mercado objetivo. Teniendo como resultado que, establecer una estructuración de un estudio de mercado que es sostenido por una serie de lineamientos recomendaciones técnicas y financieras para la exportación, garantiza que un proyecto sea factible respecto a la exportación de aguacate Hass hacia Francia.

Arias, Montoya y Velásquez (2018) realizó la investigación titulada “Dinámica Mundial del Aguacate” en la Universidad Católica del Norte, Colombia. Tuvo como objetivo principal dar a conocer la dinámica mundial del aguacate en el mundo. Asimismo, la solución que se plantea es desarrollar la oferta exportable porque influye en la internacionalización de la palta Hass en los mercados globales, y ponen como un claro ejemplo al mercado de China, a su vez indican que el mercado de la palta presenta tendencia al año 2022, China es una gran oportunidad comercial, pese a que aún existe una brecha de estudio para que se pueda generar una integración y alternativas sobre la producción de palta, estas pueden estar relacionadas a las condiciones de producción en las áreas de cultivo. Entre tanto, esto permitirá poder comparar la tendencia del mercado de la palta Hass con la palta fresca respecto al uso de la oferta exportable en los últimos años; tanto en precio como en cantidad, y a su vez mantener la tendencia en la internacionalización

Gómez & Pinzón (2019) realizó la investigación titulada “Análisis de oportunidades para la exportación de aguacate Hass de Colombia a Estados Unidos” Para optar por el título de Especialista en Gerencia de Negocios Internacionales en Universidad Santo Tomás, Bucaramanga. El objetivo de la investigación fue analizar las oportunidades para la exportación del aguacate Hass colombiano en el mercado de Estados Unidos. En el aspecto metodológico, la investigación fue desarrollada bajo un enfoque de tipo descriptiva orientada principalmente al comportamiento de características sobre producción de aguacate en Colombia, aspectos del mercado de Estados Unidos para el producto y requisitos que debe

cumplir el mismo, para su ingreso al mercado norteamericano. La investigación tiene un enfoque cualitativo relacionado con los mercados, con exigencias, características del producto que se acompañan de datos estadísticos sobre la producción en Colombia y las importaciones que realiza el mercado de Estados Unidos del aguacate Hass. Así mismo, se utilizan variables numéricas para el análisis de costos. Los resultados obtenidos permitieron determinar que la demanda de aguacate en Estados Unidos se mantiene constante todos los meses del año, sin embargo, por las condiciones climáticas no se puede producir todo el año, al igual que varios de los países exportadores de los cuáles en ocasiones solo cuentan con una floración anual o sus cosechas están limitadas a ciertos meses del año; mientras que, Colombia por ser un país ubicado cerca de la línea del Ecuador, y su variedad de climas hace que se den cosechas en diferentes meses del año en diferentes departamentos, logrando en ocasiones más de una floración por cultivos. El autor concluyó que, la exportación al mercado de los Estados Unidos de aguacate Hass ha roto muchas barreras que se tenían con respecto al ingreso de alimentos, el cumplimiento de normatividad en calidad, higiene y diferentes estándares en Colombia ha hecho que se realice una apertura económica en distintas áreas como el sector agro.

Martínez (2019) realizó la investigación titulada “Modelo de transporte de aguacate (persea americana mill) para México” para optar por el grado de maestro en ciencias en economía agrícola y de los recursos naturales de la Universidad Autónoma Chapingo de México. El objetivo de la investigación fue proponer una mejor planeación de la producción en función de lo que se exporta y lo que se consume a nivel nacional que permita mejorar los desequilibrios del mercado, ya que considera que el manejo de la producción y la distribución actual de la palta no es la adecuada. En el aspecto metodológico, el tipo de investigación que presenta es deductiva, inductiva y de método estadístico, de las cuales se

utiliza como fuente de información la página SIAP (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera), además, se utilizó datos sobre la producción de aguacate Hass respecto al año 2018 y para ello se utilizaron diversas fórmulas para calcular la demanda de ese producto a través de la producción que queda en el país luego de haber realizado la exportación y se suma las otras variedades de aguacate. Los resultados obtenidos según la investigación indican que, con el modelo propuesto se beneficia principalmente a los consumidores, debido a que, con estas mejoras la producción y distribución de palta se realizó de una manera eficaz y homogénea permitiendo precios sostenibles, productos frescos y consumidores satisfechos tanto en el mercado nacional como en el internacional. El autor concluyó que, la elaboración y ejecución de la metodología descrita en la presente investigación es de uso sencillo y fácil manejo, así mismo, se refiere a que la utilización de la programación lineal es muy útil para el cálculo del costo mínimo de transporte respecto al cultivo del aguacate; por último, añade que los centros con mejor ubicación para la producción de aguacate son Michoacán y Morelos, además, los estados con mayor demanda de aguacate son Estado de México, Ciudad de México, Veracruz, Jalisco, Puebla, Guanajuato y Nuevo León.

Castro, Del Pilar & Infante (2020) realizaron la investigación titulada “exportación de aguacate Hass colombiano al mercado de los Estados Unidos” para optar por el título de Especialista en Gerencia de Proyectos en la Universidad Piloto de Colombia (Bogotá D.C.). Tuvo como objetivo ser generadores de emprendimiento y desarrollo poblacional en el departamento de Antioquia – Guarne por la siembra y exportación a E.E.U.U. de Aguacate Hass. Así mismo, el enfoque de investigación es cualitativo, para la recolección de datos se utiliza la implementación documental, a través del análisis documental, análisis de contenido cualitativo y utilizan como instrumento fichas, matriz de análisis para validar la información.

Teniendo como resultado que, el proceso de colaboración requerido para el correcto desarrollo de actividades, permite incrementar el crecimiento social y económico de la región, donde se desarrollan núcleos productivos; y para lograr exportar a Estados Unidos, Colombia debe lograr el propósito de obtener la admisibilidad fitosanitaria del aguacate el cual esta sostenido por el Plan Nacional de Vigilancia de Plagas Cuarentenarias.

1.3.2 Antecedentes Nacionales

Ramos. (2017) realizó la investigación titulada “Influencia de la Oferta Exportable, en las Exportaciones de Cebolla de los Productores del Centro Poblado Menor La Yarada, 2017” para optar por el título de economista con mención a los Negocios Internacionales en la Universidad Privada Antenor Orrego, menciona que las exportaciones de cebolla aumentaron significativamente gracias a la influencia de la oferta exportable como la capacidad instalada, capacidad económica y financiera y capacidad de gestión usando como muestra a 83 productores de cebolla. Finalmente se llega a la conclusión de los productores de cebolla cuentan con un bajo índice de capacidad de gestión ya que lo aplican a su manera y en base a su experiencia. Lo que se sugiere es que se apliquen nuevos estudios de cultura exportadora y de tal manera se aplique a los productores para que los productos a exportar sean de calidad de acuerdo con la necesidad del cliente

Espinoza, C. (2018) realizó la investigación titulada “Principales limitaciones que enfrentan la producción de arándanos en la Región de La Libertad para su oferta exportable al mercado de Estados Unidos” para optar por el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales en la Universidad de San Martín de Porres. Tuvo como objetivo determinar las limitaciones que enfrenta la producción de arándanos en la región de La Libertad para su oferta exportable al mercado de Estado Unidos, donde optaron por realizar un enfoque mixto con alcance exploratorio cualitativo. Así mismo, el

instrumento que realizaron fue la revisión de documentales, entrevistas y cuestionarios estructurados. Teniendo como resultado, que la limitante inversión es el factor que afecta para poder generar una oferta exportable. A su vez, se logró identificar que los entrevistados indican a la inversión como el limitante, ya que para contar con un asesoramiento de calidad y tecnología de punta se requiere el capital suficiente. Por último, el estudio finaliza que las limitaciones que se identificaron en dicha investigación son sometidas a los instrumentos que emplearon, indicando que la producción de arándanos ha tenido mayor crecimiento en La Libertad, lo que logro generar un crecimiento económico.

Aguirre ,L. & Olivares.(2020) realizó la investigación titulada “Elementos de la oferta exportable que influyeron en el incremento de la internalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014-2018” para la optar por el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, menciona que hubo un gran incremento en las exportaciones por parte del país destino China gracias a los elementos de la oferta exportable en los periodos 2014-2018 lo que hace que la internacionalización sea sostenible y viable en el tiempo. Menciona que los elementos de la oferta exportable deben mantenerse y mejorarse ya que permite a las empresas en sus exportaciones tener un alto índice de comercialización hacia el destino de China, al mismo tiempo dar también importancia a las certificaciones ya que son punto clave en las exportaciones y tiene como valor agregado. La presente tesis es una investigación de tipo documental, correlacional y de enfoque cuantitativo y diseño no experimental. Teniendo como población a las empresas exportadoras y de muestra por medio de procedimientos estadísticos se selecciona el 80% de las empresas más representativas que incluyeron a ejecutivos de 11 empresas durante los años 2014-2018.

Ahumada & Elorrega (2020) realizó la investigación titulada “Análisis de la evolución de exportaciones de palta Hass peruana al Reino Unido durante los años 2015 al 2019, Trujillo 2020” para optar por el título en Administración y Negocios Internacionales en Universidad Privada del Norte. El objetivo de la investigación fue analizar el comportamiento de las exportaciones de la palta Hass peruana al Reino Unido, durante los años 2015-2019. En el aspecto metodológico, la investigación fue desarrollada bajo un enfoque de tipo no experimental debido a que no manipula las variables y los datos se obtienen de fuentes de información y se presentan como están, además de ello, es longitudinal porque los datos se toman en diferentes momentos de un periodo, tiene como unidad de estudio la base de datos de exportación de palta Hass al mercado de Canadá durante el periodo del 2019 al 2017. Los resultados obtenidos permitieron determinar el crecimiento de exportación de palta Hass al mercado del Reino Unido se ha dado de una manera extraordinaria siendo el año 2018 el punto más alto respecto a exportación, y mencionan que los factores más importantes que influyen es este crecimiento es el ámbito político y el productivo, el político ,dado que, ambos países salen beneficiados ante este tipo de negocios reduciendo las barreras arancelarias , por lo que, el Perú presente una área productiva y estaciones que favorecen para obtener un alto rendimiento de producción de palta Hass. El autor concluyó que, el crecimiento en las exportaciones de palta Hass es extraordinario. Se puede observar que el crecimiento es constante y rápido, llegando a alcanzar su punto más alto en el año 2018, tanto en exportaciones como en participación a nivel nacional. Si bien es cierto, en el último año analizado (2019), se observa un leve decrecimiento en las cifras de exportaciones, la tendencia se mantiene positiva, esto se explica con las expectativas que ya haya un acuerdo comercial bilateral por entrar en

vigencia, lo que brinda tranquilidad y optimismo a las empresas exportadoras palta Hass peruana.

López (2020) realizó la investigación titulada “Características de la cultura exportadora en los productores de palta Hass en el distrito de Huaylas, Ancash 2020.” Para optar por el título de licenciada en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte en Lima (Perú). El objetivo de la investigación fue describir las características de la cultura exportadora en los productores de palta Hass en el distrito de Huaylas, Áncash (Perú) 2020. En el aspecto metodológico, esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, debido a que expresa sus datos de manera numérica y utiliza un diseño no experimental-transversal, en la cual se apoya para la recolección de datos y obtención de resultados en entrevistas y encuestas. Los resultados obtenidos determina que si posee una capacidad grande de producción de este producto, sin embargo, no han desarrollado una cultura exportadora, debido a que, no cuentan con los factores necesarios para que se lleve a cabo, los factores que considera este trabajo para el desarrollo de una cultura exportadora son los siguientes; la tecnología, la infraestructura y buenas prácticas de cultivo , no obstante, los productores de este distrito se enfocan en vender solo su producto “ la palta” a acopiadores y no tienen una visión exportadora para que este producto sea internacionalizado a través de ellos mismos. El autor concluyó que, si los pobladores contarán con esta cultura exportadora pueden tener una oferta exportable atractiva de la palta para poder comercializar al mercado extranjero, de tal manera que haría su producción más eficiente y tendrían grandes beneficios a través del proceso de exportación.

Valderrama (2020) realizó la investigación titulada “Plan de exportación de palta Hass peruana hacia el mercado italiano” para optar por el grado de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, en la Universidad La Salle Universidad

Arequipa, Arequipa, Perú. El objetivo de la investigación es obtener un plan de exportación de palta Hass peruana hacia el mercado italiano. En el aspecto metodológico, la investigación fue desarrollada bajo un enfoque mixto, ya que se analizan los datos de forma cuantitativa y cualitativa, el nivel de investigación que utiliza es el exploratorio y descriptivo, además utiliza tres métodos de análisis los cuales son el deductivo, analítico y sintético. Finalmente, el autor tuvo como conclusión que un negocio de exportación de un producto debe ser regido un plan de exportación para que se realice con éxito la operación.

La Rosa (2021) realizó la investigación titulada “Estrategias de mercado para fortalecer la exportación de palta Hass (persea americana) de Perú a Estados Unidos” para optar por el grado de Magister Scientia en agro negocios de la Universidad Nacional Agraria La Molina de Lima (Perú). El objetivo de la investigación fue analizar la ventana comercial de la palta Hass (Persea americana) en el mercado americano y proponer estrategias de mercado para fortalecer la participación de los exportadores peruanos e incrementar la rentabilidad a partir del 2020. En el aspecto metodológico, tiene como tipo de investigación es de diseño no experimental en la cual tiene una población conformada por empresas peruanas de palta Hass que suman un total de 189, sin embargo, solo se toman 29 empresarios. Los resultados obtenidos determinaron que la implementación de las estrategias propuestas en el estudio muestra una mejora en las utilidades de las dos asociaciones estudiadas. El autor concluyó que, Estados Unidos es el principal mercado para la exportación de palta peruana, dado a la tendencia de consumo saludable es producto viable y estrella par este mercado, así mismo, menciona que los productores de la Libertad son los que tiene mayor productividad y calidad en este fruto.

Manrique Murillo (2021) realizó la investigación titulada “La oferta exportable en exportadoras peruanas de arándanos ofrecida a países bajos durante los años 2019 y 2020”.

Para optar por el título de licenciada en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte. El objetivo de la investigación fue describir la oferta exportable ofrecida a Países Bajos por parte de exportadoras peruanas de Arándanos durante los años 2019 y 2020. El problema de investigación se visualiza como: ¿Cómo fue la oferta exportable ofrecida a Países Bajos por parte de las exportadoras peruanas de Arándanos durante los años 2019 y 2020? El tipo de investigación es descriptivo, no experimental y transversal. La población está compuesta por los representantes y/o colaboradores de las empresas dedicadas al rubro de exportación de arándanos frescos hacia Países Bajos durante el periodo 2019 y 2020. Dentro de las principales limitaciones para llevar a cabo la investigación, se destaca como principal factor la recopilación de datos, debido a la pandemia global que estamos atravesando; también, el riesgo de que los entrevistados propuestos no puedan rendir la entrevista preparada debido a temas de salud y/o factor tiempo. Se concluyó con el impacto positivo generado por los determinantes de la oferta exportable de arándanos frescos hacia Países Bajos como son: La disponibilidad de producto, capacidad económica y financiera y capacidad de gestión.

Quintanilla (2021) realizó la investigación titulada “Análisis comparativo de los factores de oferta exportable de la palta entre Perú y México en los periodos 2013-2018”. Para optar por el título de licenciada en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Continental (Perú). El objetivo de la investigación fue determinar los factores de la oferta exportable de la palta entre Perú y México en los periodos 2013-2018. En el aspecto metodológico, utiliza el tipo longitudinal, nivel de investigación descriptiva – documental y el diseño no experimental. Su población es conformada por las exportadoras de palta Perú y México, tomando como muestra a las 7 primeras empresas exportadoras de ambos países según la plataforma Veritrade. Los resultados obtenidos a través del análisis

documental fue que se definieron los factores de la oferta exportable describiendo las dimensiones como tecnología productiva, variabilidad del precio internacional, infraestructura logística internacionales acuerdos y convenios internacionales. El autor concluyó que, desarrollando un análisis comparativo de los factores de la oferta exportable de la plata entre Perú y México en los años 2013-2018 se pudo determinar que tecnología productiva, precio internacional, infraestructura logística internacional, acuerdos y convenios internacionales influyen de manera directa en la oferta exportable.

1.4. Bases teóricas

Modelo de la Ventaja Absoluta de Adam Smith («La mano invisible»).

Se caracteriza por la poca regulación del comercio. Aporta como ventaja que cada país puede especializarse en la producción de bienes en los que tiene una ventaja absoluta. La teoría de la ventaja absoluta se centra en la importancia del libre comercio entre los países, con el fin de que la riqueza de las naciones incremente. En este caso, pone como ejemplo que el país “A” que al producir un “x” producto le cuesta más caro producirlo por sí mismo, que comprarlo a un país “B” extranjero. De tal manera que, el país “B” se vuelve proveedor del país “A”, ya que, puede proporcionarle productos a un menor costo. Por último, define a esta ventaja absoluta como la capacidad de producir un bien a un menor costo. Terreros (2022)

Modelo de la Ventaja Comparativa de David Ricardo. Los costes son relativos.

El intercambio es posible y mutuamente beneficioso. La ventaja comparativa hace referencia a que un país debe especializarse en la producción y exportación de aquello que fabrican con un coste más bajo respecto al resto del mundo, en los que son más eficientes que los demás y que llegaran a importar los bienes en los que son más ineficaces y que por

tanto producen con unos costes comparativamente más altos que el resto del mundo. Álvarez (2021)

Modelo Heckscher-Ohlin.

Los países se especializan en la exportación de los bienes cuya producción es intensiva en el factor en el que el país es abundante. El modelo sostiene que si un país posee la abundancia relativa de un factor (trabajo o capital) tendrá una ventaja comparativa y competitiva sobre aquellos bienes que requieran la participación en mayor cantidad de este factor, de tal manera que, los países optan por exportar los bienes que son considerados intensivos en los factores que son abundantemente dotados. Rodríguez (2018)

1.4.1. Definición de la Oferta exportable

Coral (2021) define la oferta exportable como la cantidad de productos que es ofrecida por una región respecto al mercado internacional, que debe cumplir con ciertos requisitos de los cuales se resalta la calidad, precio, certificaciones, entre otros.

Mora Esquivel (2018) define la oferta exportable como el conjunto de requerimientos que debe cumplir para que pueda competir en el mercado internacional, además indica que tiene como objetivo lograr una oferta diversificada y que está relacionada a la capacidad de la empresa en el ámbito económico, financiero y de gestión.

Esquivel (2018) define a la oferta exportable como la capacidad que posee un país para ofrecer un producto al mercado extranjero, de tal manera que cumpla con los requisitos de calidad y sean competitivos frente a otros.

Rozor (2014) define a la oferta exportable como los productos de un país que se encuentran en condición de exportados, dado a que están elaborados en mayor cantidad para cumplir con la demanda internacional. Esta tiene el objetivo de lograr acciones para que sea

una oferta estratégicamente diversificada, teniendo en cuenta la calidad y volumen del producto ofrecido.

Minagri (2021) define a la oferta exportable como la capacidad de las empresas en el ámbito económico, financiero y de gestión. Además, indica que con esta capacidad es importante ya que cumplir con los requerimientos del mercado es más que asegurar los volúmenes del importador. La oferta exportable permite estar al frente de los nuevos requerimientos del mercado global y es vital para las exportaciones:

- Capacidad de disponibilidad de producto: Es necesario que la empresa esté en la capacidad de responder a la demanda del producto o servicio para poder cumplir con la solicitud del cliente
- Capacidad económica y financiera de la empresa: Las empresas necesitan capacidad económica para poder desarrollar las actividades dentro del rubro que se desempeñan. De igual manera, tener una capacidad financiera para poder satisfacer a la inversión y operaciones que realiza.
- Capacidad de gestión: Se explica la necesidad de tener implementado la identidad de la empresa, cultura organizacional y metas definidas a cumplir.

Asimismo, Mincetur (2020) admitió la actualización del Plan Estratégico Nacional Exportador al 2025 (PENX 2025), ya que representa una oportunidad de impulsar el crecimiento sostenible y diversificado de las exportaciones peruanas, dando paso a la expansión y desarrollo a través de alianzas para la comercialización en destino; sin embargo, en el PENX 2025 se visualiza qué intervenciones multisectoriales sean necesarias para mejorar la productividad y la competitividad de la economía, para ello se basa en cuatro pilares fundamentales:

1. Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados

2. Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible
3. Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional
4. Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora

Entre los pilares mencionados, el más notable es el segundo pilar, Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible, esto refiere a que se aprovechen las oportunidades del comercio exterior para la exportación de bienes y servicios con los debidos estándares de calidad internacionales, productores que busquen satisfacer la demanda de los mercados internacionales. En tal sentido, la definición de la oferta exportable radica en el desarrollo del mismo entendiéndose que se define como el conjunto de instrumentos, mecanismos e iniciativas correspondientes orientada a fomentar el desarrollo productivo nacional para hacer propicia la generación y fortalecimiento de una oferta exportable de bienes y servicios competitivos, diversificados, descentralizados y sostenibles.

1.4.2. Definición de Disponibilidad de Producto

Según Rosquez (2020) La disponibilidad del producto hace referencia a la capacidad de una empresa para mantener suficientes productos para satisfacer la demanda de los clientes en el momento pertinente. La disponibilidad adecuada del producto es esencial para mantener la lealtad del cliente, impulsar las ventas y construir una reputación positiva en el mercado.

Calidad para la exportación

Según Mundi (2021) La calidad de exportación es la seguridad de que el producto que se está comercializando está diseñado y creado con materiales de primera calidad y garantiza que no saldrá defectuoso en condiciones naturales. Las grandes marcas y empresas

reconocidas en un sector determinado cuentan con su certificado de calidad de exportación en toda su mercancía que envían al exterior, lo que ha servido para ayuda a consolidarlas en el mercado internacional.

Según Amez (2017) La certificación, es la actividad que consiste en la emisión de documentos que testifiquen que un producto o servicio se ajusta a normas técnicas determinadas. Se debe distinguir entre certificaciones obligatorias y certificaciones voluntarias:

- **Certificación voluntaria:** Es la que solicita voluntariamente el fabricante o suministrador para demostrar e informar al consumidor que su producto o servicio posee ciertas cualidades que han sido certificadas por un organismo independiente de acuerdo con una norma convencional. (Amez, 2017)

- **Certificación obligatoria:** Es necesaria para ciertos productos y servicios que se encuentran regulados en un texto legal. Los productos cuya certificación es obligatoria suelen tener cualidades intrínsecas que los convierten potencialmente peligrosos para la salud, la seguridad o el medio ambiente. (Amez, 2017)

Capacidad instalada

Labraga (2018) La capacidad instalada es un indicador que mide la producción de un país o de un sector para saber cuál es el máximo rendimiento posible que pudiera darse teniendo en cuenta los recursos que hay en un periodo de tiempo. Las empresas que se dedican a fabricar o producir bienes usan el índice de capacidad instalada para saber cuál es la capacidad máxima de producción al que podrían llegar.

Estacionalidad

Según Midagri (2020) La estacionalidad es la repetición de periodos, en el caso de la palta debido a la diversidad de climas y variedades, Perú produce palta durante todo el año, concentrando el 56.3% del total de producción durante los meses de abril a julio. La estacionalidad varía según zona productora siendo la región de la Libertad y Lambayeque de las principales.

1.4.3. Definición de Capacidad Empresarial

Según Organización Internacional del Trabajo (2017) La capacidad empresarial hace referencia a los conocimientos y capacidades, que precisan los empresarios, así como toda aquella persona que cree o posea una empresa, se incluye dentro de los factores de producción conocidos, junto a tierra, trabajo y capital. Dicha capacidad puede definirse como todo el conocimiento, así como las herramientas, que posee un empresario para gestionar y generar riqueza a través de la actividad que ejerce. De esta forma, los empresarios poseen ideas, las llevan a cabo y asumen los riesgos que estos planteamientos conllevan.

Crecimiento económico y financiero

Ruiz Nápoles (2020) El crecimiento económico que se mide por el aumento de la producción total de bienes y servicios total de un país de un año a otro es visto como elemento de juicio para evaluar a la administración gubernamental en muchos países y al bienestar de su población.

Financiamiento del sector financiero

Según el Banco Central de Reserva del Perú (2021) La financiación, o financiamiento, es el acto de proveer dinero y crédito a una persona, empresa u organización, es decir, es la contribución de dinero que se requiere para comenzar o concretar un proyecto,

negocio, adquisición de bienes o para desarrollar alguna inversión. Generalmente las maneras más comunes de obtener la financiación son a través de préstamos o de créditos.

Participación del mercado

Según Pecanha (2021) la participación de mercado se refiere a un porcentaje que es definido como la relevancia de una empresa propia frente a los competidores que pertenecen a la misma industria. Esta participación puede representar un valor del mercado, es decir una parte de los consumidores que prefieren esta marca, el volumen de ventas entre otros aspectos.

1.4.4. Definición de Exigencias del Mercado

Según Midagri (2019) la exigencia del mercado se refiere a los requisitos que cada país posee para que la palta ingrese a sus mercados, entre estos requisitos tenemos la calidad que debe tener el producto, los requisitos sanitarios y fitosanitarios, entre otros según la política que ejerza cada país extranjero

Conocimiento de los colaboradores

Según Guzmán (2022) conocimiento de los trabajadores se refiere al conjunto de habilidades y competencia que tienen los colaboradores que son adquiridas de manera específica en una formación formal, y en una capacidad autodidáctica, donde los conocimientos son utilizados para la resolución de problemas. Estos conocimientos son acompañados al día del trabajador y van aportando a su experiencia.

Logística aduanera

Según Kontarovsky (2021) la logística aduanera es definida como el conjunto de procesos que están encargadas de actividades que tienen como fin optimizar las acciones relacionadas la importación y exportación de mercancías. Esto, llega a ser logrado

simplificando procesos y tramites que hacen que la venta de un producto al mercado extranjero sea más factible y controlado.

Cultura exportadora

Mincetur (2006) define a la cultura exportadora como un nuevo camino para llevar a cabo la exportación de un producto, esta se refiere a adquirir una política que pretende ser capaz de desplazar diversos aspectos como valores, tradiciones, saberes, estilos de vida, praxis empresarial con el fin de enfocar todos sus procesos para propiciar una mejor interacción con el mercado internacional.

Según Modragón (2016) la cultura exportadora es la clave para el éxito de los exportadores, de esta manera lo define como un conjunto de prácticas esenciales que se basa en un correcto y eficiente proceso de elaboración de un bien o servicio, en saber vender el bien y/o servicio que ofrecen, obtener socios estratégicos, crear fidelidad con los clientes, basar sus relaciones comerciales en la confianza y resalta que debe existir un real compromiso de cada integrante de la organización con el negocio.

Competitividad

Según Medeiros, Goncalves & Camargos (2019) la competitividad se refiere a la capacidad que posee una empresa para implementar y crear estrategias que son competitivas, de tal manera que su participación en el mercado internacional se mantenga o aumente de una manera sostenible.

La competitividad se divide en:

- Planificación estratégica, referido al proceso y a su implementación.
- Producción y operaciones, aprovisionamiento logístico, capacidad, mantenimiento, manejo de inventarios, ubicación e infraestructura.

- Aseguramiento de calidad
- Comercialización en el mercado nacional e internacional, competencia y aspectos de negociación.
- Contabilidad, monitoreo de costos y contabilidad.
- Recursos Humanos, capacitación y cultura organizacional.
- Gestión Ambiental, política ambiental de la empresa, estrategia protección medio ambiente.
- Sistema de Información, de entradas, procesos y salidas.

1.4.5. Bases teóricas del producto: Palta

Chávez (2010) nos describe a la palta como un fruto de forma redonda y periforme, sus colores suelen variar entre los tonos verdes, morados hasta llegar al negro. Su pulpa tiene una textura consistente de tonos verde y amarillo, y su contenido de fibra es variable según el tipo de variedad del fruto.

Quispe (2015) en su libro manejo técnico del cultivo del palto, nos menciona que la palta tiene origen en la época Precolombina y que esta se encontraba dispersa en las zonas tropicales y subtropicales del Perú y México. Además, las universidades de Europa y Estados Unidos indican que es un fruto saludable por el gran contenido de nutrientes que posee.

Omar Díaz (2016) señala que este fruto es de fácil cultivo, debido a que, es posible ser cultivado desde un pequeño agricultor hasta por las grandes empresas.

Sierra Exportadora (2017) define a la palta como a una variedad de palta del tamaño mediano el cual pesa entre 200 a 300 gramos con una piel un poco rugosa y de coloración verde, el color se torna negro cuando está madura. La palta se cosecha en todo el Perú y la faena de la cosecha se extiende entre los meses de enero a agosto.

Prohass (2017) nos menciona que la palta es un fruto del palto que es un árbol que se empezó a cultivar en México y Centroamérica. Mucho antes de la conquista española en América el cultivo de la palta se daba entre México hasta Perú, Colombia y Ecuador.

Una de las propiedades más resaltantes de la palta es su sabor exquisito, es por ello, que puede ser utilizado en todo tipo de comidas. Otras propiedades importantes es que contiene vitaminas D y E que funcionan como antioxidantes y disminuyen el colesterol en el cuerpo, de tal manera es considerado un producto con grandes beneficios para la salud.

Beneficios

La palta tiene muchos beneficios como fruto, uno de ellos es el sabor que tiene y que es agradable para el paladar del consumidor. Este fruto es una gran fuente para la preparación de comidas ya que va acompañado perfectamente en cualquier plato, este puede ser utilizado en ensaladas, en platos de fondo e incluso en el desayuno así que es adaptable a cualquier presentación. Los principales nutrientes que destacan en este fruto son las vitaminas D y E, quienes funcionan como antioxidantes. Las vitaminas que aportan son B1, B2, B3 Y B9 quienes tienen mayor importancia en el proceso del embarazo ya que evitan las malformaciones. Adicionalmente posee potasio que funciona como grasa natural saludable, en caso del magnesio es positivo para el buen funcionamiento del sistema nervioso y muscular, y regula los niveles de glucosa en la sangre. Está compuesto de calcio, hierro, zinc y minerales que son favorables para el sistema inmune. A continuación, algunos otros beneficios

- Mantequilla vegetal sana: su pulpa, al ser cremosa, es rica en grasas buenas. Se unta fácilmente, lo que la convierte en una mantequilla vegetal sana y una buena alternativa de la margarina.

- Salud cardiovascular: el aguacate no tiene colesterol y tiende a reducir los niveles de este en sangre, si es que están altos. Se recomienda su consumo para evitar la aterosclerosis (falta de elasticidad de las paredes arteriales) y ciertas enfermedades coronarias, como angina de pecho o infarto del miocardio.
- Grasas saludables: las grasas del aguacate no son saturadas, sino que normalizan los niveles de colesterol al reducir el colesterol LDL (colesterol malo) y aumentar el colesterol HDL (colesterol bueno).
- Excelente para deportistas: es un alimento notable para quienes practican deporte. El aguacate aporta nutrientes muy importantes para casos de sobreactividad muscular, especialmente minerales (potasio y magnesio) de desgaste energético. Además, es rico en lípidos y en carnitina, los cuales ayudan a su aprovechamiento de esta energía.
- Beneficioso para embarazadas: para las mujeres que ya lo están, así como para las que desean estar embarazadas, es recomendable el consumo de aguacate como fuente adicional de energía y de ácido fólico, vitamina que previene partos prematuros y defectos en la formación del cerebro y la médula espinal de un bebé. Por su contenido de vitamina A, además, fortalece los ojos, la piel y los huesos del bebé.
- Excelente para la vista: el aguacate es rico en luteína, pigmento que protege la vista y reduce la posibilidad de desarrollar cataratas.
- Amigable con la piel: con la pulpa del aguacate se suelen preparar mascarillas también se extrae su aceite el cual sirve para nutrir y suavizar la piel.

Variedad de Palta

La palta es una fruta que alrededor del mundo tiene aproximadamente 500 variedades. Las regiones que son utilizadas para la cosecha de palta son La Libertad, Lambayeque, Lima e Ica según informó Minagri. No obstante, es importante mencionar que este fruto es utilizado en la industria para diferentes artículos como snacks, champú, jabones, cremas para la piel y el cabello, entre otros. Mencionamos los tipos de palta existentes en nuestro país.

Hass: En el mercado extranjero es la más comercial, debido a las características que esta presenta especialmente por la dureza de su cáscara que la hace perfecta para el proceso de exportación, además que tiene un sabor muy agradable y una textura suave.

Fuerte: En el mercado nacional peruano, es el tipo de palta que más se consume por su textura cremosa y es extremadamente delicado. Lima es el mayor productor de este fruto, en la sierra de esta región especialmente en Huarochirí.

Lamba Hass: Es una variación de la palta Hass ya que es muy similar sin embargo la diferencia es que este fruto es más ancho, es más grande y el color de piel cuando está madura se torna negro. La recolección de esta palta tarda más tiempo y tiene mayor capacidad de resistencia para tolerar vientos y altas temperaturas

Mendez Hass: Esta palta tiene origen sudafricano, cabe mencionar que es altamente productiva. Su árbol tiene una forma especial para que reciba la adecuada penetración de la luz, es así como su forma es piriforme y triangular. Por último, es recomendable que la poda sea ligera ya que al ser frecuente disminuyen la producción.

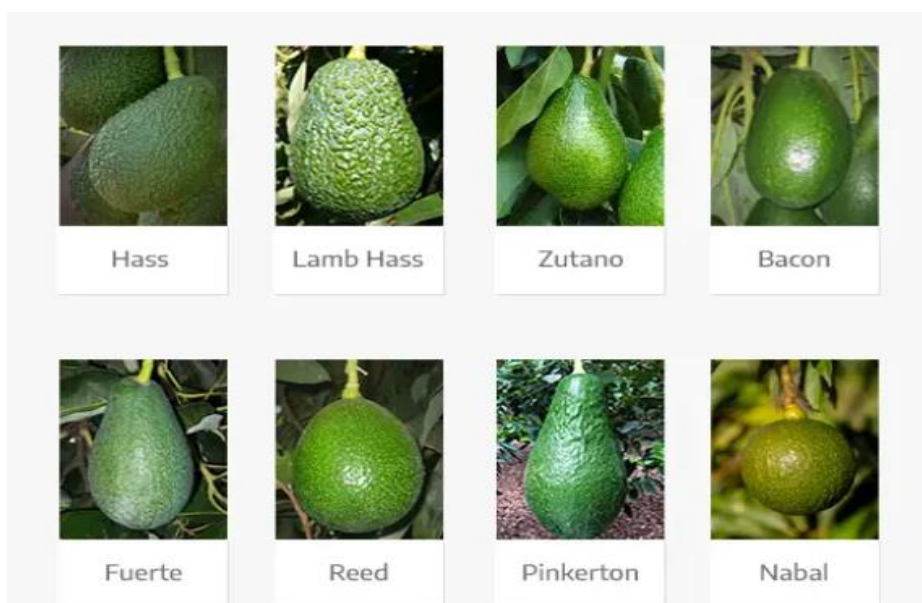
Nabal o Nava: Tiene como característica que se produce en lugares cálidos, y es el tercero respecto a la preferencia del mercado peruano ya que es perfecto para la preparación de ensaladas.

Eddranol: Este fruto presenta una piel rugosa y de color verde. Puede llegar a pesar entre 260 a 300 gramos, es de desarrollo medio. Respecto a su pulpa, tiene un exquisito sabor para el paladar y su contenido ocupa un 22% de aceite.

Ettinger: Este tipo de palta destaca por el agradable sabor de su pulpa, sin embargo, no presenta fibra. Esta palta es uno de los tipos más importantes para el mercado de Israel, por lo que ocupa entre 25% y 30% de la superficie plantada, según informa Midagri.

Zutano: Esta clase de palta se diferencia debido a que si madura de forma precoz. Otra característica que resalta es que presenta un brillo en su forma ovalada. Posee un color verde claro en la cáscara y presenta un sabor suave, llegando a pesar entre 200 y 400 gramos por unidad.

Figura 1. Tipos de palta.



Fuente: Enciclopedia biológica (2022)

Elaboración: Propia

Certificación sanitaria

Senasa (Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú) registró que en el año 2020 se certificaron un total de 31,145 hectáreas para la siembra de palta, en este contexto figuran las regiones de Piura, Lambayeque, La Libertad, Áncash, Lima, Ica, Arequipa, Moquegua, Tacna, Huancavelica, Ayacucho, Apurímac y Cusco. Cabe mencionar que todo esto es posible gracias al gran trabajo que hacen los pequeños sembradores de palta, porque cuidan que sus tierras tengan la menor presencia de plagas. Es por este motivo que esta entidad (SENASA) cumple con hacer respetar los protocolos que son exigidos por los países importadores como China, Japón, Corea del Sur, Estados Unidos, y los países bajos de la Unión Europea, y de esta manera poder ofrecer un producto de calidad con la capacidad de cumplir con todas las exigencias y estándares. Por último, SENASA tiene como objetivo garantizar el control adecuado de las plagas durante la cosecha y siembra de la palta es por ello por lo que se brinda un código único a cada productor para asegurar que la palta que están destinadas a la exportación no representen ningún riesgo sanitario o fitosanitario para el mercado extranjero.

Clasificación arancelaria

Para la elaboración de la presente investigación se determinó la elección de la partida arancelaria de la palta utilizando como fuente la SUNAT dentro del enlace de Tratamiento arancelario por subpartida nacional, siendo esta el número de Partida 0804.40.00.00 perteneciente a la descripción del producto AGUACATES (PALTAS), FRESCAS O SECAS (SUNAT, 2020).

Este es el sistema de clasificación de mercancías en el que se basan los aranceles de los diferentes países pertenecientes a la Organización Mundial de Aduanas, y lo que se pretende es que exista uniformidad en la asignación de la subpartida a nivel de SA, tanto en el país exportador, como en el país importador. Oliveros. (2007).

- Capitulo

08 -Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandias.

- Código armonizado

08.04- Dátiles, higos, piñas tropicales (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.

- Subpartida Nacional

0804.40.00.00 - Aguacates (paltas)

1.4.6. Definiciones adicionales

Veritrade

Según Torres (2018) Es una plataforma digital que ofrece información sobre comercio exterior del mundo. Para obtener data de las exportaciones peruanas utiliza como fuente a la Aduana, pero también cuenta con bases de datos de las importaciones que llegan a los principales puertos de Latinoamérica, USA y Asia. Sus públicos objetivos son: exportadores, importadores, analistas, compradores peruanos y operadores logísticos.

Adex Data Trade

Según Tapia (2018) Es un sistema de inteligencia comercial que ofrece información de comercio exterior, desarrollado por ADEX, está plataforma brinda data recaba de la Aduana peruana. Los productos que ofrece esta plataforma son los siguientes: estadísticas de las exportaciones e importaciones del Perú, boletines bimensuales, información sobre ferias internacionales, publicaciones sobre inteligencia comercial, perfiles de los principales mercados importadores, y los mercados que más demanda realizan por partida arancelaria. Actualmente cuentan con más de 1200 exportadores suscritos al servicio

Siicex

Según Indecopi (2012) Siicex es el Sistema Integral de Información de Comercio Exterior. Es un portal que tiene como objetivo principal ofrecer información sobre el comercio exterior a través de un punto de consulta, el cual va dirigido a organizaciones, empresas, importadores, exportadores, estudiantes, entre otros que estén relacionados al comercio exterior. En este portal podrán encontrar información verídica de una gran variedad de productos, de países, así como de competencias que son necesarias tanto para el importador y el exportador.

Sunat

Según Guerra (2018) La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria es un organismo encargado de recaudar tributos internos, excluyendo los municipales. De esta manera, permite que este recaudo financie los gastos públicos del Estado, así mismo, que sean invertidos en proyectos que están dedicados a mejoras en la ciudadanía como la construcción de carreteras, escuelas, hospitales, comisarias, entre otros, y que también regulen ciertos pagos como sueldos de empleados públicos.

Promperú

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020) la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo es un organismo técnico especializado que goza de autonomía, su función es participar y apoyar en las actividades relacionadas con el desarrollo del comercio, el turismo, las inversiones y la imagen país, promovidas por instituciones públicas y privadas del Perú en el mercado asignado y apoyar las iniciativas del sector privado nacional en la búsqueda de nuevos mercados y la colocación de productos, a través de la participación de productos peruanos en las ferias comerciales internacionales

, además de establecer , mantener y fortalecer la participación y presencia del Perú en las negociaciones comerciales internacionales y de integración .

1.5. Formulación del problema

¿Cómo fue la oferta exportable ofrecida a Estados Unidos por parte de las principales exportadoras peruanas de paltas frescas durante los años 2021 - 2022?

1.2.1. Problemas específicos

- ¿Cuál fue la disponibilidad de producto en las principales exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 - 2022?
- ¿Cómo fue la capacidad empresarial en las principales exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 - 2022?
- ¿Cómo fue la capacidad de gestión en las principales exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 - 2022?

1.6. Objetivos

Describir la oferta exportable ofrecida a Estados Unidos por parte de las principales exportadoras peruanas de palta fresca los años 2021 - 2022.

1.3.1. Objetivos específicos

- Identificar la disponibilidad de producto en las principales exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 - 2022
- Identificar la capacidad empresarial en las principales exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 - 2022

- Identificar las exigencias del mercado en las principales exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 - 2022

1.7. Hipótesis

Según Ramírez (2019), define a la hipótesis como una fase obligatoria en el método científico. Por ende, todo investigador tiene la tarea de formular la hipótesis en su trabajo de investigación, así mismo, una vez que esta sea contrastada, comprobada y refutada con una base metodológica, va a permitir generar un nuevo conocimiento en el proceso de investigación.

Por ende, tomando en cuenta la definición previamente expuesta, de acuerdo con el carácter descriptivo y de tipo cualitativo de la presente investigación, no se formulan hipótesis.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 Tipo y diseño de investigación

La investigación es de tipo básica, según Escudero & Cortez (2017) indica que una investigación básica, pura o fundamental se caracteriza porque se centra en la teoría de los fundamentos, y no en los fines prácticos su finalidad es generar nuevos conocimientos y/o modificar los conocimientos existentes incrementando los conocimientos científicos. Por último, está orientada a descubrir leyes y principios básicos para profundizar los conceptos de una ciencia, siendo el punto de inicial para la investigación de fenómenos y/o hechos.

2.1.1 Enfoque de investigación

La investigación es de un enfoque cualitativo ya que según Mata (2019), el enfoque cualitativo de una investigación se centra en realizar una análisis extenso y profundo así como examinar y especificar datos, para luego generar criterios teóricos; mayormente, en este tipo de investigaciones, no se prueban hipótesis ya que generalmente se analizan una serie de datos no estandarizados, recolectados mediante diversos métodos, sin medición numérica, para darle respuesta a la interrogante de la investigación y proceder a determinar ciertas conclusiones.

2.1.2 Nivel de investigación

Se lleva a cabo un nivel descriptivo, debido a que, se busca explicar una realidad basada en la oferta exportable de la palta fresca. Según Hurtado (2014) infiere que la investigación descriptiva tiene como objetivo la descripción precisa del evento de estudio,

este tipo de investigación se asocia al diagnóstico; el propósito es exponer el evento estudiado, haciendo una enumeración detallada de sus características, de modo tal que en los resultados se pueda obtener dos niveles de análisis; dependiendo del fenómeno o del propósito del investigador; estas investigaciones trabajan con uno o con varios eventos de estudio en un contexto determinado, pero su intención no es establecer relaciones de causalidad entre ellos, por tal razón no ameritan de la formulación de hipótesis.

Tamayo y Tamayo (2016) expresa que una investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos; el enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo, cosa funciona en el presente; la investigación descriptiva se guía por las preguntas de investigación que se formula el investigador; se soporta en técnicas como la encuesta, entrevista, observación y revisión documental.

2.1.3 Diseño de investigación

Por último, se realiza la investigación con un diseño fenomenológico, Muñoz (2018) indica que los diseños fenomenológicos tienen como propósito principal explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común y diferentes de tales vivencias. En este caso se busca analizar la oferta exportable en exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a estados unidos durante los años 2021-2022.

2.2 Población y muestra

2.2.1 Población

Según Arias (2006) la población es un conjunto de elementos que puede ser finito o infinito, así mismo estos elementos comparten características en común, de las cuales serán utilizadas para llegar a conclusiones según sea la investigación.

De la misma manera, Tamayo (2012) define a la población como a la totalidad de un fenómeno en estudio, es decir incluye la totalidad de unidades que forman parte del fenómeno, las cuales deben cuantificarse para llevar a cabo el estudio integrado de un conjunto en específico.

La presente investigación considera como población a las siguientes empresas:

Tabla 1. Principales empresas exportadoras peruanas de palta fresca (2021- 2022)

PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS
PERUANAS DE PALTA FRESCA
AVOCADO PACKING COMPANY
WESTFALIA FRUIT PERU SAC
VIRU SAC
SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A
CAMPOSOL
AGRICOLA CERRO PRIETO

Fuente: Adex data trade (2023)

<https://adexdatatrade.bibliotecaupn.elogim.com/Members/EstadisticaProducto.aspx?partida=0804400000>

Elaboración: Propia

Así como también, considera como población a aquella comprendida por unidades de análisis documental cuyo contenido haga referencia la oferta exportable en exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021-2022, en este caso fueron recopilados de las siguientes entidades: Veritrade (Información de comercio exterior de Latinoamérica y el mundo), Adex data trade (Inteligencia Comercial de ADEX referido al Comercio Exterior), Sunat (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria), Midagri (Ministerio de Agricultura y Riego del Perú), Promperu (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo), Trademap (Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas)

2.2.2 Muestra

Balestrini (2014) manifiesta que la muestra se define como una parte o subconjunto de la población y que son elegidos por medio de algún método de muestreo, el cual, en este caso será el muestreo censal esto ocurre cuando el investigador selecciona los elementos o unidades de población que a su juicio son representativos. Estas muestras son útiles y válidas cuando las investigaciones son de tipo cualitativas, ya que son más económicas y rápidas; de tipo intencional, debido a que la muestra seleccionada fue por criterio del investigador.

Según Lopez P, & Fachelli S. (2015) definen el muestreo censal cuando la cantidad de la muestra es relativamente pequeña, siendo la cantidad del muestreo censal igual que la población.

Para la presente investigación, la muestra fueron 3 empresas agroexportadoras de palta fresca, donde se entrevistará a un representante de comercio exterior por empresa, para la cual se utilizó un muestreo censal y también se considero como muestra para el análisis documental, todos los documentos relacionados a la oferta exportable de palta fresca

obtenidos a partir de bases de datos proporcionadas por las entidades indicadas en la población.

Tabla 2. Datos de entrevistados

AGROEXPORTADORAS	ENTREVISTADOS	CARGO
Westfalia Fruit Perú	Gloria Judith Figueroa	Jefe de logística de exportaciones
Camposol	Eduardo Sandoval Bardales	Jefe de producción agrícolas
Sociedad Agrícola Drokasa	Cesar Valverde	Jefe de operaciones agrícola

Nota. En la tabla podemos observar los datos de nuestros 3 entrevistados, los cuales conforman nuestra muestra.

Elaboración Propia (2023)

Criterios de inclusión

- Especialistas de comercio exterior enfocados en el área de agro exportación.
- Especialistas que cuenten con el conocimiento requerido sobre la oferta exportable de palta fresca.
- Especialistas que pertenezcan a las empresas productoras de palta fresca.

Criterios de exclusión

- Especialistas de comercio exterior que no estén enfocados en el área de agro exportación.
- Especialistas que no cuenten con el conocimiento requerido sobre la oferta exportable de palta fresca.
- Especialistas que no pertenezcan a las empresas productoras de palta fresca.

2.3 Técnicas e instrumento de recolección y análisis de datos

Según Hernandez & Danae (2020), las técnicas e instrumentos de recolección de datos son necesarias para llevar a cabo una investigación y tener éxito en la obtención de resultados. Así mismo, indica que llevar de manera adecuada la recolección de datos y escoger el método para esta misma es una tarea necesaria para todo investigador. La recolección de datos es considerada como una precondition para la obtención del conocimiento científico. El instrumento de recolección de datos está dirigido a crear condiciones para la medición de la investigación.

2.3.1 Técnica

Sampiere (2014) Las técnicas de recolección de datos son herramientas y procedimientos que utiliza un investigador para poder obtener información y conocimientos respecto a la investigación en interés. Así mismo, esta se utiliza siguiendo protocolos que son establecidos según la metodología elegida. En este caso, para nuestra investigación, la técnica de recolección elegida fue la entrevista y el análisis documental.

Según Troncoso & Amaya (2016), la entrevista es considera una técnica para recolección de datos que es utilizada en el tipo de investigación cualitativa, esta herramienta es eficaz para dar a conocer significaciones que provienen de los discursos, relatos y experiencias de los entrevistados. De esta manera, se aborda a cada sujeto de manera individual. Es por ello, que el texto tiene como objetivo tener una guía práctica y coherente para que los resultados sean los más acertados posibles.

Según Baena (2017), el análisis documental es considera una técnica para recolección de datos, el cual consiste en la búsqueda de una respuesta en específico a través de la

indagación de documentos, los cuales pueden ser libros, publicaciones periódicas, documentos de archivo, estadísticas, sistema de información computarizadas, entre otros, para así poder recolectar los datos que el investigador requiera según la variable que se está estudiando.

2.3.2 Instrumento

Según Chávez (2015) los Instrumentos de Investigación son los medios que utiliza el investigador para medir el comportamiento o atributos de las variables. Entre estos se pueden mencionar: los cuestionarios, entrevistas, escalas de clasificación, entre otros.

El instrumento que se aplicó en nuestra investigación será la guía de entrevista y la guía de análisis documental, debido a que, se adapta a la técnica de recolección de datos y al enfoque de la investigación.

Para el instrumento de guía de análisis documental, se utilizaron los siguientes documentos:

- 1.-Perfil de mercado de palta fresca en Estados Unidos (Ministerio Relaciones Exteriores)
2. Principales empresas exportadoras de palta fresca (Veritrade y Adex Data Trade)
3. Análisis de mercado de palta fresca (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego)

Estos documentos fueron buscados en las instituciones como Veritrade (Información de comercio exterior de Latinoamérica y el mundo), Adex data trade (Inteligencia Comercial de ADEX referido al Comercio Exterior), Sunat (Superintendencia Nacional de Aduanas y

Administración Tributaria), Midagri (Ministerio de Agricultura y Riego del Perú), Promperu (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo), Trademap (Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas), entre otras.

2.3.3 Validez del instrumento

Según Chávez (2015) indica que la validez es la eficacia con que un instrumento mide lo que se pretende. Por su parte, Hernández (2016), define la validez como el grado en que un instrumento realmente pretende medir la validez. Lo cual permite concluir que la validez de un instrumento se encuentra relacionada directamente con el objetivo del instrumento.

Para efectos de la validación del instrumento cuestionario acudimos a juicio de expertos, conformado por 3 docentes especialistas de la Universidad Privada del Norte, encargados de validar nuestro instrumento, quienes apoyaron con la revisión del instrumento y su adaptación, mediante un formato de evaluación, donde aportan sugerencias sobre la consistencia, coherencia, claridad y suficiencia de cada una de las preguntas diseñadas para posteriormente ser corregido , al tratarse de una entrevista no se tiene confiabilidad.

Tabla 3. Validación de expertos

Expertos	Comentario
Walter Bernia León	Válido, aplicable
Randolf Ñiquen Levy	Válido, aplicable
Aldo Medina Gamero	Válido, aplicable

Nota: Expertos que validaron la guía de entrevista.

Elaboración Propia (2023).

2.4 Procedimiento de recolección de datos

Para cumplir con los objetivos específicos establecidos en el capítulo I de la presente investigación, se considera necesario emplear la técnica de entrevista y análisis documental.

2.4.1. Entrevista

Para el caso de la entrevista se procedió con la elaboración y coordinación con los entrevistados que conforman nuestra muestra; dichas entrevistas se llevan a cabo de manera virtual a través de diversas herramientas digitales como video conferencia o llamada telefónica. Durante las entrevistas, primero se le explicó a los entrevistados el motivo de estas con el fin de que tengan conocimiento de que la información brindada forma parte de una investigación de tesis la cual será totalmente confidencial y esta será utilizada exclusivamente para fines académicos; posteriormente se desarrollaron las entrevistas con una serie de preguntas brindando la oportunidad de que cada entrevistado pueda expresar su opinión o punto de vista, finalmente con la información obtenida, se procede a agradecer a cada entrevistado por sus respuestas y tiempo.

Una vez realizada la entrevista, se procederá con la transcripción de todas las respuestas de los expertos en exportación de palta fresca, después se analizará la opinión de cada entrevistado respecto a cada punto expuesto en la entrevista, por lo que se tendrá en cuenta la revisión de la información que permite identificar y analizar la variable; la información será recolectada, organizada, clasificada y resumida, para luego ser mostrada en los resultados finales de esta investigación

2.4.2. Análisis Documental

Según Tamayo (2018) el análisis documental es una técnica que busca recolectar datos de fuentes secundarias, es decir, libros, informes, revistas, periódicos, boletines, etc. para así poder recolectar los datos que el investigador requiera según la variable que se está estudiando.

En esta investigación se procedió con la búsqueda y recolección de información documental y bibliográfica, las cuales están enfocadas en tratar las dimensiones tales como disponibilidad de producto, capacidad empresarial y exigencias del mercado, utilizándose como fuentes principales las páginas de Veritrade (Información de comercio exterior de Latinoamérica y el mundo), Adex data trade (Inteligencia Comercial de ADEX referido al Comercio Exterior), Sunat (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria), Midagri (Ministerio de Agricultura y Riego del Perú), Promperu (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo), Trademap (Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas).

2.4.2.1. Procedimiento

La investigación que se lleva a cabo es definida como descriptiva, por ello se intenta recolectar información referente a las dimensiones a tratar, tales como cantidades en valor FOB y peso de exportaciones del tema en cuestión y factores que tengan impacto en las mismas. A continuación, se detalla cómo se recolecta la información.

La investigación se llevó a cabo de acuerdo a los siguientes pasos:

1. Investigaciones sobre la situación de la oferta exportable en las principales exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos en el período 2021 - 2022.

2. Descarga de la data de exportaciones de palta fresca obtenida a través de la Sunat Y Adex Data Trade.

3. Tratamiento de datos obtenidos de la data, cantidades en kilogramos y valor FOB, exportados de palta fresca a los Estados Unidos en los años 2021 y 2022.

4. Armado de tablas para definir la variación porcentual entre años, y así poder visualizar el crecimiento anual.

5. Análisis de los datos adicionales e información provista por las diferentes páginas de investigación tales como: Veritrade (Información de comercio exterior de Latinoamérica y el mundo), Midagri (Ministerio de Agricultura y Riego del Perú), Promperu (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo), Trademap (Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas).

La entrevista elaborada se hizo en base a 14 preguntas que están destinadas a recolectar información de las empresas exportadoras de la palta fresca. Una vez obtenida las respuestas de los encuestados, se procede a elaborar un cuadro comparativo de las respuestas por pregunta de las exportadoras seleccionadas para finalizar con una interpretación del cuadro, tal como se detalla en los siguientes pasos:

1. Identificar que información es relevante obtener de las exportadoras para el presente trabajo de investigación.
2. Elaboración y agrupación de preguntas por cada indicador seleccionado.
3. Recolección de respuestas de los encuestados.
4. Elaboración de tablas (cuadros comparativos), para indicar las respuestas de cada exportadora por pregunta.
5. Interpretación de cada tabla.

Aspectos éticos

En el presente trabajo de investigación se utilizó la normativa APA 7ma edición para las referencias bibliográficas con ello se puede validar la información y las fuentes utilizadas reconociendo los derechos y propiedad intelectual de los diferentes autores. Así mismo, la información recolectada se llevó a cabo con transparencia y veracidad; es decir, durante el proceso de tratamiento de la base de datos obtenida, no se manipulan cifras ni se toma en cuenta información falsa.

El desarrollo de la presente investigación se lleva a cabo con transparencia y veracidad; es decir, durante el proceso de tratamiento de la base de datos obtenida de las paginas antes mencionadas, no se manipulan cifras ni se toma en cuenta información falsa.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Según Hurtado (2010) define el análisis e interpretación de datos como las técnicas de análisis que tienen como objetivo relacionar, interpretar y buscar un significado a la información recolectada que esta expresada en códigos verbales e icónicos.

El objetivo de este capítulo es dar respuesta a nuestra problemática general ¿Cómo fue la oferta exportable ofrecida a Estados Unidos por parte de las exportadoras peruanas de palta fresca durante los años 2021 - 2022? Según lo mencionado en el capítulo II, el instrumento utilizado para la recolección de datos fue la guía de entrevista semiestructurada, la cual se realizó a 3 miembros especialista en el tema. Cada entrevista estuvo compuesta por un total de 14 preguntas; de las cuales, las 3 primeras fueron para recabar información sobre la perspectiva que se tiene de las exportaciones de palta fresca a EEUU; adicionalmente, se realizaron 11 preguntas relacionadas a nuestras dimensiones e indicadores.

Adicional a esto también fue utilizado como instrumento el análisis documental con la cual se recolecto información de diferentes documentos de entidades tales como Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria (SUNAT), Ministerio de Agricultura y Riego del Perú (MIDAGRI), Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU), Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas (TRADEMAP) e Inteligencia comercial de Adex (ADEXTRADE).

3.1 Descripción de resultados

Con la finalidad de tener un mejor manejo y practicidad de la información, se han codificado los nombres de los entrevistados de la siguiente manera:

Entrevistado 1 (E1): En referencia a Gloria Judith Figueroa, Jefe de logística de exportaciones en Westfalia Fruit Perú.

Entrevistado 2 (E2): En referencia a Eduardo Sandoval Bardales, jefe de producción Agrícola en Camposol.

Entrevistado 3 (E3): En referencia a Cesar Valverde, Jefe de operaciones agrícola en Sociedad Agrícola Drokasa.

A continuación, se precisan las respuestas obtenidas por nuestros entrevistados, basadas en las dimensiones analizadas con respecto a la oferta exportable en exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021-2022.

3.2 Tabla de resultados

Preguntas generales – Perspectiva de la exportación de palta fresca a EEUU

Tabla 4: Entrevista sobre la perspectiva de la exportación de palta fresca a EEUU

	Pregunta	E1	E2	E3
	En base a su experiencia. En la actualidad ¿Cuál es la perspectiva que se tiene de la exportación de palta fresca peruana hacia Estados Unidos?	Nosotros tenemos la expectativa que Perú se convierta en el principal distribuidor de palta fresca para este mercado, si bien es cierto en esos años hemos crecido en cuanto a las exportaciones de este fruto, aún tenemos como competidor directo a México.	La palta fresca se ha convertido en uno de los frutos más solicitados a nivel mundial esto es gracias a los grandes beneficios que brinda y por el consumidor que opta por incluir alimentos saludables a su dieta diaria debido a la tendencia de alimentación sana. En el caso de Estados Unidos es un mercado viable para la exportación de la palta fresca y es el mayor importador en la actualidad de este.	Estados Unidos es uno de nuestros principales mercados, ya que es el mayor importador de palta fresca a nivel mundial por la alta demanda que este tiene en sus consumidores.

Elaboración Propia (2023)

Interpretación:

Según los tres entrevistados, están de acuerdo que Estados Unidos es el país que más importa palta fresca a nivel mundial, y que es un mercado atractivo para los exportadores de este fruto, así mismo indican que Perú se encuentra entre los principales exportadores y tiene como competencia directa a México.

Tabla de resultados

Preguntas generales – Comportamiento de las exportaciones de palta fresca a EEUU

Tabla 5: Entrevista sobre el comportamiento de las exportaciones de palta fresca a EEUU

	Pregunta	E1	E2	E3
	¿Cuál ha sido el comportamiento de las exportaciones de palta fresca hacia los Estados Unidos?	Nuestra empresa exporto un promedio de 41,000 toneladas aproximadamente en el 2021 el cual hizo un valor del uso de 2 mil contenedores, este representó un crecimiento del 30% respecto al año anterior. En el año 2022 se vendió un promedio de 228 mil dólares al mercado estadounidense.	Según los reportes de venta en el año 2021 se exporto un valor de 23 millones de dólares ocupando el segundo lugar de exportadoras, y Estados Unidos es el país que importó el 41.5% de las exportaciones totales respecto a este año. En el año 2022	La empresa vendió en el año 2021 46 millones de valor FOB por exportación de palta fresca a estados Unidos, y en el año 2022 se vendió un promedio de 874 millones de valor FOB al mercado extranjero en general.

Elaboración Propia (2023)

Interpretación:

El E1 menciona que en el año 2021 tuvo una venta de 41 mil toneladas y en el año 2022 vendió un promedio de 228 mil dólares, el E2 menciona que en el año 2021 vendieron un valor de 23 millones de dólares, el E3 menciona que en el año 2021 vendió 46 millones en valor FOB y en el año 2022 se vendió 874 millones de dólares FOB.

Tabla de resultados

Preguntas generales– Peculiaridad del mercado de EEUU

Tabla 6: Entrevista sobre la particularidad del mercado de EEUU

	Pregunta	E1	E2	E3
	¿Qué tiene de particular el mercado de Estados Unidos para que las exportaciones de este fruto sean destinadas en su mayoría hacia él?	Este mercado es muy atractivo para cualquier país productor de palta fresca, ya que tiene una alta demanda de este fruto, debido a que el consumidor lo a adaptado a su día a día.	Estados Unidos es un mercado muy atractivo, porque las importaciones están creciendo de manera exponencial “la palta fresca” de ser un producto exótico se ha convertido en un producto más frecuente, ya que el consumidor estadounidense utiliza este fruto para su día a día.	Estados Unidos es uno de lo países que posee un alto interés por la importación de palta fresca, ese fruto lo utilizan en diversas formas, ya sea en el área de salud, alimentación, belleza entre otros, debido a los grandes beneficios con el que cuenta.

Elaboración Propia (2023)

Interpretación:

Los tres entrevistados mencionan que Estados Unidos es un país que tiene mucho potencial como importador de palta fresca ya que actualmente es el país que más importa palta fresca a nivel mundial y se ha vuelto un fruto muy popular entre sus consumidores por los grandes beneficios que aporta.

Disponibilidad de Producto – Calidad para la exportación

Tabla 7: Entrevista sobre la Disponibilidad de Producto – Calidad para la exportación

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3
<p>Calidad para la exportación</p>	<p>¿Cuáles son los requisitos que deben poseer la palta fresca para ser exportados a Estados Unidos?</p>	<p>Los trámites aduaneros que utilizamos para exportar palta fresca Hass son básicamente el certificado de SENASA, el cual nos permite certificar que nuestra área de cultivo no contiene ningún tipo de plaga, así mismo también nos piden el BILL OF LADING es un documento internacional que es básico para llevar a cabo la exportación de un producto debido a que, funciona como un contrato entre el importador y exportador, en este documento se detalla el tipo de mercancía, quien es el vendedor, la compañía naviera, es decir detalla lo que lleva la carga. Existen varios requisitos que nos piden para la exportación de palta fresca Hass, en las que solicitan de manera general son el GLOBAL GAP, que certifica que las prácticas para la siembra sean las correctas y el HACCP, que certifica las buenas</p>	<p>Los trámites aduaneros en manera general se pueden clasificar en tres tipos, las certificaciones para campo, para planta, y empaque entre otros. Además, estas certificaciones dependen del país al que se vaya a exportar.</p> <p>De manera general las certificaciones que son imprescindibles para lograr una exportación son:</p> <p>Certificado de Senasa, el cual se encarga de certificar planta y campo</p> <p>Bill of Lading, en el cual se detallan el peso, valor, cantidad, tipo de producto.</p> <p>De acuerdo con los requisitos sanitarios y fitosanitarios tenemos principalmente a</p> <p>GLOBAL GAPP: esta certificación garantiza que las prácticas agrícolas sean las correctas; por ejemplo, que la</p>	<p>Los trámites aduaneros que utilizamos para la exportación de palta fresca, ya que es un producto de la Categoría de Riesgo Fitosanitario, se debe de tener el certificado Fitosanitario emitido por parte de SENASA, el cual debe de ser tramitado en la VUCE además del BILL OF LADING siendo este un documento importante de una exportación por vía marítima porque actúa como contrato de transporte.</p>

		<p>prácticas dentro de la planta y la seguridad de los trabajadores. Otros documentos que solicitan son de acuerdo con el tipo de cliente y las políticas que utiliza su país.</p>	<p>palta fresca no utilice pesticidas</p> <p>HACCP: verifica las buenas prácticas, que la planta esta ordenada, que no represente algún tipo de peligro para el trabajador, que no presente peligro de contaminación.</p> <p>IFS: que es una norma internacional de calidad</p> <p>Otras certificaciones que ven los temas sociales, ambientales, sostenibles.</p> <p>Por último, tener en cuenta que en ocasiones cada proveedor presenta un certificado en específico.</p>	
--	--	--	--	--

Elaboración Propia (2023)

Interpretación:

Los tres entrevistados nos indican que entre los requisitos principales para la exportación deben contar con el certificado de SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria) el cual permite certificar que el área de cultivo y de planta que no contenga ningún tipo de plaga y el BILL OF LADING (Guía de carga) el cual funciona como un contrato entre el importador y exportador, en este documento se detalla el tipo de mercancía, especificaciones, características, peso, valor y cantidad, siendo importante el cumplimiento de estos.

Disponibilidad de Producto – Capacidad instalada

Tabla 8: Entrevista sobre Disponibilidad de Producto – Capacidad instalada

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3
Capacidad instalada	¿Cómo ha sido el crecimiento del volumen de producción en la empresa en los años del 2021 y 2022? En ese mismo periodo ¿Entre cuánto osciló los precios de exportación de este fruto en precio FOB por Kg?	Los precios que se han manejado durante esos años oscilan entre los 3.71 y 1.76 dólares americanos aproximadamente por kilo durante el 2021 y 2022.	Respecto a los precios expresados en valor FOB por kg para el 2021 tenemos un aprox de 3.74 dólares americanos y en el 2022 tenemos un aprox de 1.78 dólares americanos.	Los precios de palta fresca por kg variaron durante esos años entre 1.5 y 3.5 dólares americanos.

Elaboración Propia (2023)

Interpretación:

El E1 indica que el precio de la palta fresca vario de 1.76 a 3.71 dólares entre el 2021 y 2022, el E2 indica que el precio fue de 1.78 y 3.74 dólares entre el 2021 y 2022, y el E3 indica que el precio varió de 1.5 a 3.5 dólares.

Disponibilidad de Producto –Estacionalidad

Tabla 9: Entrevista sobre Disponibilidad de Producto –Estacionalidad

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3
Estacionalidad	<p>¿De qué manera impacta la estacionalidad en la producción de palta fresca?</p> <p>¿En qué meses se cuenta con una estacionalidad favorable para la exportación del mismo?</p>	<p>Nuestra empresa, es una de las compañías que exporta palta fresca durante todo el año y tiene siembra por 10 meses seguidos cada año aproximadamente lo cual nos puede asegurar junto con los reportes de ventas que estamos entre las principales empresas exportadoras de palta fresca. En el año el año 2021 respecto a las ventas generales obtuvo una participación de 7.37% y en el 2022 fue de 6.21%.</p>	<p>Camposol inicia sus actividades en Trujillo y la temporada de cosecha se da entre los meses de mayo y agosto, siendo el pico más alto de producción entre quincena de junio a la quincena de Julio. En el caso de los factores que afectan la cosecha se considera a la sequio y humedad que presentan algunas regiones.</p>	<p>Un factor limitante de la cosecha de palta fresca es que los agricultores no cuentan con los recursos económicos suficientes para realizar el cultivo de palta fresca, tampoco disponen de acceso a créditos para incrementar sus volúmenes de siembra y cosecha de palta fresca. El mejor periodo de cosecha de la palta fresca es entre marzo a agosto, aunque igual podemos encontrar este fruto durante todo el año.</p>

Elaboración Propia (2023)

Interpretación:

El E1 menciona que su empresa exporta todo el año y tiene un periodo de siembra de 10 meses, el E2 indica que su temporada de cosecha es de mayo a agosto, y que la producción más alta es en junio y julio, el E3 menciona que su periodo de cosecha es de marzo a agosto.

Capacidad empresarial – Crecimiento económico y financiero

Tabla 10: Entrevista sobre Capacidad empresarial– Crecimiento económico y financiero

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3
Crecimiento económico y financiero	¿Cómo ha sido la rentabilidad de la empresa en los años del 2021 y 2022 respecto a la exportación de palta fresca?	(Se abstuvo de contestar esta pregunta)	De manera general, respecto a la rentabilidad de la empresa en el 2021 la EBITDA creció en un 29% respecto al año pasado con un ingreso ante de impuestos con un valor de 25,5 millones de dólares americanos.	(Se abstuvo de contestar esta pregunta)

Elaboración Propia (2023)

Interpretación:

De los tres entrevistados el E1 y el E3 no brindo información y el E2 indicó que el EBDITA del 2021 (beneficios antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización) creció en un 29% respecto al año pasado con un ingreso de 25.5 millones de dólares.

Capacidad empresarial – Financiamiento del sector financiero

Tabla 11: Entrevista sobre Capacidad empresarial– Financiamiento del sector financiero

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3
Financiamiento del sector financiero	¿Tienen acceso a créditos del sector financiero? ¿Hacen uso del mismo?	(Se abstuvo de contestar esta pregunta)	En el sistema financiero estamos bastante bien, nosotros pagamos las rentas y la declaración anual, no hemos tenido ningún problema financiero de ninguna naturaleza con relación a las exportaciones.	Actualmente tenemos una cartera diversificada de productos, la empresa tiene suficiente ingresos como para no manejar líneas de crédito a largo plazo, las cuales son usadas para proyectos de inversión .

Elaboración Propia (2023)

Interpretación: Los tres entrevistados mencionan diversas respuestas acerca del acceso a créditos en el sector financiero, el E1 se abstuvo de contestar la pregunta, el E2 indica que se encuentran bien en el sistema financiero y el E3 indica que la empresa tiene suficientes ingresos y que por lo pronto no manejan líneas de crédito a largo plazo.

Capacidad empresarial – Participación de mercado

Tabla 12: Entrevista sobre Capacidad empresarial – Participación de mercado

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3
Participación de mercado	De los principales exportadores a Estados Unidos, Uds. ¿En qué posición perciben que están? ¿Qué porcentaje representaron de las exportadoras peruanas de palta fresca durante los años 2021 y 2022?.	Nuestra empresa, es una de las compañías que exporta palta fresca durante todo el año y tiene siembra por 10 meses seguidos cada año aproximadamente lo cual nos puede asegurar junto con los reportes de ventas que estamos entre las principales empresas exportadoras de palta fresca. En el año el año 2021 respecto a las ventas generales obtuvo una participación de 7.37% y en el 2022 fue de 6.21%.	Según los reportes de las ventas, nosotros nos encontramos entre las primeras 5 empresas peruanas exportadoras de palta fresca. En el año 2021 obtuvimos una participación de 5.13% respecto a las ventas totales de palta fresca al extranjero, y en el año 2022 obtuvimos una participación de 5.41% respecto a las ventas totales de palta fresca al mercado extranjero.	Nosotros tuvimos una participación en el mercado extranjero con la exportación de palta fresca en el año 2021 con 6.68% y en el año 2022 con 5.20%.

Elaboración Propia (2023)

Interpretación:

Los tres entrevistados mencionan diversas respuestas acerca de la posición en la que se encuentran y el porcentaje que representan de las exportadoras peruanas, el E1 menciona que se encuentra dentro de las principales empresas exportadoras de palta fresca con una participación de 7.37% en 2021 y 6.21% en 2022, el E2 menciona que se encuentra dentro de las 5 principales empresas peruanas exportadoras de palta fresca y el E3 mencionan que tuvieron una participación en el mercado extranjero de 5.20% en 2022

Exigencias del mercado – Conocimiento de los colaboradores

Tabla 13: Entrevista sobre Exigencias del mercado– Conocimiento de los colaboradores

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3
<p>Conocimiento de los colaboradores</p>	<p>En base a su experiencia ¿Cuán importante en la toma de decisiones y la gestión, es contar con personal capacitado o con experiencia en agroexportadoras o negocios internacionales?</p>	<p>Tener al personal capacitado, es un punto esencial en nuestra empresa, y en este caso siempre buscamos a personal con previa experiencia en el mundo gro ya que de esta manera se encuentra familiarizado para que pueda operar en el área deseada.</p>	<p>Respecto a la gestión para contar con personal capacitado es realmente importante ya que nuestros colaboradores son la base de la elaboración de operaciones que son dirigidas a través de un líder por cada área. Este personal debe tener estudios y conocimiento del sector agro como base principal, y luego ser capacitado para el área postulado. Conocimiento básico en inteligencia comercial.</p>	<p>Se podría decir que este tema es muy importante, ya que la toma de decisiones se va a ver reflejada en el resultado final, si no se toma bien las decisiones en plena producción lamentablemente tu producto final va a tener alguna complicación, en nuestro caso las decisiones las llevo de la mano con el personal de calidad y producción. Es sumamente importante contar con gente capacitada, ya que ellos son parte pieza fundamental en la empresa, contar con personal que ya tenga experiencia con el sector agro o sea a fin de negocios internaciones.</p>

Interpretación:

Los tres entrevistados mencionan diversas respuestas acerca la importancia en la toma de decisiones y si es indispensable contar con personal capacitado o con experiencia , el E1 menciona que tener personal capacitado es un punto esencial en la empresa por ello buscan personal con experiencia previa, el E2 menciona que contar con personal capacitado es realmente importante ya que son la base de la operaciones y el E3 menciona que la toma de daciones se ve reflejada en el resultado final además considera que es importante contar con gente capacitada en el rubro .

Exigencias del mercado – Logística aduanera

Tabla 14: Entrevista sobre Exigencias del mercado–Logística aduanera

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3
Logística aduanera	¿Qué operaciones logísticas requiere considerar para la exportación de la palta fresca a Estados Unidos?	Actualmente es un punto clave para llevar a cabo nuestras operaciones, ya que tenemos que tomar en cuenta respecto a los costos del flete ya que esto afecta de manera directo nuestro precio final y también considerar los retrasos en los arribos pueden ir en contra las condiciones en que se desea que llegue el fruto.	En el tema logístico lo que se busca es que el fruto llegue en las condiciones que el cliente está solicitando, por eso cada proceso es importante, desde el momento de la selección del fruto, el empaquetado el medio de transporte, las condiciones en que se transportan, para que llegue en óptimo estado.	La operación logística para la exportación de frutos es muy importante que el proceso sea eficiente, en este caso con la palta fresca necesitamos ser exigentes porque es fruto que esta propenso a sufrir daños durante el envío, es por ellos que se envían en las mejores condiciones.

Elaboración Propia (2023)

Interpretación: Los tres entrevistados consideran que las operaciones logísticas al momento de exportar la palta fresca es un punto clave en el cual se busca que el fruto llegue en las mejores condiciones, considerando que cada proceso es importante desde la selección de la fruta, pasando por el empaquetado y etiquetado hasta la llegar al país destino.

Exigencias del mercado – Cultura exportadora

Tabla 15: Entrevista sobre Exigencias del mercado– Cultura Exportadora

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3
Cultura Exportadora	¿Qué actividades implementan para desarrollar la cultura exportadora en la empresa?	Adoptar una cultura exportadora es importante porque sigues un plan estratégico para llevar a cabo tus objetivos, en este caso nos enfocamos en trabajar con una tecnología que nos permita llegar a los mercados más lejanos.	Buscamos siempre innovar, seguimos invirtiendo en mejoras de lo que ya tenemos, esa es nuestra cultura empresarial, todos en la empresa tratamos de innovar y de hacer las cosas mejor, pensando siempre en la calidad del producto.	La cultura exportadora que adoptamos es tener una buena gestión para la toma de decisiones, en la cual están involucradas todas las áreas. Además de ello contamos con un área de marketing que está basada en feria internacionales en todo en el mundo, tratamos de estar en todas partes para aumentar la oferta exportable.

Elaboración Propia (2023)

Interpretación: Los tres entrevistados consideran que para implementar la cultura exportadora en la empresa es importante llevar un plan estratégico para llevar a cabo los objetivos teniendo una buena gestión para tomar de decisiones además de contar con un área de marketing para realizar ferias internacionales llegando a mercados más lejanos.

Exigencias del mercado – Competitividad

Tabla 16: Entrevista sobre Exigencias del mercado–Competitividad

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3
Competitividad	¿Qué estrategias de promoción y negociación utilizan para diferenciarse de la competencia mundial?	Debemos diversificar nuestros mercados, es decir explorar nuevos mercados al que podamos tener acceso, e incrementar nuestras campañas de promoción o incluso alárgalas y que sean dirigidas con un correcto marketing para que pueda llegar a todos los puntos deseados.	<p>Considero que, para incrementar la exportación de palta fresca, debemos incrementar nuestra cartera de clientes, e invertir en nuevos mercados para que nuestro producto sea bien recibido por nuestros nuevos clientes.</p> <p>Además de ello, estudiar mejor el mercado, participar constantemente de las ferias para ello nos hemos apoyado en FROMPERU en algunos casos y en otros casos hemos ido solos porque esa era la única manera de darnos a conocer.</p>	Nosotros tenemos el principal objetivo tener una marca sólida, que nos pueda diferenciar de los demás competidores. Lo principal es repotenciar el marketing con respecto a la exportación de palta fresca si bien PROHASS (Asociación de Productores y Exportadores de Palta Hass del Perú,) es encargada de brindar apoyo a los productores y exportadores, se necesita que se fomente más el consumo de la palta fresca.

Elaboración Propia (2023)

Interpretación:

Los tres entrevistados indicaron que las estrategias de promoción y negociación que usan para diferenciarse de la competencia son: invertir en nuevos mercados, incrementar la campaña de promoción a través del marketing, participar constantemente de ferias internacionales

Exigencias del mercado – Conocimiento de los colaboradores

Tabla 17: Entrevista sobre Exigencias del mercado– Conocimiento de los colaboradores

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3
<p>Conocimiento de los colaboradores</p>	<p>¿De qué forma se comparte conocimiento a los colaboradores, del mercado exportador de palta fresca ?</p>	<p>Nosotros buscamos que nuestros colaboradores se sientan lo más cómodos posibles en nuestra compañía y que de esta manera tengan un alto nivel de rendimiento, es por ello que la selección de personal es importante para que ya vengan con una noción de exportación y a través de las constantes capacitaciones se logran los resultados esperados.</p>	<p>Nosotros buscamos a talentos que estén interesado en el sector agro, por lo que solicitamos que tengan estudios a fines de este sector, ya sea en el ámbito de negocios internacionales, administración e ingeniería agroindustrial, entre otros. Una vez seleccionado y elegido a nuestros futuros colaboradores se brindan capacitaciones para que tengan el mejor rendimiento en el área reclutada. Respecto, al conocimiento de palta fresca para los nuevos colaboradores pasan diversos filtros y tienen un encargado que ya tiene la experiencia del área.</p>	<p>Inicialmente, contamos con colaboradores que ya tengan noción con la agroexportación y aquí se refuerzan los conocimientos que se brindan en las capacitaciones.</p>

Elaboración Propia (2023)

Interpretación:

Los tres entrevistados indicaron de qué forma comparten conocimiento a los colaboradores, nos mencionan que es importante las constantes capacitaciones para lograr resultados esperados, además de tener experiencia y estudios afines en el sector para una fácil adaptación y un mejor rendimiento en la empresa.

Perspectiva de la exportación de palta fresca peruana hacia Estados Unidos

De las preguntas abiertas que fueron formuladas se pudo conocer que en primera instancia la oferta exportable de la palta fresca ha sido positiva en el mercado de Estados Unidos, debido a que, según las respuestas dadas por los entrevistados, este país tiene un gran potencial importador de este fruto porque posee a un consumidor que está adaptado a la tendencia de consumir productos saludables, en el cual la palta ha obtenido un gran protagonismo. Así mismo, Estados Unidos es reconocido como el importador número uno a nivel mundial por lo que las exportadoras peruanas tienen un mercado asegurado, sin embargo, Perú no es el mayor proveedor de palta fresca para este país, el que ocupa el primer lugar como exportador de palta fresca a Estados Unidos es México, este país es la competencia directa de las exportadoras peruanas. No obstante, según las respuestas de las 3 exportadoras entrevistadas se evidenció un crecimiento positivo respecto a la exportaciones de palta fresca a Estados Unidos durante el año 2021 al año 2022, en este contexto el E1 mencionó que en el año 2021 vendió 41 mil toneladas y en el año 2022 vendió un promedio de 228 mil dólares, el E2 mencionó que en el año 2021 vendieron un valor de 23 millones de dólares, el E3 mencionó que en el año 2021 vendió 46 millones en valor FOB y en el año 2022 se vendió 874 millones de dólares FOB.

Finalmente, se concluye que la perspectiva de las exportaciones de palta fresca a Estados Unidos durante los años 2021 al 2022 se ha dado de una manera positiva, según lo evidencia las tres exportadoras peruanas.

Disponibilidad del producto

De las preguntas respecto a la disponibilidad del producto en el primer indicador tenemos a la calidad de exportación en la cual la información recolectada de los tres entrevistados se basa en los requisitos principales que se necesita para llevar a cabo la

exportación es contar con el certificado de SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria) y el BILL OF LADING (Guía de carga). El segundo indicador tenemos a la capacidad instalada la cual se refiere a la capacidad máxima de producción que posee una empresa, en este caso las preguntas para los entrevistados fueron enfocados a los precios que se ofrecía este fruto durante los años 2021 al 2022, en el cual E1 indica que el precio de la palta fresca vario de 1.76 a 3.71 dólares entre el 2021 y 2022, el E2 indica que el precio fue de 1.78 y 3.74 dólares entre el 2021 y 2022, y el E3 indica que el precio varió de 1.5 a 3.5 dólares. Por último, indicador tenemos a la estacionalidad, la cual se refiere al tiempo de cosecha de la palta fresca que utiliza cada exportadora, en las cuales El E1 menciona que su empresa exporta todo el año y tiene un periodo de siembra de 10 meses (no indica meses de cosecha), el E2 indica que su temporada de cosecha es del mes de mayo al mes de agosto, y que la producción más alta en es en junio y julio, el E3 menciona que su periodo de cosecha es desde el mes de marzo al mes de agosto.

Capacidad económica y financiera de la empresa

De las preguntas con respecto a la capacidad económica y financiera de la empresa que fueron formuladas a los entrevistados se pudo conocer que en los últimos años respecto a la exportación de palta fresca ha sido positiva, porque cada año se ha notado significativamente el aumento de kilos exportados a Estados Unidos además de ello se exportó en valor FOB alrededor de 268 millones de dólares. También se pudo apreciar que las empresas grandes como los agroexportadores mencionados anteriormente, buscan socios estratégicos para poder afrontar las exportaciones y tener mayor productividad.

Las exportaciones hacia Estados Unidos durante los años 2020 y 2021 han sido muy favorables y constantes, porque nos colocan como primeros en el ranking con respecto a las

exportaciones, generando en estos años un crecimiento en las empresas de este rubro. Finalmente, se rescata que la mayoría de las empresas entrevistadas hacen uso del sector financiero, es decir lo utilizan para fines de poder sustentar producciones en temporadas de cosecha o para inversiones en favor de ello.

Exigencias del mercado

Con respecto a las exigencias del mercado que fueron formuladas a los entrevistados se pudo identificar que es de suma importancia contar con colaboradores capacitados y con estudios previos en el rubro, donde es vital tener el conocimiento sobre el manejo de este producto (palta fresca), sobre la documentación y todos los procesos que tiene que pasar para que se pueda cumplir con los procesos de calidad, es clave contar con un factor humano lo cual asegura el éxito en una empresa. Las capacitaciones que se brindan al personal de una empresa son constantes para que puedan tener los mejores resultados durante todo el año; asimismo, el área de logística es la encargada de abastecer al área de producción para que este almacene un producto óptimo y de calidad. En referencia a la cultura exportadora se observó que las empresas exportadoras necesitan herramientas de comunicación que se puedan implementar en el área de marketing con el fin de participar en ferias internacionales para poder aumentar la oferta exportable; asimismo, tener una mayor capacitación sobre el comercio exterior para poder ofrecer precios justos y competitivos para mantener satisfechos a los clientes. Las empresas entrevistadas dieron a conocer que su estrategia de venta radica en las ruedas de negocios internacionales, donde los representantes de ventas viajan, y está dentro de su plan de marketing poder invitar a sus clientes potenciales a visitar sus instalaciones, permitiéndoles así conocer más de acerca del producto a exportar lo cual favorece al cierre de grandes negocios y contratos internacionales.

Análisis documental

Para determinar la oferta exportable en exportadoras peruanas de palta fresca a Estados Unidos en el período de 2021 al 2022, se revisaron y filtraron bases de datos de la Veritrade, Adex data trade, Sunat, Midagri, Promperu, Trademap, entre otras;

Se buscó determinar la disponibilidad del producto, capacidad empresarial y exigencia del mercado, para lo cual, se realizó un análisis de los datos obtenidos, elaborándose los siguientes informes:

3.3.1. Disponibilidad de producto

Calidad para la exportación

Los requisitos que requieren la palta fresca para cumplir con las exigencias de calidad son: el producto debe estar libre de enfermedades; en un estado de madurez apropiado; no poseer olores o sabores extraños; libre de materias extrañas (polvo, hojas, ramas, piedras, etc.); sin heridas abiertas o no cicatrizadas en el fruto; sin podredumbres; exenta de signos de sobre madurez; libre de daño por helada; exenta de desorden fisiológico; libre de daños por animales y exenta de quemaduras de sol severas.

Según Indecopi (2014), las paltas deberán ser de aspecto característico de la variedad. No deberán tener defectos, salvo aquellos superficiales muy leves, siempre y cuando no afecten el aspecto general del producto, su calidad, estado de conservación y presentación del envase. Deben presentar pedúnculo intacto.




Indecopi (2014), las paltas también se clasifican por el peso del fruto, el envase y según el mercado de destino. La norma NTP 011.018 establece la relación entre peso y calibre de las

paltas para su exportación a los mercados de la Unión Europea y de Estados Unidos de Norteamérica.

Estacionalidad

Tabla 18. Calendario de cosecha de palta de las principales zonas productoras por región

Regiones	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Nacional	4.6%	4.80%	8.70%	13.50%	16.70%	15.20%	10.90%	7.20%	4.10%	4.30%	4.60%	5.40%
La Libertad	1.30%	1.50%	9.40%	15.40%	18.60%	21.40%	9.10%	6.70%	5.70%	4%	3.70%	3.20%
Lambayeque	0.30%	0.70%	1.30%	33%	32.90%	23.20%	5.10%	0.10%	0.00%	0.10%	3.20%	
Ancash	11.90%	13.50%	13.80%	13.30%	12.50%	9%	5.50%	3.40%	2.60%	2.80%	3.70%	7.90%
Piura	2.80%	2%	12.40%	34.20%	31.20%	3.50%	0.80%	0.20%	1.90%	3%	4.60%	3.40%
Lima	1.10%	2.20%	5.30%	13.70%	20.20%	18.50%	18%	8.90%	5.20%	3.10%	2.20%	1.40%
Ica	0%	0.50%	5.40%	12.70%	20%	19.80%	21%	18.10%	2.40%	0.10%	0.00%	0%
Arequipa	5.90%	12.10%	15.60%	12.90%	16.70%	14.60%	9.60%	4.20%	0.50%	1.70%	0.10%	6.10%
Ayacucho	7.30%	9%	10.10%	10.90%	10.20%	9.50%	8.20%	6.90%	6.20%	6.30%	7.40%	8%
Moquegua	1.80%	4.40%	13.90%	19.30%	20.70%	15.60%	9.80%	5.70%	4%	3.10%	1.10%	0.70%
Cusco	10.50%	8.30%	6.40%	10%	29%	11.70%	5.8%	0.80%	0.20%	1.20%	5.30%	10.80%
Apurímac	10.20%	16.90%	16.40%	16.80%	11.30%	7.80%	8.40%	7.20%	3.20%	1.60%	0.10%	0.10%
Junín	14.20%	8.70%	9%	7.60%	5.80%	2.20%	1.70%	1.70%	2.80%	12.50%	15.10%	18.60%
Loreto	10.20%	11.40%	11.30%	7.50%	4.90%	5.50%	3.90%	4.80%	5.80%	7.40%	12.00%	15.40%
Huánuco	7.60%	6.10%	3.50%	2.10%	2.50%	1.50%	1.60%	4.80%	11.40%	20.60%	21.80%	16.50%

Leyenda: Cosecha alta  Cosecha media  Cosecha baja 

Fuente: minagri – siea

Elaboración: propia

Según esta tabla, se puede observar que la estacionalidad en la temporada con alta cosecha en el país, son entre los meses de marzo a agosto. Siendo la región de Ayacucho que presenta cosecha durante todo el año, exceptuando a los meses de agosto, setiembre y octubre. Los departamentos que también presentan la mayoría de los meses de cosecha son Ancash, Junín y Loreto, quienes presentan cosecha durante 7 meses del año respectivamente como figura en el cuadro.

Regiones productoras

Perú se ubica como el tercer productor de palta fresca, con un porcentaje del 8.6% de la producción mundial. La mayor producción se da en las regiones de La Libertad, Lambayeque, Ayacucho, Áncash, Lima, Ica, Arequipa, Apurímac y Huancavelica. Son 39.645 hectáreas de palta fresca s ubicadas en un total de 17 regiones del país.

En el 2021, la producción de palta fresca de Perú se incrementó en cerca de un 20% en comparación con el 2020, alcanzando las 483.000 toneladas. Según Fernando Cillóniz Benavides proyecta que, en el 2022, las exportaciones peruanas de palta fresca crecerán en volumen alrededor del 20% respecto al año anterior, superando las 600 mil toneladas.” Hay muchas plantaciones nuevas de palta en todo el país y especialmente en los valles costeros y en las partes altas de las quebradas, rumbo a la sierra, como Huaytará y Castrovirreyna (provincias de Huancavelica), por lo que las exportaciones de esta fruta seguirán creciendo”

Según varios estudios, en el año 2022 en el mes de junio se registró un incremento de exportación de palta fresca debido a que esta incrementa su producción según la INEI, señalando que esto se debe las condiciones climatológicas que posee el país, por esto motivo según el análisis de esta entidad el crecimiento de esta producción se registró en 13 departamentos destacando la región de La Libertad (30,8%) e Ica (12,9%) que obtuvieron el 58,3% del total de producción nacional. Después tenemos a Pasco (42,5%), Tacna (29,4%), Huánuco (26,1%), Arequipa (24,0%), Cajamarca (16,8%), Apurímac (14,8%), Moquegua (14,2%), Ucayali (12,6%), Ayacucho (11,6%), Junín (9,3%) y Áncash (4,5%).

Según la Asociación de Productores de Palta del Perú, en 2021 se han plantado 5.000 ha más. Por lo tanto, es muy poco probable que se produzca un parón en el crecimiento constante.

Tabla 19. Producción de palta fresca por departamentos (2021-2022) en Kg

DEPARTAMENTOS	2021	2022
LA LIBERTAD	254962	265162
LIMA	133439	155934
ICA	94366	122272
LAMBAYEQUE	125765	164862
JUNIN	61423	8218
ANCASH	38283	44753
AYACUCHO	47040	64420

AREQUIPA	19612	24080
----------	-------	-------

Fuente: Sunat (2023)

Elaboración: Propia

3.3.2. Capacidad Empresarial

Crecimiento económico

Para determinar el crecimiento económico de las exportaciones de palta fresca ofrecida a Estados Unidos en el período de 2021 al 2022, tanto en valor FOB como en el peso neto, se revisaron y filtraron bases de datos de la SUNAT, ADEXTRADE, TRADEMAP, MIDAGRI,

Se buscó determinar el comportamiento de las exportaciones, para lo cual, se realizó una sumatoria anual de los datos obtenidos y se elaboró la tabla 20; una vez establecidos los valores, se determinó la variación porcentual anual dentro del periodo estudiado, tal y como se puede observar en la tabla 21. Para esto, se aplicó la siguiente ecuación:

$$V\% = \frac{(Vf - Vi)}{Vi}$$

Donde:

V%: Variación Porcentual

Vf: Valor Final

Vi: Valor Inicial

Tabla 20. Exportación de palta fresca (2021-2022) de Perú hacia el EEUU

Detalle	2021	2022
FOB (US\$)	200,074,805	268,004,126
PESO NETO (Kg)	92,814,830	134,524,320

Fuente: Sunat (2023)

Elaboración: Propia

Tabla 21. Variación porcentual anual de exportaciones de palta fresca a EEUU

Detalle	2021-2022
FOB (US\$)	33.95%
PESO NETO (Kg)	44.94%

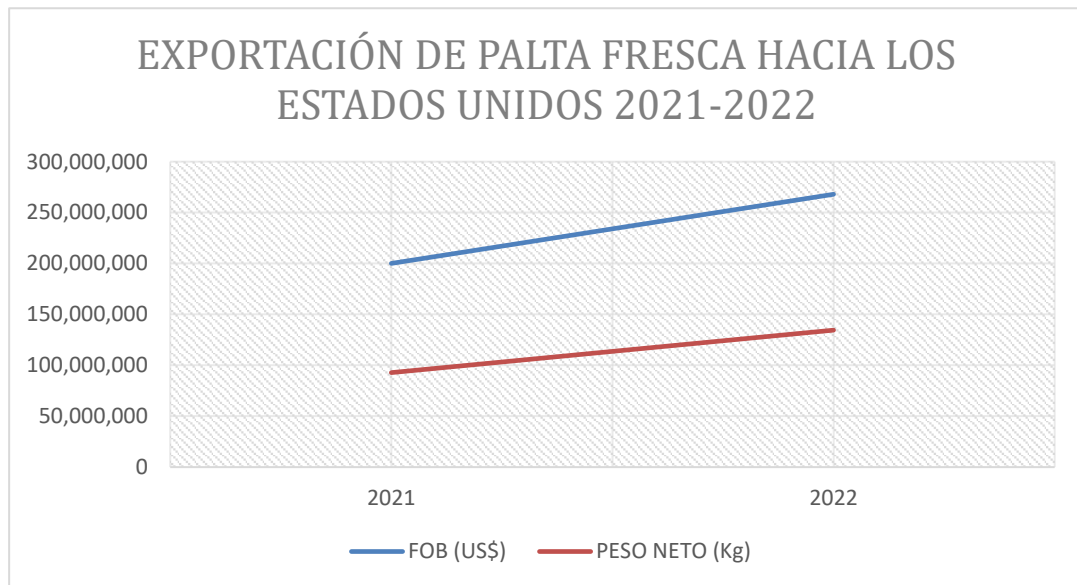
Fuente: Sunat (2023)

Elaboración: Propia

En las tablas 20 y 21, se observa la evolución de las exportaciones de palta fresca tanto en valor FOB como en peso neto, iniciando con el año 2021, en el que se exportaron 200 millones de dólares (valor FOB), alcanzando el punto más alto en el año 2022, con 268 millones de dólares (valor FOB) exportados a Estado Unidos. Con respecto a la evolución de las exportaciones en valores de peso (kg), se observa un comportamiento similar al previamente mencionado.

A partir de los datos establecidos en la tabla 20, se elabora un gráfico para analizar el comportamiento de las exportaciones de palta fresca como se puede observar en la figura 2, en esta se puede observar la línea de desarrollo de las exportaciones de palta fresca desde el año 2021 al 2022 hacia el mercado de Estados Unidos.

Figura 2. Evolución de exportaciones de palta fresca hacia EE. UU.



Fuente: Sunat (2023)

Elaboración: Propia

El crecimiento se mantuvo en el año 2022, en el que se exportaron 134 millones de Kilos. En enero se inició con un precio de \$2.30, posterior en febrero estuvo en \$2.35 y así posteriormente. El Perú se posicionó como el segundo proveedor más importante de palta fresca en el mundo, con 12% de participación, pero aún muy por detrás de México, que tuvo una participación de 42%. El mercado mundial de la palta fresca está dominado por el primer productor y exportador mundial, México, su presencia es predominante en cierto período estacional en la que aumenta su oferta exportable (setiembre-marzo) y es el gran fijador de los precios, mientras en otro período estacional se reduce su dinamismo exportador (abril-agosto). Perú aprovecha estos períodos de contra estación para posicionarse y expandirse paulatinamente en el mercado internacional.

Además, se analizó la evolución en participación de exportaciones de palta fresca de acuerdo con el puerto por el que son embarcadas. Para ello, se elaboró la siguiente tabla tomando los valores FOB.

Tabla 22. Participación de exportaciones (FOB) de acuerdo con embarque por puerto (2021- 2022)

DETALLE	2021	2022
AEREA Y POSTAL EX-IAAC	\$53,641	\$306,450
CHICLAYO	\$4,199,070	\$14,490,436
CHIMBOTE	\$7,312,438	\$17,198,372
MARITIMA DEL CALLAO	\$31,889,458	\$28,962,018
MOLLENDO -MATARANI	-	\$125,034
PAITA	\$13,273,991	\$18,675,225
PISCO	\$4,914,322	\$13,847,307
SALAVERRY	\$138,431,884	\$174,399,284
TOTAL	\$200,074,805	\$268,004,126

Fuente: Sunat (2023)

Elaboración: Propia

A partir de la tabla 22, se puede observar como el principal puerto de embarque para las exportaciones, de acuerdo al valor FOB, de palta fresca a Estados Unidos es Salaverry, consiguiendo su punto más elevado en el año 2022 con un total de US\$ 174 399 284

exportados, seguido por el puerto de Callao, consiguiendo su punto más elevado en el año 2021 con un total de USD \$31,889,458 exportado; cerrando el Top 3 se encuentra Paita consiguiendo su punto más alto en el año 2022 con un total de US\$ 18 675 225 exportados.

Participación de mercado

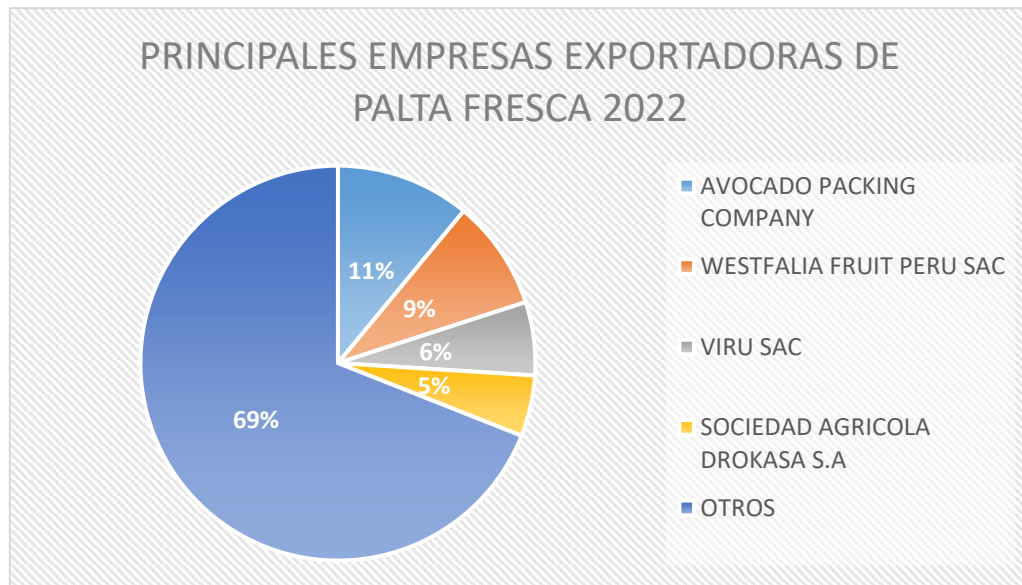
En el mercado mundial, el 95% del volumen de palta fresca comercializado es de la variedad, tal como sucede en el Perú. Esta variedad posee características que facilitan el transporte y manejo post cosecha, además de contar con una gran aceptación en el mercado internacional.

En la actualidad, el 95% de la palta fresca exportada por el Perú corresponden a la variedad. El 90% de la producción nacional de esta fruta se destina a la exportación en forma de fruto fresco, en tanto cerca del 9% se destina a congelados para exportación y apenas el 1% se destina al consumo nacional.

Los cinco principales agroexportadores poseen una participación acumulada de 31%. Las empresas que encabezan este top 5 son: Avocado Packing Company S.A.C. (11%), Westfalia Fruit Perú S.A.C. (9%), Virú S.A. (6%) y Sociedad agrícola Drokasa. (5%), Camposol S.A. (4%),

El Perú considera a 6 principales empresas de las cuales AVOCADO PACKING COMPANY S.A.C. ocupa el primer puesto respecto a las otras 5 por exportar mayor cantidad de palta fresca al exterior, en este caso, esta empresa presentó un crecimiento positivo de exportación del 28% y del 10% en los años 2021 y 2022 de manera respectiva, exportando en el año 2021 un valor de 83.9 millones de dólares y cerrando el año 2022 con una exportación de 92.1 millones de dólares.

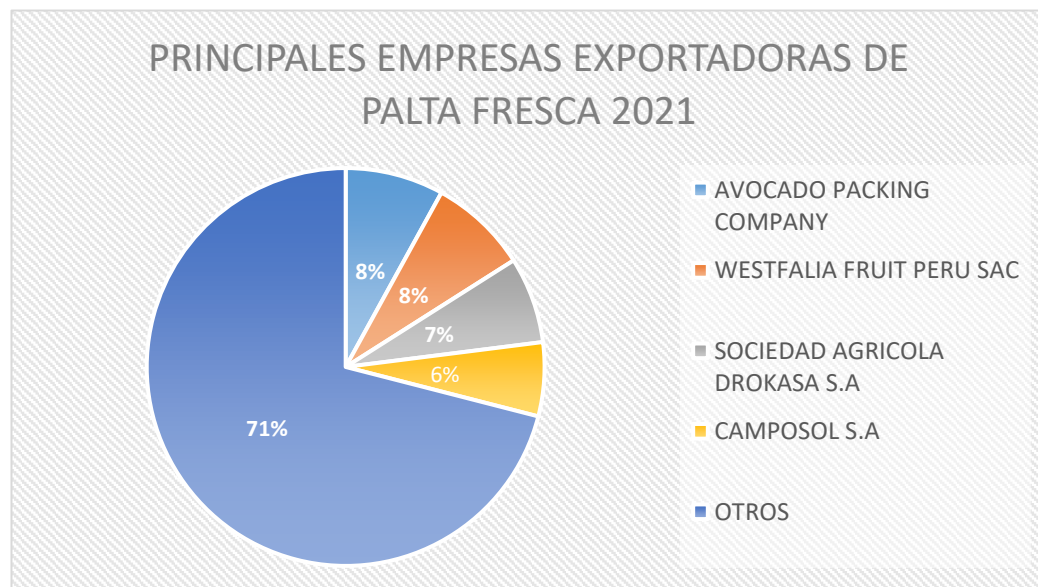
Figura 3. Principales empresas exportadoras de palta fresca 2022.



Fuente: Adex data trade (2023)

Elaboración: Propia

Figura 4. Principales empresas exportadoras de palta fresca 2021.



Fuente: Adex data trade (2023)

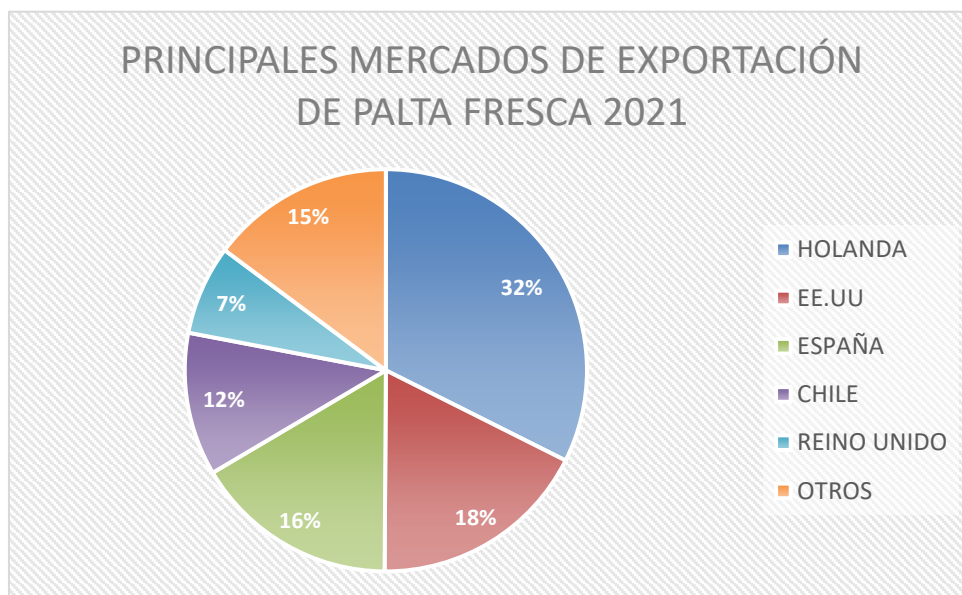
Elaboración: Propia

Mercado de exportación

En los últimos años la exportación de palta fresca se ha venido posicionando en los principales mercados internacionales. Actualmente el Perú es el segundo principal proveedor de palta fresca al mundo, después de México.

Los principales mercados de exportación de la palta fresca durante el 2021 fueron Holanda, Estados Unidos, España, Chile y Reino Unido con una participación del mercado del 32.4%, 17.7%, 16.4%, 11.5% y 7.2%; respectivamente. En total fueron 34 los mercados de exportación de la palta fresca peruana.

Figura 5. Principales mercados de exportación de palta fresca 2021.



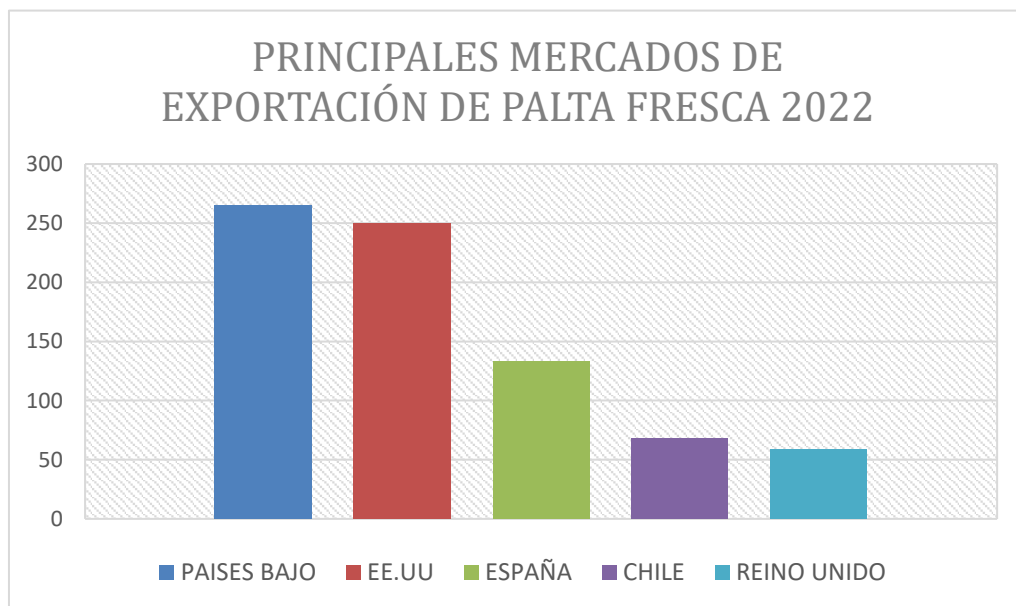
Fuente: Sunat (2023)

Elaboración: Propia

Según Myperuglobal (2023), durante el periodo 2022 las exportaciones de palta fresca han llegado a un total de 39 mercados internacionales siendo los principales

mercados: Países Bajos, Estados Unidos, España, Chile y Reino Unido con exportaciones que alcanzan los \$265.7 millones, \$250.8 millones, \$133 millones, \$68.5 millones y \$59.5 millones en valores FOB, respectivamente. Asimismo, dentro del top 5 se destaca el mercado de Estados Unidos que obtuvo un crecimiento del 36% con respecto al periodo anterior 2021 que alcanzó los \$184.7 millones en valores FOB.

Figura 6. Principales mercados de exportación de palta fresca 2022.



Fuente: Sunat (2023)

Elaboración: Propia

Referente al valor FOB en precio promedio de palta fresca se situó en US\$ 1.75 x Kg, alcanzando un nivel máximo de US\$ 2.21 x Kg en Japón, seguido por Hong Kong con \$2.11 por kg y un precio mínimo de US\$ 1.08 x Kg en Chile.

Se elaboró la siguiente tabla tomando los valores del precio de la palta fresca según los países exportados de acuerdo con la demanda entre ellos mostrando un precio máximo en el país de Japón y mínimo en Chile.

Tabla 23. Precio promedio de KG de palta fresca por país

PAIS	PRECIO X KG
JAPON	\$2.21
HONG KONG	\$2.11
COREA DEL SUR	\$2.10
RUSIA	\$1.91
ESTADOS UNIDOS	\$1.86
CHINA	\$1.86
REINO UNIDO	\$1.66
PAISES BAJOS	\$1.38
ESPAÑA	\$1.35
CHILE	\$1.08

Fuente: Sunat (2023)

Elaboración: Propia

3.3.3. Exigencia del Mercado

Logística Aduanera

Según Oyarse (2018) los trámites aduaneros son todos aquellos requisitos burocráticos y de gestión, ya sean económicos, financieros o administrativos, que se exigen en una aduana cuando queremos importar o exportar mercancías entre países.

La palta fresca se exporta bajo el régimen de exportación definitiva. Al superar los \$5000 en valores FOB es obligatorio que se contrate los servicios de una agencia de aduanas que le permita realizar los trámites de exportación. Los documentos que se solicitan en la aduana para su trámite son:

- Factura comercial
- Packing list,
- Documento de transporte,
- Póliza de seguro
- Certificado fitosanitario, entre otros.

Para exportarlos es importante que el producto cumpla con los protocolos fitosanitarios de exportación según SENASA y pase por un proceso de empaque para posteriormente ser exportado cumpliendo los procedimientos logísticos de exportación para productos perecederos, además de tramitar los permisos de exportación (certificado fitosanitario vía VUCE).

Requisitos fitosanitarios

Los requisitos fitosanitarios es un reglamento oficial que tiene el propósito de prevenir la introducción o propagación de plagas en la nación. En este contexto, cualquier requisito fitosanitario de importación se refiere a las medidas que toma un país importador de manera específica sobre los envíos de productos de origen vegetal que se movilizan en el mismo país, con la finalidad de cumplir con los estándares de protección para evitar el ingreso de plagas al territorio nacional.

La palta fresca es un producto que pertenece a la Categoría de Riesgo Fitosanitario CFR. Para que este pueda ser exportado necesita contar con el certificado Fitosanitario que es emitido por SENASA - PERÚ (Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú), el cual deberá ser tramitado en la VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior). En el caso de Estados Unidos, la entidad que regula este requisito son Animal and Plant Health Inspection Service APHIS y el Food and Drug Administration FDA

Las regiones que están autorizadas para exportar palta fresca del Perú a Estados Unidos son: Tacna, Piura, Moquegua, Cuzco, Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Áncash, Huancavelica, Ica, La Libertad, Lambayeque y Lima. En el caso de Cuzco y Apurímac, solo se autorizan los envíos de las provincias Anta y Abancay respectivamente. Para el ingreso de palta fresca a Estados Unidos se requiere los siguientes requisitos:

- Senasa requisitos generales:
 - Certificado Fitosanitario
 - Certificado de lugar de producción
 - Certificado de planta de empaque
 - Plan de trabajo
- Plagas reguladas:
 - *Ceratitis capitata*
 - *Anastrepha fraterculus*
 - *Ferrisia malvastra*
 - *Stenoma catenifer*
- Declaración adicional:

- "The Hass avocados included in this shipment were produced, packed, inspected, and found free of pests in accordance with 7CFR319.56-50"
- Requisitos de etiquetado:
 - Código de lugar de producción
 - Código de planta de empaque
 - Departamento de origen
- Consideraciones para llenar el C.F:
 - Consignar el número de precinto
 - Considerar el número del contenedor
 - Nombre / código de planta de empaque
 - Código del lugar de producción
 - El Certificado Fitosanitario debe estar emitido en inglés.
- Vuce
 - SNS022 - Solicitud para la obtención del certificado fitosanitario para la exportación
 - Reexportación de plantas y productos vegetales y Certificación de exportación para productos procesados e industrializados (TUPA: CVE-01).
- Requisitos sanitarios

Se refiere al reglamento oficial que tiene el propósito de prevenir cualquier tipo de presencia de aditivos, contaminantes, toxinas y organismos patógenos en productos alimenticios, bebidas, en contra de la salud de los consumidores.

Todas las plantas que presenten un procesamiento primario de productos vegetales deberán contar con una “Autorización Sanitaria de Establecimiento dedicado al Procesamiento Primario de Alimentos Agropecuarios y Piensos”, el cual es emitido por SENASA en cumplimiento de las Buenas Prácticas de Producción e Higiene, así como, de la aplicación de los principios del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC/HACCP) y los Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento (POES), todos los trámites se realizan a través de mesa de partes. Los establecimientos que están involucrados son aquellos que pertenecen al suministro para el consumo nacional, la exportación y la importación.

- Barreras arancelarias

Según Gaspar, (2014) menciona que de acuerdo con los tratados o convenidos comerciales de los que un país sea parte, se establecen las medidas arancelarias y que obtiene como consecuencias: animar a las empresas a producir, inducir a los consumidores a comprar productos nacionales, consumir los productos que llegan al país con aranceles altos; y, finalmente, eleva los ingresos del Estado.

Según MINCETUR, (2014) indica que las barreras arancelarias son aquellas disposiciones gubernamentales, diferentes al arancel y otros derechos, que tienen como función restringir el ingreso de determinados productos provenientes o destinados al extranjero. El objetivo es proteger determinado sector productivo nacional frente a la competencia extranjera.

Bajo el Acuerdo de Promoción Comercial (APC) entre Perú y Estados Unidos, puesto en vigencia el 1 de enero del 2009, se establece que la exportación de palta fresca está libre del pago de aranceles para su ingreso al país.

- Barreras no arancelarias

Según Gaspar (2014) las medidas no arancelarias están consideradas como un reto para el sistema multilateral de comercio, por lo que al utilizarlas se busca que no provoquen una distorsión en el comercio, pero, al mismo tiempo, poder recurrir a ellas para alcanzar objetivos políticos necesarios para el comercio exterior.

Según MINCETUR, (2014) menciona que existen dos tipos usuales de barreras no arancelarias. La primera es la cuantitativa, se trata de restricciones a la importación que el país de destino establece a específicos bienes mediante cuotas, licencias a la importación o exportación. La segunda es el gravamen adicional, se aplican en las importaciones de bienes, su objetivo es incrementar el precio final en el país destino.

Según el Ministerio de Relaciones Exteriores (2018) La producción, empaque, envío y desaduanaje de bienes importados a Estados Unidos están sujetos a numerosas regulaciones. El grupo de entidades encargadas de reglamentar su ingreso está conformado por:

1. Food and Drug Administration (FDA)

Todos los alimentos importados a Estados Unidos son inspeccionados por la Administración de Alimentos y Medicamentos, conocida como FDA por sus siglas en inglés, en el puerto de ingreso y son detenidos en caso de que no cumplan con los requisitos preestablecidos.

2. United States Department of Agriculture USDA- APHIS

El Departamento de Agricultura o USDA, es una unidad ejecutiva del Gobierno Federal de Estados Unidos, cuyo propósito es desarrollar y ejecutar políticas de ganadería, agricultura y alimentación para asegurar la seguridad alimentaria de los alimentos que se comercializan dentro del país. APHIS o Servicio de Inspección de Sanidad de Animales y Plantas pertenece al USDA es encargada de proteger la agricultura estadounidense contra las plagas y enfermedades invasivas.

3. US Customs and Border Patrol (CBP)

Conjuntamente con la FDA, la entidad de Aduanas y Protección Fronteriza, o CBP por sus siglas en inglés, es responsable de la inspección y desaduanaje de bienes importados a Estados Unidos. Con respecto al ingreso de la palta fresca, el CBP es responsable de inspeccionar y verificar que las importaciones cumplan con las regulaciones establecidas por APHIS.

Competitividad

Se entiende por competitividad la capacidad de un país para conquistar, mantener y ampliar su participación en los mercados, de acuerdo con los niveles de precios competitivos. La competitividad en el mercado internacional depende de múltiples variables:

- Factores de producción y su diferencia en costos relativos, que da origen a ventajas comparativas.
- Dominio y control de una característica, habilidad, recurso o conocimiento que permita distanciarse de la competencia y generar ventajas competitivas.

- Estacionalidad de la mercancía.
- Costos de transporte y comercialización.
- Barreras arancelarias y no arancelarias.
- Movimientos en el tipo de cambio.
- Políticas públicas de los países de origen y destino.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Limitaciones

Las limitaciones en un trabajo de investigación según Ávila (2020), se produce cuando un aspecto de la investigación queda inconcluso o sin terminar, debido a que en el camino del proceso de investigación ocurre algún tipo de problema. Es por ello, que al mencionar las limitaciones en un trabajo de investigación debe ser justificada.

En este contexto, las limitaciones se pueden clasificar en dos tipos en las metodológicas, que se refiere al tamaño de la muestra, falta de datos disponibles y/o confiables, la falta de estudios previos de investigación sobre el tema y la medida utilizada para recolectar los datos y las posibles limitaciones del investigador, que se refiere al acceso, efectos longitudinales y limitaciones culturales y otro tipo de sesgo.

Para la elaboración de la presente investigación, se presentaron ciertas limitaciones de las cuales identificamos tres en específico. La primera limitación que se tuvo para el desarrollo de este estudio fue las fuentes de información, puesto que, de las páginas seleccionadas que fueron utilizadas no todas brindaron la información requerida, a pesar de que se solicitó mediante correo información específica no en todos los casos se pudo obtener los resultados deseados, así mismo se obtuvo información con más años de antigüedad de los requeridos por lo que hizo que la investigación se torne más ardua.

La segunda limitación encontrada fue la elección de antecedentes nacionales e internacionales, debido a que se realizó la búsqueda en los repositorios de las universidades

a las que se tenía acceso; sin embargo, las tesis fueron muy escasas y no correspondían en su totalidad al tema de la tesis elaborada.

La tercera limitación identificada fue realizar las entrevistas, puesto que, para la realización de estas, primero se tuvo que seleccionar a las empresas que cumplían con los parámetros requeridos, y luego se tuvo que contactar mediante llamada, correo y mensajes para coordinar las entrevistas; sin embargo, fueron muy pocas las empresas que respondieron e incluso se tuvo una respuesta negativa a último momento, por lo que se tuvo que seguir contactando con las demás empresas. Por último, se tuvo que acoplar al horario que los empresarios disponían para atender la entrevista.

4.2 Interpretación comparativa

De acuerdo con la información analizada se puede establecer que la oferta exportable de palta fresca hacia Estados Unidos suele ser positiva, en donde las empresas exportadoras peruanas son cada vez más conscientes de la oportunidad que significa el incremento de las exportaciones; a través de un método descriptivo, se pudo brindar características particulares, lo cual determina una metodología adecuada para cumplir con el objetivo planteado en la presente investigación, donde se da a establecer el rigor correspondiente con el proceso empírico de recolección de datos basada en experiencias reales de las exportadoras peruanas de este fruto.

La presente investigación tuvo como objetivo general describir la oferta exportable ofrecida a Estados Unidos por parte de las exportadoras peruanas de palta fresca durante los años 2021 - 2022. En la que Moral Esquievel (2018), define el concepto de oferta exportable como el conjunto de requerimientos necesarios para competir en el mercado

internacional, además esta tiene como objetivo llevar a cabo una oferta diversificada que es resultado de que las exportadoras cuenten con capacidad empresarial, capacidad económica y financiera y capacidad de gestión. En concordancia a este concepto Manrique Murillo (2021) en su tesis titulada “La oferta exportable en exportadoras peruanas de arándanos ofrecida a países bajos durante los años 2019 y 2020”, se identifica la oferta exportable de arándanos, el cual obtuvo como resultado que la oferta exportable de este producto fue positivo el cual fue generado por la aplicación eficiente de los determinantes como la disponibilidad de producto, capacidad económica y capacidad de gestión. No obstante, se pudo identificar que las exportadoras han trabajado en construir una oferta exportable que a pesar de a travesar por la pandemia que afecto a todos los sectores económicos pudieron superar este obstáculo y crecer de manera positiva respecto a las exportaciones de arándanos ofrecidas a los países bajos durante los años 2019 y 2020. Sosteniendo los resultados de la tesis mencionada líneas arriba, según los resultados de la entrevista, las exportadoras reafirmaron que la tuvieron un crecimiento positivo debido a que adoptaron la oferta exportable como una estrategia de desarrollo. Por último, según el análisis documental se puede evidenciar que las ventas de palta fresca al mercado de Estados Unidos entre los 2021 y 2022 expresados en valor FOB (dólares americanos) fue de 200 mil millones y 268 mil millones respectivamente.

De igual manera, se plantearon objetivos específicos relacionados a las dimensiones, respecto a la disponibilidad del producto, el objetivo fue identificar la disponibilidad de producto en las exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 - 2022. Según Roguez (2020) la disponibilidad de producto es definida como la capacidad que posee una empresa para tener la suficiente cantidad de

productos para satisfacer la demanda en el momento pertinente. Esta capacidad es importante para mantener una relación de lealtad y confiabilidad con el cliente debido a que impulsa a tener mayores ventas o ventas seguras y construir una reputación positiva en el mercado deseado. En concordancia a este concepto, según Aguirre ,L. & Olivares.(2020) en su tesis titulada “Elementos de la oferta exportable que influyeron en el incremento de la internalización de las empresas exportadoras de palta Hass hacia China durante los años 2014-2018” se identifica la disponibilidad de producto como uno de los elementos que influyeron en el incremento de la internacionalización de las empresas, el cual obtuvo como resultado que la oferta exportable presenta un crecimiento evolutivo desde el periodo comprendido del 2014 al 2018 obteniendo una correlación positiva (las variables varían en el mismo sentido) del 77.4% de la aplicación de la disponibilidad de producto, capacidad económica y financiera y la capacidad de gestión. Así mismo sostiene mediante un antecedente nacional identificado en su trabajo de investigación elaborado por Ferrera y Yupanqui (2018) que la disponibilidad de producto o también conocida como capacidad productiva es indispensable que esta cuente con un control eficaz durante el proceso de producción del producto que es palta Hass en el cual se identifican puntos importantes como el producto a exportar, el stock de la producción, y la capacidad para cumplir la demanda. Sosteniendo los resultados de la tesis mencionada líneas arriba, según los resultados de la entrevista, las exportadoras reafirmaron que si cuentan con la disponibilidad de producto ya que si tienen la capacidad para producir y cubrir con la demandad internacional el cual se ve identificado con los precios competitivos ofrecidos al exterior y por las temporadas de cosecha que se tiene para sembrar palta las cuales son muy favorables y se identifica por un promedio general de 4 a 10 meses aproximadamente, y otro punto importante es la calidad

del producto que esta sostenida por las certificaciones que deben ser emitidas de manera obligatoria como el certificado de SENASA, BILL OF LADING, entre otros. Por último, según el análisis documental se puede evidenciar que la capacidad de producción está compuesta por la calidad de producto, en el cual el producto ofrecido debe cumplir con los estándares de calidad para ser exportado al mercado deseado el cual es regulado por las entidades como SENASA, por la estacionalidad, que se refiere al tiempo de siembra que tiene un producto en este caso según los resultados obtenidos por Minagri los meses de siembra son de 3 a 9 meses aproximadamente.

En cuanto a la capacidad empresarial, el objetivo fue identificar la capacidad empresarial en las exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 – 2022. Según Minagri (2015) La empresa debe contar con los recursos necesarios para solventar una exportación, igualmente debe estar en condiciones de contar con precios competitivos para ofrecer al mercado objetivo. No obstante, si la empresa no cuenta con posibilidades de solventar el proceso con recursos propios, deberá contar con capacidad de endeudamiento y conseguir financiamiento externo.

Cárdenas y Figueroa (2015), indican que la capacidad empresarial y financiera permite que las empresas cuenten con fortalezas para afrontar cualquier imprevisto o problemas al momento solventar las exportaciones. En donde muestra si es viable la oferta exportable por los estándares de calidad e indicadores que demuestran precios competitivos en el mercado de destino. En concordancia a este concepto, la tesis de Ramos (2022) titulada “Influencia de la Oferta Exportable, en las Exportaciones de Cebolla de los Productores del Centro Poblado Menor La Yarada, 2017” menciona que las exportaciones de cebolla

aumentaron significativamente gracias a la influencia de la oferta exportable como la capacidad instalada, capacidad económica y financiera y capacidad de gestión.

Además, indican que la capacidad económica y financiera influye directamente en las exportaciones de cebolla. Los agricultores del Centro poblado menor la Yarada requieren de un buen financiamiento considerando los grandes volúmenes de producción donde la cebolla cumpla con los estándares de calidad como también para poder solventar todo el proceso de exportación. En la presente investigación, respecto al análisis documental sobre la capacidad empresarial se menciona el crecimiento económico y financiero, así como la participación que se tiene en el mercado, ya que Perú se encuentra en el ranking de los países que más exporta palta fresca a nivel mundial, además de ello presenta un crecimiento económico ya que las exportaciones han sido muy óptimas y constantes , con un valor FOB exportado de 268 millones en el año 2022 lo cual va aumentando cada año Así mismo los resultados obtenidos de la entrevista fue que los empresarios también consideran que el crecimiento económico y financiero es fundamental , mencionan que cuentan con accesos a créditos en el sector financiero el cual es invertido en épocas de cosecha , además de la eficiencia del precio y los costos de producción que manejan de manera estratégica lo cual beneficia tanto a la empresas importadoras, ya que acceden a un producto de calidad con precios competitivos.

Finalmente, con respecto a la exigencia del mercado, identificar las exigencias del mercado en las exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 – 2022. Según Ferrara De Fina & Yupanqui (2018) la exigencia del mercado se entiende como una herramienta que impulsa el desarrollo de relaciones de carácter comercial

que ayudan a las empresas a alcanzar sus metas de manera rentable, esta se basa en identificar las oportunidades empresariales.

Según Minagri (2015) La exigencia del mercado es importante para una empresa al poder desarrollar una adecuada cultura exportadora, en donde se logre cumplir los objetivos planteados y fortalecer las capacidades y debilidades. No obstante, es considerado como un elemento imprescindible para la toma de decisiones, la cual permite que se detecte las oportunidades de mercado a tiempo. En el cuestionario de la entrevista, se utilizaron los indicadores como conocimiento de los colaboradores, logística aduanera, cultura exportadora, y competitividad. En concordancia a este concepto, La tesis de Balvin Calderón (2015) titulada “Competitividad de la oferta exportable de la palta Hass (persea americana) en el mercado de estados unidos” nos indican que Perú presenta ventajas competitivas en comparación con el resto del mundo. Perú no solo posee tierras fértiles y una variedad climática, sino que también cuenta con el adicional de su posición geográfica, contando con estaciones anuales inversas a muchos mercados del mundo. Adicional a ello se analizó las características del mercado de EEUU y el nivel de competitividad de comercio internacional en comparación con México y Chile. Para ello, se analizaron los factores que determinan la competitividad de la oferta exportable en la cadena productiva de la palta Hass. En la presente investigación, respecto al análisis documental sobre las exigencias del mercado presenta una situación que corresponde con la cultura exportadora y la competitividad en la exportación de palta fresca mencionados anteriormente, ya que Perú presenta una gran ventaja competitiva por las características geográficas, psicográficas y conductuales del mercado que posee, adema de contar con una Comisión Peruana de Paltas (PAC) como medio para promocionar de manera bilateral el consumo de palta fresca en el país del norte.

Así mismo los resultados obtenidos de la entrevista fue que los empresarios también consideran que la oferta exportable y la competitividad es fundamental para llevar a cabo la exportación de palta fresca a EEUU, menciona la implementación de un plan estratégico de marketing para promocionar la exportación de palta fresca desde el Perú, con lo cual se pueden acceder a muchos mercados con mayor facilidad y competitividad con precios justos, lo cual genera un mayor ingreso económico

Implicancias

Pérez (2011) define el término implicancia como la consecuencia o secuela referido a algo, así mismo refleja una contradicción entre términos. La presente investigación cuenta con las siguientes implicancias.

Implicancia metodológica, debido a que este estudio elaboró una entrevista conformada por 14 preguntas, las cuales fueron elaboradas de acuerdo a cada dimensión como la disponibilidad del producto, capacidad empresarial y exigencias del mercado, que están basadas en el análisis de la oferta exportable de las exportadoras de palta fresca a Estados Unidos. En cuanto a las entrevistas realizadas se obtuvo resultados de mucha importancia para poder complementar la información obtenida a través del análisis documental. Respecto al cuestionario, este servirá a futuras investigaciones que estén interesada en el análisis de la oferta exportable de la palta fresca hacia el mercado de Estados Unidos y/o empresas que estén interesadas en estos temas, lo cual podrá afianzar los estudios realizados por estas mismas.

Implicancia práctica, puesto que este estudio sirve como ayuda para el desarrollo del describir la oferta exportable de las exportadoras peruanas de palta fresca en cuanto a la dimensiones tales como disponibilidad de producto, capacidad empresarial y exigencias del

mercado ; en este caso, los resultados han sido positivo, ya que hemos podido analizar la oferta exportable de la palta fresca durante los años del 2021 al 2022, por lo tanto, los resultado obtenidos en la presente investigación reforzará lo antes mencionado demostrando su crecimiento a través de los años . Si bien es cierto, el estudio está enfocado en un producto que es la palta fresca; sin embargo, esta investigación tiene un estudio detallado sobre el concepto de la oferta exportable, además de ello nos mencionan las principales empresas exportadoras de palta fresca, así como las regiones que la producen, y por ultimo realiza un análisis minucioso de las exportaciones de palta fresca a los Estados Unidos durante un periodo especifico 2021-2022. Este trabajo de investigación puede servir de ayuda como un análisis previo para futuras investigaciones relacionadas al tema.

Implicancia teórica debido a que este estudio utilizó para el desarrollo de la realidad problemática y las bases teóricas, fuentes obtenidas de diversas tesis, artículos científicos, libros etc.; esto brindó a la investigación un fundamento verídico para toda la información empleada en el presente estudio. Por otro lado, la investigación podrá pertenecer al repositorio de la Universidad Privada del Norte, por ende, podrá aportar a investigaciones futuras, debido a que servirá como apoyo para que diversos investigadores interesados cuenten con un antecedente de referencias bibliográficas con el que puedan obtener información valiosa y puedan utilizarlos en sus investigaciones.

4.3 Conclusiones

Gracias a la presente investigación respecto al objetivo principal se pudo describir que la oferta exportable de la palta fresca al mercado de Estados Unidos ha sido positivo durante los años 2021 al 2022, esto según el análisis documental y las entrevistas a las

exportadoras que obtuvieron como resultado un aumento significativo en las exportaciones en este periodo y por los indicadores se determinó que se tiene la expectativa de seguir creciendo debido a que Estados Unidos es el mayor importador de palta fresca en la actualidad, así mismo, la oferta exportable aplicada en las exportadoras peruanas hace que sean más competitivos y cumplan con los estándares internacionales de calidad de la palta fresca.

Según los resultados obtenidos respecto al primer objetivo el cual se enfocó en identificar la disponibilidad de la palta fresca durante los años del 2021 al 2022, se pudo concluir que de acuerdo al análisis documental y las entrevistas, las exportadoras peruanas tiene la capacidad para abastecer la demanda internacional respecto a Estados Unidos, debido a que Perú posee grandes cantidades de exportadoras dedicadas a este rubro y también se tiene un periodo favorable de cosecha según la región que cada empresa administra; sin embargo, no es actualmente el primer exportador de palta fresca que es México, puesto que, este país tiene una mayor capacidad de producción que Perú.

Según los resultados obtenidos respecto al segundo objetivo específico, se puede identificar que en los dos últimos años la exportación de la palta fresca ha sido favorable debido ya que en estos años ha venido aumentando el número de los kilos exportados. Así mismo, se analizaron los cuadros que reflejan el valor FOB exportado por año de este producto (palta fresca), con ello se identificó en que años se alcanzó el mayor pico de exportación siendo el año 2022 el periodo en el que se tuvo una mayor exportación alcanzando una venta de 268 millones de dólares obteniendo un crecimiento positivo de 33.95% respecto al año anterior. Se pudo identificar que las exportaciones a Estados Unidos nos colocan como el tercer lugar en el ranking con respecto a las exportaciones de la palta

fresca a nivel mundial, lo cual ha determinado un crecimiento para empresas vinculadas a las exportaciones quienes formaron parte de la investigación.

Respecto al último objetivo específico, se puede identificar que en la exigencia del mercado es muy importante mantener un profesionalismo adecuado en relación al personal de la empresa ; quienes cuentan con el conocimiento necesario sobre el manejo y la eficiencia de dichos productos perecibles, así como también temas relacionados a la documentación, procesos de calidad que conlleven a un cumplimiento respecto a brindar un producto de calidad hacia el exterior, asegurando el éxito a largo plazo en beneficio de las empresas exportadoras peruanas. Por consiguiente, se determina en la presente investigación que el impacto en base a las entrevistas realizadas a las empresas participantes ha sido positivo, ya que la disponibilidad de palta fresca ha sido garantizada a Estados Unidos respecto a los años 2021 y 2022, reflejándose en los resultados la capacidad económica y financiera de cada una de las empresas tomadas como muestra en este proyecto. Finalmente, la exigencia del mercado ha sido un factor determinante en la oferta exportable, ya que con la experiencia y las nuevas estrategias hemos podido acceder a un mercado que antes veíamos como potencial.

Recomendaciones

En primer lugar, las empresas dedicadas a la exportación de palta fresca deben complementar con estudios significativos para que la oferta exportable que aplican las exportadoras de este producto sean lo más eficiente posible e incursionar a las nuevas entidades en el mundo de la agroexportación a que sigan con este lineamiento que va a

permitir cumplir con los estándares de calidad y por ende tener una mejor aceptación y preferencia por el mercado elegido.

En segundo lugar, las exportadoras peruanas dedicadas al rubro agro deben tomar medidas adecuadas que impliquen un crecimiento positivo para el abastecimiento de la demanda internacional, para que de esta manera Perú sea el principal importador de palta fresca así mismo pueden adoptar estrategias que impliquen una mayor participación internacional con la inclusión de exportadoras que recién están iniciando con sus primeras exportaciones, ya que esto permitirá que el crecimiento de las exportaciones a nivel nacional tenga mayor efectividad.

En tercer lugar, difundir con mayor énfasis las condiciones de producción de palta fresca a nivel internacional, a través de la participación de ferias internacionales y/o ruedas de negocios, los cuales permitirán que el producto obtenga un mayor reconocimiento a escala global y generar una mayor demanda en el mercado internacional ,además de ello las autoridades peruanas de comercio exterior y producción deben proporcionar y promocionar un programa de desarrollo a los agricultores con información sobre las buenas prácticas de cultivo, la cosecha y producción.

En cuarto lugar, se recomienda mejorar los procedimientos de gestión dentro de las empresas agroexportadoras mediante el uso e implementación de herramientas de mejora continua puede aumentar la eficiencia de la producción de la palta fresca y reducir costos, así como promover precios justos y competitivos en el mercado internacional además de mantener las relaciones comerciales entre países, debido a que los beneficios que éstas

brindan incentivan a más empresas a mantener la comercialización de sus productos al mercado de Estados Unidos, generando así mayores ingresos para el país.

Referencias

Agroperu (2023). “Perú exportó 567 454 TM de palta en lo que va de la campaña”.

<https://www.agroperu.pe/peru-exporto-567-454-tm-de-palta-en-lo-que-va-de-la-campana/>

Aguirre Gonzales.L & Olivares Zarate. T. (2020) “ELEMENTOS DE LA OFERTA EXPORTABLE QUE INFLUYERON EN EL INCREMENTO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE PALTA HASS HACIA CHINA DURANTE LOS AÑOS 2014 AL 2018” [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/651667/Aguirre_GL.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Ahumada Ahumada L. C. & Elreaga Bautista S. T. (2020) “ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE EXPORTACIONES DE PALTA HASS PERUANA AL REINO UNIDO DURANTE LOS AÑOS 2015 AL 2019, TRUJILLO 2020”. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte].

https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24904/TESIS_AHUMADA_ELOR_REAGA%20Total.pdf?sequence=9&isAllowed=y

Amez, E. (2017). Gestión de la certificación de calidad y su influencia en la competitividad en las empresas agroexportadoras de mermelada de mango en Lima.

http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2668/1/2017_Amez_Gestion_de_la_certificacion_de_calidad.pdf

Andina (2021) “¡Prodigiosa palta! Conoce los atributos nutritivos de la estrella agroexportadora peruana”

<https://andina.pe/agencia/noticia-prodigiosa-palta-conoce-los-atributos-nutritivos-de-estrella-agroexportadora-peruana-861562.aspx>.

Arias, F., Montoya, C., & Velásquez, O. (2018). Obtenido de <https://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/994>

Balvin Calderón, C. (2016) “COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA EXPORTABLE DE LA PALTA HASS (PERSEA AMERICANA) EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS” [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Agraria La Molina]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30430/Chingay%20Paredes%20Cinthia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bolaños, K. V., & Sicche, E. Y. (2022). Impacto de la inteligencia comercial en la exportación de palta Hass de la región La Libertad, 2018 - 2021 [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/33207>

Cardenas Chomba J. I. (2015) “LAS EXPORTACIONES PERUANAS DE PALTA SON UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN EL MERCADO DE PAÍSES BAJOS EN EL AÑO 2016 - 2020” [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10962/C%c3%a1rdenas%20Chomba%20Jackeline%20Lizzeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cardenas Chomba, J. L. (2015) “EL MERCADO CANADIENSE; UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA LAS EXPORTACIONES DE PALTA HASS PERUANA; PERIODO 2016-2020” [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte].

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/6286/C%3a1rdenas%20Chomba%2c%20Jackeline%20Lizzeth%20%20-%20Figuroa%20Zapata%2c%20Milagros%20Alexandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castañeda & Mariles (2018) “PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE AGUACATE HASS DEL ESTADO DE MICHOACAN A FRANCIA, COMO OPORTUNIDAD DE NEGOCIO (2017)” [Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de México].

[http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/94454/Proyecto%20de%20exportaci%C3%B3n%20\(2017\)%20.pdf?sequence](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/94454/Proyecto%20de%20exportaci%C3%B3n%20(2017)%20.pdf?sequence)

Castro, Del Pilar & Infante (2020) “EXPORTACIÓN DE AGUACATE HASS COLOMBIANO AL MERCADO DE LOS ESTADOS UNIDOS” [Tesis de Especialista en Gerencia de Proyectos, Universidad Piloto de Colombia (Bogotá D.C.)].

[https://repository.eia.edu.co/server/api/core/bitstreams/968bb5b5-b018-4148-9a73-db36b32e41c4/content,](https://repository.eia.edu.co/server/api/core/bitstreams/968bb5b5-b018-4148-9a73-db36b32e41c4/content)

Chingay Paredes, C. (2021) “LAS ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN DE PALTA FUERTE EN LA ASOCIATIVIDAD DE LA COOPERATIVA DE SERVICIOS MÚLTIPLES – CUENCA DEL JEQUETEPEQUE, SEDE SAN MIGUEL – CAJAMARCA 2020” [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte].

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30430/Chingay%20Paredes%20Cint%20hija.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

COMEXPERU (17 de setiembre de 2021). EXPORTACIONES NO TRADICIONALES:

¿CUÁLES SON LAS REGIONES QUE DESTACAN EN ESTE SECTOR?

<https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/exportaciones-no-tradicionales-cuales-son-las-regiones-que-destacan-en-este-sector>

Diaz (2022). “Westfalia Fruit Perú prevé despachar 46.000 toneladas de palta en la campaña 2022, lo que representaría un aumento de 10%”.

<https://agraria.pe/noticias/westfalia-fruit-peru-preve-despachar-46-000-toneladas-de-palta-28131>.

Enciclopedia de Biología (S.F.). AGUACATE.

<https://enciclopediadebiologia.com/aguacate/>

Ferrara De Fina, A., & Yupanqui, R. (2018). Oferta exportable de palta Hass de la asociación Pro Palto para el mercado español, Chao – La Libertad 2018. Trujillo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26815/Ferrara_dfa.pdf?sequence=1&isAllowed=y

FRESH FRUIT (8 de agosto de 2021). Exportaciones de palta romperían récord en el 2021.

<https://freshfruit.pe/2021/08/08/exportaciones-de-palta-romperian-record-en-el-2021/>

Gallegos (2022). “LOGISTICA DE EXPORTACION – PALTA”.

<https://es.slideshare.net/MaribelGallegosCondorapa/logistica-de-exportacion-paltapptx>.

GESTION (2023). “Exportación de paltas creció 9% en valor entre enero y septiembre de este año”.

<https://agraria.pe/noticias/exportacion-de-paltas-crecio-9-en-valor-entre-enero-y-septiembre-33838>

GOB (28 de octubre de 2021). Exportaciones de palta crecieron un 30% durante la campaña 2021.

<https://www.gob.pe/institucion/senasa/noticias/549944-exportaciones-de-palta-crecieron-un-30-durante-la-campana-2021>

Hernández Vásquez, V. (2020) EFECTO DE LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN LAS EXPORTACIONES DE AGUACATE HASS EN ANTIOQUIA [Tesis de grado profesional, Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria]

<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/1702/39.%20TGII%20Hernandez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

IPE (INSTITUTO PERUANO DE ECONOMIA) (18 de noviembre 2022). LAS AGROEXPORTACIONES, UN CASO DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL.

<https://www.ipe.org.pe/portal/las-agroexportaciones-un-caso-de-desarrollo-economico-y-social/>

Lopez (2023). “EXPORTACIÓN DE PALTA HASS A ESTADOS UNIDOS”.

<https://es.slideshare.net/LzaroLpezErcilioFlor/exportacin-de-palta-hass-a-estados-unidos>.

López Aguirre, J. E. (2020) CARACTERÍSTICAS DE LA CULTURA EXPORTADORA EN LOS PRODUCTORES DE PALTA HASS EN EL DISTRITO DE HUAYLAS, ANCASH 2020. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte].

https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/26003/Lopez%20Aguirre%20Jackelyn%20Edith_2da_prueba.pdf?sequence=16&isAllowed=y

Lozano Alfaro V. (22 de agosto de 2022). Palta Hass: la nueva estrella de las agroexportaciones. El peruano.

<https://elperuano.pe/noticia/184127-palta-hass-la-nueva-estrella-de-lasagroexportaciones>

Manrique, R. (15 de noviembre 2022). Perú aumenta en 19% superficie de palta Hass en el último año. Redagricola.

<https://www.redagricola.com/pe/peru-aumenta-en-19-superficie-de-paltos-hass-en-unano/#:~:text=En%20cuanto%20a%2C%20las%20regiones,289%20productores%20>
[0](#)

MEF (MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS) (s.f.). Acuerdos Comerciales.

https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=esES&Itemid=101051&lang=es-ES&view=article&id=474

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (2021). “Exportaciones peruanas de palta registran récord histórico.”

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/521695-exportaciones-peruanas-de-palta-registran-record-historico>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2020). Plan Estratégico Nacional Exportador al 2025 (PENX 2025).

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/300353/d31291_opt.pdf

MSO Management Solutions (s.f.). Informe de coyuntura macroeconómica: Estados Unidos.

<https://www.managementsolutions.com/es/publicaciones-y-eventos/informes-sectoriales/informe-de-coyuntura-macroeconomica/usa>

Oficina de Promoción Comercial e Inversiones, Los Ángeles (2011). Perfil de Mercado de Palta Hass en Estados Unidos.

http://www.rree.gob.pe/promocioneconomica/Documents/Estudios_y_Perfiles/Frutos%20frescos/Perfil_de_Mercado-Palta_Hass_en_EEUU_2011.pdf

Organización Mundial de la Salud. (2018).

https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novelcoronavirus2019?gclid=CjwKCAiAhhCBhBcEiwAkv2cYxZjQFqHw8QclzNgmhNYqfBEzKBOxBHut1dIsYiuiAtjrfKoYC08RoC42AQAvD_BwE

PROMPERU (2 de mayo de 2021). PALTA HASS CONSOLIDA AL PERÚ COMO EL SEGUNDO PRODUCTOR Y EXPORTADOR A NIVEL MUNDIAL

<https://boletines.exportemos.pe/1718/palta-hass-consolida-al-peru-como-el-segundo-productor-y-exportador-a-nivel-mundial>

PROMPERU (2021). Requisitos de acceso a mercados (RAM).

<https://opip.pems.pe/wp-content/uploads/2021/05/RAM-PALTA-ESTADOS-UNIDOS.pdf>.

Quintanilla Ponce, C. (2021) “ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS FACTORES DE OFERTA EXPORTABLE DE LA PALTA ENTRE PERÚ Y MÉXICO EN LOS PERIODOS 2013-2018” [Tesis de Licenciatura, Universidad Continental].

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9355/4/IV_FCE_315_TE_Quintanilla_Ponce_2021.pdf

Quispe Mamani, J. C., Aguilar Pinto, S. L., Cutipa Quilca, B. E., Madueño Portilla, R., & Tairo Huamán, R. N. (2022). Factores determinantes de la exportación de palta en Perú, 2008-2020. Revista Alfa, 6(18), 524–536

<https://revistaalfa.org/index.php/revistaalfa/article/view/217>

Ramos Valle, F. (2017) “INFLUENCIA DE LA OFERTA EXPORTABLE, EN LAS EXPORTACIONES DE CEBOLLA DE LOS PRODUCTORES DEL CENTRO POBLADO MENOR LA YARADA, 2017” [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada de Tacna].

<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/456/Ramos-Valle-Fiorella-Jhoanna.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

S, N. (03 de octubre 2022). Palta peruana ya no suma nuevas hectáreas en plantaciones. Agraria.

<https://agraria.pe/noticias/palta-peruana-ya-no-suma-nuevas-hectareas-en-plantaciones-29492>

S, N. (15 de diciembre 2020). Palta: El oro verde sufre algunos tropiezos. Portafruticola.com.

<https://www.portalfruticola.com/noticias/2020/12/15/palta-el-oro-verde-sufre-algunos-tropiezos/>

S, N. (17 de agosto 2022). Perú es el segundo mayor productor y exportador de palta Hass a nivel mundial.

<https://revistaganamas.com.pe/peru-es-el-segundo-mayor-productor-y-exportador-de-palta-hass-a-nivel-mundial/>

Senasa (2011) “PLAN DE TRABAJO PARA LA EXPORTACION DE FRUTA FRESA DE PALTA HASS DEL PERU A LOS ESTADOS UNIDO DE AMERICA ”.

<https://www.senasa.gob.pe/senasa/descargasarchivos/2014/12/Plan-de-Trabajo-exportacion-de-Palta-a-EEUU-2011.pdf>.

Terreros (24 de mayo de 2022). Ventaja absoluta: qué es, características y ejemplos.

<https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-ventaja-absoluta>

Valderrama (2020) “PLAN DE EXPORTACIÓN DE PALTA HASS PERUANA HACIA EL MERCADO ITALIANO” [Tesis de Licenciatura, Universidad La Salle Universidad Arequipa].

[file:///C:/Users/pame0/Downloads/1.%20P.%20Valderrama%20-%20Tesis.docx%20\(1\)%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/pame0/Downloads/1.%20P.%20Valderrama%20-%20Tesis.docx%20(1)%20(2).pdf)

VISION FRUTICULA (2023). Producción mundial de palta alcanzó las 8.4 millones de toneladas, registrando un aumento anual de aproximadamente 7% entre el 2012 y 2022.

<https://agraria.pe/noticias/produccion-mundial-de-palta-alcanzo-las-8-4-millones-de-tone-32683>.

ANEXO N°1: MATRIZ DE OPERACIONALIDAD

TÍTULO: “LA OFERTA EXPORTABLE EN LAS PRINCIPALES EXPORTADORAS PERUANAS DE PALTA FRESCA OFRECIDA A ESTADOS UNIDOS DURANTE LOS AÑOS 2021-2022”

TEMA	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	SUB-CATEGORIAS	DEFINICION DE SUB-CATEGORIAS	INDICADORES
Oferta exportable de palta fresca	<p>Coral (2021) define la oferta exportable como la cantidad de productos que es ofrecida por una región respecto al mercado internacional, que debe cumplir con ciertos requisitos de los cuales se resalta la calidad, precio, certificaciones, entre otros.</p> <p>Chávez (2010) nos describe a la palta como un fruto de forma redonda y periforme, sus colores suelen variar entre los tonos verdes, morados hasta llegar al negro. Su pulpa tiene una textura consistente de tonos verde y amarillo, y su contenido de fibra es variable según el tipo de variedad del fruto.</p>	<p>Nuestra categoría está compuesta por 3 sub-categorías y 10 indicadores, que serán medidos a través de una entrevista semiestructurada y análisis documental.</p>	DISPONIBILIDAD DE PRODUCTO	Según Rosquez (2020) La disponibilidad del producto hace referencia a la capacidad de una empresa para mantener suficientes productos para satisfacer la demanda de los clientes en el momento pertinente. La disponibilidad adecuada del producto es esencial para mantener la lealtad del cliente, impulsar las ventas y construir una reputación positiva en el mercado.	Calidad para la exportación
					Capacidad instalada
					Estacionalidad
					Crecimiento económico y financiero
					Financiamiento del Sector Financiero
					Participación de mercado
					Conocimiento de los colaboradores
		Logística aduanera			
			CAPACIDAD EMPRESARIAL	Según Midagri (2019) la exigencia del mercado se refiere a los requisitos que cada país posee para que la palta ingrese a sus mercados, entre estos requisitos tenemos la calidad que debe tener el producto, los requisitos sanitarios y fitosanitarios, entre otros según la política que ejerza cada país extranjero	
			EXIGENCIAS DEL MERCADO	Según Organización Internacional del Trabajo (2017) la capacidad empresarial hace referencia a los conocimientos y	

				capacidades, que precisan los empresarios, así como toda aquella persona que cree o posea una empresa	Cultura Exportadora
					Competitividad

ANEXO N°2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “LA OFERTA EXPORTABLE EN LAS PRINCIPALES EXPORTADORAS PERUANAS DE PALTA FRESCA OFRECIDA A ESTADOS UNIDOS DURANTE LOS AÑOS 2021-2022”

Problema General	Objetivo General	Dimensiones	Indicadores	Metodología
¿Cómo fue la oferta exportable ofrecida a Estados Unidos por parte de las principales exportadoras peruanas de palta fresca durante los años 2021 - 2022?	Describir la oferta exportable ofrecida a Estados Unidos por parte de las principales exportadoras peruanas de palta fresca durante los años 2021 - 2022.			<p>Tipo de investigación La investigación es de tipo básica.</p> <p>Enfoque de investigación Enfoque cualitativo.</p> <p>Nivel de investigación Nivel descriptivo.</p> <p>Diseño de investigación Diseño fenomenológico.</p> <p>Población En la presente investigación la población está conformada por las principales empresas peruanas exportadoras de palta fresca a Estados Unidos. Y la unidad de estudio son los 3 representantes de comercio exterior de las empresas a las cuales se entrevistó, tales como: Jefe de comercio exterior y/o jefe de</p>
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	DISPONIBILIDAD DE PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> ● CALIDAD PARA LA EXPORTACION ● CAPACIDAD INSTALADA ● ESTACIONALIDAD 	
¿Cuál fue la disponibilidad de producto en las principales exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 - 2022?	Identificar la disponibilidad de producto en las principales exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 - 2022			

<p>¿Cómo fue la capacidad empresarial en las principales exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 - 2022?</p>	<p>Identificar la capacidad empresarial en las principales exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 - 2022</p>	<p>CAPACIDAD EMPRESARIAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● CRECIMIENTO ECONOMICO Y FINANCIERO ● FINANCIAMIENTO DEL SECTOR FINANCIERO ● PARTICIPACION DE MERCADO 	<p>exportaciones</p> <p>Muestra No probabilístico por conveniencia y documentos de las entidades indicadas en la población</p> <p>Técnica La técnica de recolección elegida fue la entrevista y análisis de revisión documentaria .</p>
<p>¿Cómo fue la capacidad de gestión en las principales exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 - 2022?</p>	<p>Identificar las exigencias del mercado en las principales exportadoras peruanas de palta fresca ofrecida a Estados Unidos durante los años 2021 - 2022</p>	<p>EXIGENCIAS DEL MERCADO</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● CONOCIMIENTO DE LOS COLABORADORES ● LOGISTICA ADUANERA ● CULTURA EXPORTADORA ● COMPETITIVIDAD 	<p>Instrumento El instrumento que se aplicará será la guía de entrevista y lista de cotejo (guía de análisis documental)</p>

ANEXO N°3: GUIA DE ENTREVISTA

GUIA DE ENTREVISTA

TÍTULO: “LA OFERTA EXPORTABLE EN LAS PRINCIPALES EXPORTADORAS PERUANAS DE PALTA FRESCA OFRECIDA A ESTADOS UNIDOS DURANTE LOS AÑOS 2021-2022”

1. Datos generales

- Nombre Completo:
- Grado de instrucción:
- Cargo actual:

2. Introducción

Estimado entrevistado, Sr(a)....., buen día somos Yessica Ludeña y Brillit Robles, bachilleres de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte. Primero agradecerle por su tiempo y participación en esta entrevista, la cual tiene como objetivo describir la oferta exportable ofrecida a Estados Unidos por parte de exportadoras peruanas de palta fresca durante los años 2021 y 2022.

Las preguntas que se les realizará en la presente entrevista, estarán en relación con las capacidades que confirman la oferta exportable. Asimismo, es importante mencionar que fue seleccionado para esta actividad; debido a que su participación dentro de la empresa es de suma importancia y tiene un vínculo directo con el tema principal de nuestra investigación.

Los resultados serán analizados en conjunto a otras, las cuales permitirán lograr el objetivo de la investigación, mas no serán referenciadas de manera individual; es decir, por persona o por entrevistado. Por otro lado, es necesario precisar que la información brindada es

totalmente confidencial y sólo será utilizada exclusivamente para fines académicos. La duración de la entrevista es de aproximadamente 20 minutos.

➤ **Preguntas**

1. En base a su experiencia. En la actualidad ¿Cuál es la perspectiva que se tiene de la exportación de palta fresca peruana hacia Estados Unidos?
2. ¿Cuál ha sido el comportamiento de las exportaciones de palta fresca hacia los Estados Unidos?
3. ¿Qué tiene de particular el mercado de Estados Unidos para que las exportaciones de este fruto sean destinadas en su mayoría hacia él?

➤ **Disponibilidad de Producto**

1. ¿Cuáles son los requisitos que deben poseer la palta fresca para ser exportados a Estados Unidos?
2. ¿Cómo ha sido el crecimiento del volumen de producción en la empresa en los años del 2021 y 2022? En ese mismo periodo ¿Entre cuánto osciló los precios de exportación de este fruto en precio FOB por Kg?
3. ¿De qué manera impacta la estacionalidad en la producción de palta fresca? ¿En qué meses se cuenta con una estacionalidad favorable para la exportación del mismo?

➤ **Capacidad Empresarial**

1. ¿Cómo ha sido la rentabilidad de la empresa en los años del 2021 y 2022 respecto a la exportación de palta fresca?
2. ¿Tienen acceso a créditos del sector financiero? ¿Hacen uso del mismo?
3. De los principales exportadores a Estados Unidos, Uds. ¿En qué posición perciben que están? ¿Qué porcentaje representaron de las exportadoras peruanas de palta fresca durante los años 2021 y 2022?

➤ **Exigencias del mercado**

1. En base a su experiencia ¿Cuán importante en la toma de decisiones y la gestión, es contar con personal capacitado o con experiencia en agroexportadoras o negocios internacionales?
2. ¿Qué operaciones logísticas requiere considerar para la exportación de la palta fresca a Estados Unidos?
3. ¿Qué actividades implementan para desarrollar la cultura exportadora en la empresa?
4. ¿Qué estrategias de promoción y negociación utilizan para diferenciarse de la competencia mundial?
5. ¿De qué forma se comparte conocimiento a los colaboradores, del mercado exportador de palta fresca?

ANEXO N°4: Validación de Instrumento por juicio de expertos

Experto N° 1: Mg. Walter Bernia León

JUICIO DE EXPERTOS SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondientes al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= *Muy adecuado* / BA= *Bastante adecuado* / A= *Adecuado* / PA= *Poco Adecuado* / NA
= *No adecuado*

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

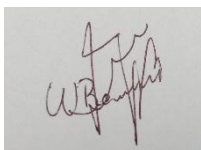
PREGUNTAS ITEMS	VALORACIÓN					OBSERVACIONES
	MA	BA	A	PA	NA	
<i>PREGUNTA DE INTRODUCCIÓN</i>						
1. En base a su experiencia. En la actualidad ¿Cuál es la perspectiva que se tiene de la exportación de palta fresca peruana hacia Estados Unidos?	X					
2. ¿Cuál ha sido el comportamiento de las exportaciones de palta fresca hacia los Estados Unidos?	X					
3. ¿Qué tiene de particular el mercado de Estados Unidos para que las exportaciones de este fruto sean destinadas en su mayoría hacia él?	X					
<i>DISPONIBILIDAD DE PRODUCTO</i>						
	X					

<p>1. Calidad para la exportación: ¿Cuáles son los requisitos que deben poseer la palta fresca para ser exportados a Estados Unidos?</p>						
<p>2. Capacidad instalada: ¿Cómo ha sido el crecimiento del volumen de producción en la empresa en los años del 2021 y 2022? En ese mismo periodo ¿Entre cuánto osciló los precios de exportación de este fruto en precio FOB por Kg?</p>	X					
<p>3. Estacionalidad: ¿De qué manera impacta la estacionalidad en la producción de palta fresca? ¿En qué meses se cuenta con una estacionalidad favorable para la exportación del mismo?</p>	X					

						DURANTE LOS AÑOS 2021-2022*
1. Crecimiento económico y financiero: ¿Cómo ha sido la rentabilidad de la empresa en los años del 2021 y 2022 respecto a la exportación de palta fresca?	X					
2. Financiamiento del sector Financiero: ¿Tienen acceso a créditos del sector financiero? ¿Hacen uso del mismo?	X					
3. Participación de mercado: De los principales exportadores a Estados Unidos, Uds. ¿En qué posición perciben que están? ¿Qué porcentaje representaron de las exportadoras peruanas de palta fresca durante los años 2021 y 2022?	X					
EXIGENCIAS DEL MERCADO						
1. Conocimiento de los colaboradores: En base a su experiencia ¿Cuán importante en la toma de decisiones y la gestión, es contar con personal capacitado o con experiencia en agroexportadoras o negocios internacionales?	X					
2. Logística aduanera: ¿Qué operaciones logísticas requiere considerar para la exportación de la palta fresca a Estados Unidos?	X					

<p>3. Cultura exportadora: ¿Qué actividades implementan para desarrollar la cultura exportadora en la empresa?</p>	X					
<p>4. Competitividad: ¿Qué estrategias de promoción y negociación utilizan para diferenciarse de la competencia mundial?</p>	X					
<p>5. ¿De qué forma se comparte conocimiento a los colaboradores, del mercado exportador de palta fresca?</p>	X					

- Evaluado por: Mg. Walter Bernia León
- DNI: 41518214
- Fecha: 20/12/2023
- Firma:



Experto N° 2: Mg. Aldo Medina Gamero

JUICIO DE EXPERTOS SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondientes al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A= Adecuado / PA= Poco Adecuado / NA = No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

PREGUNTAS ITEMS	VALORACIÓN					OBSERVACIONES
	MA	BA	A	PA	NA	
PREGUNTA DE INTRODUCCIÓN						
4. En base a su experiencia. En la actualidad ¿Cuál es la perspectiva que se tiene de la exportación de palta fresca peruana hacia Estados Unidos?	X					
5. ¿Cuál ha sido el comportamiento de las exportaciones de palta fresca hacia los Estados Unidos?	X					
6. ¿Qué tiene de particular el mercado de Estados Unidos para que las exportaciones de este fruto sean destinadas en su mayoría hacia él?	X					
DISPONIBILIDAD DE PRODUCTO						
4. Calidad para la exportación: ¿Cuáles son los requisitos que deben poseer la	X					

<p>palta fresca para ser exportados a Estados Unidos?</p>						
<p>5. Capacidad instalada: ¿Cómo ha sido el crecimiento del volumen de producción en la empresa en los años del 2021 y 2022? En ese mismo periodo ¿Entre cuánto osciló los precios de exportación de este fruto en precio FOB por Kg?</p>	<p>X</p>					
<p>6. Estacionalidad: ¿De qué manera impacta la estacionalidad en la producción de palta fresca? ¿En qué meses se cuenta con una estacionalidad favorable para la exportación del mismo?</p>	<p>X</p>					

						DURANTE LOS AÑOS 2021-2022*
6. Crecimiento económico y financiero: ¿Cómo ha sido la rentabilidad de la empresa en los años del 2021 y 2022 respecto a la exportación de palta fresca ?	X					
7. Financiamiento del sector Financiero: ¿Tienen acceso a créditos del sector financiero? ¿Hacen uso del mismo?	X					
8. Participación de mercado: De los principales exportadores a Estados Unidos, Uds. ¿En qué posición perciben que están? ¿Qué porcentaje representaron de las exportadoras peruanas de palta fresca durante los años 2021 y 2022?	X					
EXIGENCIAS DEL MERCADO						
4. Conocimiento de los colaboradores: En base a su experiencia ¿Cuán importante en la toma de decisiones y la gestión, es contar con personal capacitado o con experiencia en agroexportadoras o negocios internacionales?	X					
5. Logística aduanera: ¿Qué operaciones logísticas requiere considerar para la exportación de la palta fresca a Estados Unidos?	X					

6. Cultura exportadora: ¿Qué actividades implementan para desarrollar la cultura exportadora en la empresa?	X					
9. Competitividad: ¿Qué estrategias de promoción y negociación utilizan para diferenciarse de la competencia mundial?	X					
10. ¿De qué forma se comparte conocimiento a los colaboradores, del mercado exportador de palta fresca?	X					

- Evaluado por: Aldo Medina Gamero
- DNI: 40882167
- Fecha: 02/01/2024

• Firma:



Experto N° 3: Mg. Randolf Ñiquen Levy

JUICIO DE EXPERTOS SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondientes al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A= Adecuado / PA= Poco Adecuado / NA = No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

PREGUNTAS ITEMS	VALORACIÓN					OBSERVACIONES
	MA	BA	A	PA	NA	
PREGUNTA DE INTRODUCCIÓN						
1. En base a su experiencia. En la actualidad ¿Cuál es la perspectiva que se tiene de la exportación de palta fresca peruana hacia Estados Unidos?	X					
2. ¿Cuál ha sido el comportamiento de las exportaciones de palta fresca hacia los Estados Unidos?	X					
3. ¿Qué tiene de particular el mercado de Estados Unidos para que las exportaciones de este fruto sean destinadas en su mayoría hacia él?	X					
DISPONIBILIDAD DE PRODUCTO						
1. Calidad para la exportación: ¿Cuáles son los requisitos que deben poseer la	X					

<p>palta fresca para ser exportados a Estados Unidos?</p>						
<p>2. Capacidad instalada: ¿Cómo ha sido el crecimiento del volumen de producción en la empresa en los años del 2021 y 2022? En ese mismo periodo ¿Entre cuánto osciló los precios de exportación de este fruto en precio FOB por Kg?</p>	<p>X</p>					
<p>3. Estacionalidad: ¿De qué manera impacta la estacionalidad en la producción de palta fresca? ¿En qué meses se cuenta con una estacionalidad favorable para la exportación del mismo?</p>	<p>X</p>					

						DURANTE LOS AÑOS 2021-2022*
1. Crecimiento económico y financiero: ¿Cómo ha sido la rentabilidad de la empresa en los años del 2021 y 2022 respecto a la exportación de palta fresca ?	X					
2. Financiamiento del sector Financiero: ¿Tienen acceso a créditos del sector financiero? ¿Hacen uso del mismo?	X					
3. Participación de mercado: De los principales exportadores a Estados Unidos, Uds. ¿En qué posición perciben que están? ¿Qué porcentaje representaron de las exportadoras peruanas de palta fresca durante los años 2021 y 2022?	X					
EXIGENCIAS DEL MERCADO						
1. Conocimiento de los colaboradores: En base a su experiencia ¿Cuán importante en la toma de decisiones y la gestión, es contar con personal capacitado o con experiencia en agroexportadoras o negocios internacionales?	X					
2. Logística aduanera: ¿Qué operaciones logísticas requiere considerar para la exportación de la palta fresca a Estados Unidos?	X					
3. Cultura exportadora: ¿Qué actividades implementan para	X					

desarrollar la cultura exportadora en la empresa?						
4. Competitividad: ¿Qué estrategias de promoción y negociación utilizan para diferenciarse de la competencia mundial?	X					
5. ¿De qué forma se comparte conocimiento a los colaboradores, del mercado exportador de palta fresca?	X					

- Evaluado por: Randolf Ñiquen Levy
- DNI: 41356371
- Fecha: 03/01/2024



- Firma: