

FACULTAD DE NEGOCIOS



Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“Factores determinantes que influyeron a la exportación de palta peruana 0804.40.00.00 a España periodo 2014 - 2018”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autoras:

Cynthia Lilyluz Llanos Ramirez
Emely Candy Rojas Vallejos

Asesor:

Mg. Jimmy Sánchez Gómez

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA

A nuestros queridos padres por enseñarnos la perseverancia, constancia y deseo de superación y el valor de las cosas, mostrándonos siempre el valor y coraje para salir adelante en la vida y, sobre todo por su amor.

A todos aquellos que han influenciado en nuestra vida personal y profesional, con sus consejos, guía y apoyo, incondicional

AGRADECIMIENTO

Agradecemos con todo nuestro amor, respeto y cariño:

A Dios por todo.

A nuestros padres y familiares por su paciencia y motivación.

A nuestro asesor Jimmy Sánchez por sus enseñanzas, apoyo y orientación durante todo este proceso para lograr la culminación de nuestra Tesis.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. <i>Realidad problemática.....</i>	10
1.1.1 <i>Síntomas.....</i>	10
1.1.2 <i>Causas</i>	11
1.1.3 <i>Pronóstico:</i>	14
1.2 <i>Formulación del problema</i>	15
1.2.1 <i>Problema principal.....</i>	15
1.2.2 <i>Problemas específicos</i>	15
1.3 <i>Objetivos</i>	16
1.3.1 <i>Objetivo general</i>	16
1.3.2 <i>Objetivos específicos</i>	16
1.4 <i>Hipótesis.....</i>	16
1.4.1 <i>Hipótesis general.....</i>	16
1.4.2 <i>Hipótesis específicas.....</i>	16
1.5 <i>Información del producto</i>	17
1.5.1 <i>Nomenclatura Arancelaria.....</i>	17
1.5.2 <i>Origen.....</i>	17
1.5.3 <i>Clasificación de razas</i>	18
1.5.4 <i>Usos y propiedades de la palta o aguacate</i>	21
1.6 <i>Marco Teórico</i>	22
1.6.1 <i>Investigaciones Nacionales.....</i>	22
1.6.2 <i>Investigaciones Internacionales</i>	24
1.6.3 <i>Bases teóricas</i>	26
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	44
2.1 <i>Tipo de investigación.....</i>	44
2.2 <i>Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos).....</i>	44
2.3 <i>Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....</i>	47
2.4 <i>Procedimiento.....</i>	47
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	48
3.1 <i>Aplicación principal.....</i>	48
3.1.1 <i>Herramienta Cuantitativa.....</i>	48
3.2 <i>Análisis de Resultados</i>	65
3.3 <i>Contrastación de Hipótesis.....</i>	69

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	75
4.1 <i>Discusión</i>	75
4.2 <i>Conclusiones</i>	77
4.3 <i>Recomendaciones</i>	79
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	80
ANEXOS.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	11
Tabla 2	12
Tabla 3	13
Tabla 4	14
Tabla 5	18
Tabla 6	45
Tabla 7	48
Tabla 8	49
Tabla 9	50
Tabla 10	51
Tabla 11	52
Tabla 12	53
Tabla 13	54
Tabla 14	55
Tabla 15	56
Tabla 16	57
Tabla 17	58
Tabla 18	59
Tabla 19	60
Tabla 20	61
Tabla 21	62
Tabla 22	63
Tabla 23	64
Tabla 24	65
Tabla 25	65
Tabla 26	67
Tabla 27	70
Tabla 28	71
Tabla 29	72
Tabla 30	73
Tabla 31	74

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 La reglamentación establecida por la Unión Europea aplicada a las paltas es un obstáculo para exportar palta Hass.....	48
Figura 2. Los Acuerdos Comerciales vigentes contribuyen al incremento de la exportación de palta Hass.....	49
Figura 3. El factor político en el Perú afecta las relaciones comerciales.....	50
Figura 4. Las condiciones arancelarias son un factor negativo por el cual se enfrenta una empresa cuando quiere exportar.	51
Figura 5. Su empresa cuenta con una infraestructura adecuada para la plantación y exportación de palta.....	52
Figura 6. La empresa cuenta con un departamento de comercio exterior..	53
Figura 7. La empresa cuenta con una Certificación Internacional.....	54
Figura 8. La empresa evalúa semestralmente el grado de cumplimiento de los estándares de calidad.....	55
Figura 9. La empresa cuenta con un nivel de tecnología para el favorecimiento de la calidad de sus productos.....	56
Figura 10. La visión de su empresa contiene a la calidad de producto como factor importante... ..	57
Figura 11. La calidad de nuestra Palta Hass es un factor preferido por los mercados internacionales..	58
Figura 12. La competencia exportadora Internacional de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa.	59
Figura 13. La producción europea de palta pueda convertirse en una fuerte competencia para los empresarios peruanos.	60

Figura 14. La competencia exportadora peruana de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa.....	61
Figura 15. Es importante pertenecer a alguna asociación de exportación..	62
Figura 16. Participan en ferias internacionales para poder promover en el extranjero sus diferentes servicios..	63
Figura 17. La documentación y los trámites son muy burocráticos para la operación de exportación.	64
Figura 18. Histograma de VI	67
Figura 19. Gráfico Q-Q de VI.....	68
Figura 20. Histograma de VD.....	68
Figura 21. Gráfico Q-Q de VD	69
Figura 22. Gráfico Correlación VI-VD.....	70
Figura 23. Gráfico de correlación entre TLC y VD.....	71
Figura 24. Gráfico de correlación Infraestructura-VD	72
Figura 25. Grafica de correlación entre Calidad y VD	73

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo identificar la influencia de algunos factores determinantes que influyeron en las exportaciones de palta peruana a España durante el periodo 2014 – 2018; enfocado a los emprendedores y/o empresarios que deseen incursionar la exportación de palta al mercado español, ya que es un mercado atractivo para la exportación.

En los últimos años, se ha generado un incremento en las exportaciones de palta a nivel mundial, el año 2018 la exportación de palta llegó a su nivel más alto con 722,310 Valor FOB, de un total de casi 800 partidas, esa fruta ocupó el tercer puesto, solo por debajo de las uvas (US\$ 874 millones) y arándanos (US\$ 824 millones), esto debido a diversos factores que han generado que los países inicien planes para aumentar su nivel de producción, con el fin de satisfacer la creciente demanda y con ello incrementar el crecimiento económico del país. Durante el 2018 las exportaciones representaron el 21.2% del PBI peruano dentro de los cuales se encontraba la exportación de palta, además la producción de palta aportó un total de 752,455 Miles USD al PBI total correspondiente a Agricultura, ganadería, caza y silvicultura del Perú en el 2018, esta actividad apporto 5.4% del PBI total del Perú, lo cual genera mayor ingreso para los habitantes.

Los resultados de la presente investigación muestran que el incremento de las exportaciones de palta se debe principalmente al incremento de la productividad y al crecimiento del PBI de España, así como la firma de acuerdos comerciales (TLC's) con España. Por lo tanto, se concluye que los factores: Tratado de Libre Comercio, la infraestructura de las empresas peruanas y la calidad del producto han influenciado en la exportación de paltas debido a que han presentado una correlación entre débil y moderada positiva en la investigación y una significancia estadística de 0.02.

Palabras clave: Palta, factores determinantes, exportación de palta hass a España

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El consumo de palta ha aumentado exponencialmente en los últimos años, su incremento es una mayor tasa en el aumento de la producción, que va con un poco de retraso.

El sabor de la palta, sus propiedades nutritivas la han convertido en un alimento de moda en los países desarrollados y cada vez hay más jóvenes consumidores, los cuales presionan con mayor demanda.

La palta, es una fruta con proteínas, además, gracias a su alto contenido en aceites vegetales, posee un alto contenido calórico y graso. Cuenta con propiedades antioxidantes, por ello se cree que puede ayudar a reducir el riesgo de desarrollar cáncer y enfermedades cardíacas, es decir no solo es un producto fresco y nutritivo, sino que también es funcional para todo tipo de personas y edades.

1.1.1 Síntomas

Durante el periodo 2014-2018, la demanda de palta mundial se ha incrementado en consecuencia ha aumentado el número de países exportadores para satisfacer esta demanda, a nivel mundial existen 140 países que conforman la oferta exportable del mercado mundial de la Palta Hass Sub Partida Nacional 0804.40.00.00, se estima que entre el periodo 2014 - 2018 este mercado tuvo un valor total de 18,939,663 USD Valor FOB, Perú durante de ese periodo ocupó el puesto número 3 del ranking de exportaciones por un valor de 2 005 866 USD, esto equivale el 11.0 % del total de las exportaciones mundiales de palta durante este periodo.

Tabla 1

Lista de países exportadores mundiales para el producto: 080440 Aguacates "paltas", frescos o seco (2014-2018).

Item	Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018	Total
1	MEXICO	1,395,254	1,632,463	2,102,981	2,901,063	2,391,963	9,028,470
2	NETHERLANDS	302,989	322,518	477,240	635,872	733,782	2,169,412
4	PERU	300,111	306,269	396,888	580,399	722,310	2,005,866
5	CHILE	223,893	195,275	371,935	503,619	323,195	1,394,024
6	SPAIN	195,971	212,749	269,105	343,008	346,101	1,170,963
7	ESTADOS UNIDOS	111,854	99,398	128,665	152,283	179,635	559,981
8	SOUTH AFRICA	90,166	70,885	72,202	64,117	116,722	323,926
9	KENYA	37,082	52,086	63,991	77,997	118,303	312,377
10	OTROS	364,102	328,208	443,082	584,348	619,006	1,974,644

Fuente: Trade Map

Elaboración: Propia

Unidad: Miles de Dólar Americano miles Valor FOB

1.1.2 Causas

En los últimos años, se ha generado un incremento en las exportaciones de Palta a nivel mundial, el año 2018 la exportación de palta llegó a su nivel más alto con 722,310 Valor FOB, De un total de casi 800 partidas, esa fruta ocupó el tercer puesto, solo por debajo de las uvas (US\$ 874 millones) y arándanos (US\$ 824 millones), esto debido a diversos factores que han generado que los países inicien planes para aumentar su nivel de producción, con el fin de satisfacer la creciente demanda y con ello incrementar el crecimiento económico del país.

La palta peruana se exporta actualmente a 56 países alrededor del mundo, siendo los principales países en orden de acuerdo con el valor FOB exportado: Netherlands, United States, Spain, United Kingdom y Chile que constituyen el 93.1% del total de las exportaciones peruanas durante ese periodo.

Cabe resaltar que durante el 2018 las exportaciones representaron el 21.2% del PBI peruano dentro de los cuales se encontraba la exportación de palta, además la producción de palta aportó un total de 752,455 Miles USD al PBI total correspondiente a Agricultura, ganadería, caza y silvicultura del Perú en el 2018, esta actividad aporato 5.4% del PBI total del Perú, lo cual genera mayor ingreso para los habitantes.

Tabla 2

Evolución de la exportación peruana al mundo de Palta Hass, periodo 2014-2018

Item	Países de destino	2014	2015	2016	2017	2018	Total valor FOB (dólares)
1	NETHERLANDS	96,397,724	116,905,231	163,503,744	208,643,659	264,379,935	849,830,293
2	UNITED STATES	121,260,670	82,713,896	74,799,542	174,747,522	175,671,211	629,192,841
3	SPAIN	47,561,666	50,377,450	78,120,108	89,198,291	109,202,419	374,459,934
4	UNITED KINGDOM	18,734,438	31,752,982	44,244,572	60,631,390	65,250,183	220,613,565
5	ESPAÑA	3,348,309	13,150,933	12,479,696	10,176,607	34,816,782	73,972,327
6	CHINA	51	103,910	4,580,115	13,678,961	30,030,573	48,393,610
7	HONG KONG	2,106,412	930,224	4,654,107	5,362,177	12,465,130	25,518,050
8	JAPAN	195,003	38,813	2,050,056	9,197,705	13,532,141	25,013,718
9	CANADA	7,445,125	2,374,221	616,173	3,671,728	1,532,150	15,639,397
10	OTROS	3,157,035	6,062,984	11,913,496	10,446,272	12,189,939	43,769,726

Fuente: Sunat

Elaboración: Propia

Unidad: FOB (dólares)

Después de analizar la tabla N°2, la cual muestra los principales países que lideran la lista de países de destino la exportación de palta peruana y que presentan tendencias constantes de crecimiento que van acorde en el incremento de las exportaciones peruanas de palta a nivel mundial, España es uno de los países que demuestra un crecimiento constante en este periodo de tiempo, que va acorde con el crecimiento constante de las exportaciones totales de palta peruana al mundo, es por ello que se enfocara el siguiente estudio a fin de determinar qué factores han influido en esa tendencia, además no es un país que haya sido muy analizado a nivel de exportación de palta.

Tabla 3

Evolución de la exportación peruana de Palta Hass, periodo 2014-2018

Año	Perú – Mundo	Perú – España	%
2014	300,206,433	47,561,666	16%
2015	304,410,644	50,377,450	17%
2016	396,961,609	78,120,108	20%
2017	585,754,312	89,198,291	15%
2018	719,070,463	109,202,419	15%

Fuente: SUNAT

Elaboración: propia

Unidad: Miles de Dólares

En la tabla N° 3 muestra como ha sido el comportamiento de las exportaciones peruanas del producto a los diferentes países del mundo, además de mostrar cuales son los principales países de destino de las exportaciones de palta peruana y como estos se mantienen como los principales destinos de manera constante durante este periodo de tiempo, además muestra que los 5 principales países constituyen el 93.1% de las exportaciones de Palta total de Perú.

Actualmente la demanda de palta en España es mayor a su producción, dado que gran parte de lo producido se exporta, solo en el año 2015 importó un valor de USD 126,95 millones, equivalente a 60 956 toneladas, según Trade Map. Perú es uno de sus principales proveedores además de México, Chile, Marruecos, Francia, Países Bajos y Sudáfrica, la palta está consolidándose en el mercado español, colocándose cada vez más como parte de la dieta del consumidor español, siendo consumido mayormente dentro del hogar español, Sin embargo, es una fruta cuyo consumo aún no es considerable en comparación con otras frutas, como por ejemplo la manzana, plátano, naranja, mandarina y otros, el aumento de su demanda interna sumado al aumento de sus exportaciones, dan como consecuencia que tenga que optar por importar producto para abastecerse, por ejemplo, en el 2018 la exportación de palta peruana a España ascendió a un valor

de 109,202,419 USD Valor FOB que represento el 15.2% del total de la exportación de palta peruana de ese año vs lo exportado en el año 2017 que ascendió a 89,198,291 USD Valor FOB mostrando un aumento del nivel de exportación de 22.4% con respecto al año 2017, siendo este el incremento más alto durante este periodo de tiempo, manteniéndose así dentro de los 5 principales destinos de exportación de palta peruana en el periodo 2014-2018.

En la actualidad, existen alrededor de 186 empresas peruanas que tienen como destino de sus exportaciones de palta hass el país de España, de las cuales 33 conforman el 80.7% de las exportaciones peruanas al mercado a España.

Tabla 4

Empresas peruanas que exportan Palta Hass a España total acumulado periodo 2014-2018

Item	Empresas peruanas exportadoras	2014-2018	%
1	SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	30,867,953	8%
2	CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA S.A.	20,729,614	6%
3	CAMPOSOL S.A.	20,545,141	5%
4	AGRICOLA CERRO PRIETO S.A.	19,578,583	5%
5	EUROFRESH PERU S.A.C	18,166,114	5%
6	GREEN PERU S.A	15,451,951	4%
7	JW EXPORTACIONES S.A.C.	12,386,385	3%
8	VIRU S.A.	11,066,995	3%
9	AVOCADO PACKING COMPANY S.A.C.	10,044,912	3%
10	OTROS	215,622,286	58%

Fuente: Sunat

Elaboración: propia

Unidad: Valor FOB Miles de Dólares

1.1.3 Pronóstico:

De acuerdo con las tendencias de demanda de palta que van en aumento, el Perú deberá ejecutar planes y estrategias que permitan asegurar que se pueda satisfacer la creciente demanda.

Como, por ejemplo, aprovechar los periodos estacionales, a fin de poder ampliar la presencia en España donde la competencia, con México, disminuye su oferta exportable.

Adoptar una política de variación a fin de limitar la elevada dependencia que el Perú enfrenta en su comercio mundial de palta, así permitiría disponer de una mayor capacidad de maniobra, negociación y alternativas ante un potencial cierre de uno de los dos grandes mega mercados del Perú, como son la Unión Europea y los Estados Unidos.

Contar un programa de promoción y difusión de las bondades, calidad y precio de la palta peruana a fin de consolidar su presencia.

Promover el consumo en el mercado español, en ferias internacionales especializadas, en la degustación de este producto bajo diversas presentaciones (ensaladas frescas, postres, dulces), o la promoción de su uso en la industria farmacéutica, química, de belleza, etc.

Control del pronóstico:

Por lo cual, en la siguiente investigación, se determinará cuáles son los factores determinantes y su influencia en las exportaciones peruanas de Palta a España.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema principal

¿Cuáles son los factores determinantes que influyeron a las exportaciones de palta peruana 0804.40.00.00 a España en el periodo 2014 – 2018?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cómo influyó el Tratado de Libre Comercio en las exportaciones de palta peruana a España 2014-2018?
- ¿Cómo se influyó la infraestructura de las empresas exportadoras peruanas con las exportaciones de palta peruana a España 2014-2018?

- ¿Cómo influyó la calidad del producto en las exportaciones de palta peruana a España 2014-2018?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Identificar los factores determinantes que influyeron a la exportación de palta peruana a España, 2014-2018.

1.3.2 Objetivos específicos

- Objetivo específico 1: Determinar la influencia del Tratado de Libre Comercio en las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.
- Objetivo específico 2: Identificar la influencia de la infraestructura de las empresas exportadoras peruana en las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.
- Objetivo específico 3: Determinar la influencia de la calidad del producto en las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.

1.4 Hipótesis

1.4.1 Hipótesis general

El Tratado de Libre Comercio, la infraestructura de las empresas peruanas y la Calidad del producto influyeron a la exportación de palta peruana a España, 2014-2018.

1.4.2 Hipótesis específicas

- H1. El Tratado de Libre Comercio influyo con las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.
- H2. La infraestructura de las empresas exportadoras peruana influyo con las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.

- H3. La calidad del producto influyo con las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.

1.5 Información del producto

1.5.1 Nomenclatura Arancelaria

Partida y Subpartida del Sistema Armonizado (clasificación y descripción única a nivel mundial): 0804.40: Aguacates (paltas), frescos o secos.

Subpartida NANDINA/Nacional (Clasificación específica que cada país puede disponer a partir del 8° dígito hacia adelante, para mayor precisión Perú lo tiene clasificado en 10 dígitos): 0804.40.00.00: Aguacates (paltas), frescos o secos.

1.5.2 Origen

“La palta o aguacate es un cultivo originario de América. El árbol se originó en Mesoamérica, que es la región alta del centro de México y Guatemala” (**William, 1977**).

De acuerdo con la entidad peruana Sierra y Selva exportadora (2018), la palta hass se encuentra dentro de la categoría de frutales y es una variedad de palta cuyo peso promedio de fruto se encuentra entre 200 a 300 gramos. Presenta piel rugosa, coriácea y su col se torna de verde a negro al momento que la fruta se encuentra en un nivel de madurez óptimo para su consumo.

(Aldave, 2017) “En el Perú, el famoso cronista peruano Garcilaso de la Vega en sus Comentarios Reales de los Incas” (1605), narra: “Túpac Inca Yupanqui fue a la provincia Cañari, y de camino conquistó la que hay antes, que llaman Palta, de donde llevaron al Cozco o a sus valles calientes la fruta sabrosa y regalada que llaman palta”. “En lo largo de este libro el autor menciona a la palta, entonces podemos decir que en el Perú sería este el origen del nombre de esta fruta, y también el

tiempo aproximado en que el árbol llegó de Ecuador a Perú, ya que se sabe que la conquista de las provincias norteñas por Túpac Yupanqui ocurrió entre 1450 y 1475” (**Perú ProHass**).

1.5.3 Clasificación de razas

La clasificación de razas está generalizada en 3 tipos:

- Raza mexicana (Persea americana var. drymifolia)
- Raza antillana (Persea americana var. americana)
- Raza guatemalteca (Persea americana var. guatemalensis)

Cada variedad de razas tiene una serie de características agronómicas bien definidas que las detallamos en la tabla 5.

Tabla 5

Características agronómicas

	RAZA MEXICANA	RAZA ANTILLANA	RAZA GUATEMALTECA
Color de yema	Verde	Verde	Violeta
Hojas con olor a anís	Sí	No	No
Floración	De enero a marzo	De febrero a marzo	De enero a abril
Resistencia al frío	Alta (hasta -7°C)	Poca (hasta -1°C)	Intermedia
Resistencia a salinidad	Poca	Mucha	Intermedia
Resistencia a clorosis	Poca	Mucha	Poca
Tamaño fruto	Pequeño (50-300 g)	Grande (400-1500g)	Mediano (200-500gr)
Características de la piel	Muy fina y lisa	Algo gruesa, lisa y brillante	Gruesa, leñosa y rugosa
Características de la pulpa y semilla	Semilla grande y poca pulpa	Pulpa abundante	Pulpa abundante, semilla pequeña
Forma del pedúnculo	Alargado y cilíndrico de diámetro uniforme	Cilíndrico y ensanchado	Forma troncocónica
Maduración	Fin de verano-otoño	Verano y principio de otoño	Fin de invierno y primavera
Calidad del fruto	Buena	Buena	La mejor

Fuente: Guía de las frutas cultivadas (Ed. Mundiprensa)

Variedades:

A partir de estos 3 tipos/razas se obtuvieron gran cantidad de variedad de cultivares. En Perú dada la ventaja de diversidad de climas y suelos se cultivan principalmente las siguientes variedades de cultivar:

- a) **Cultivar Hass:** La piel en la madurez varía de verde a violeta oscuro. Descripción, ovalada. Semillas pequeñas y medianas. Fácil de caer. Buen tamaño de sabor: mayor variedad. Promedio mediano a grande. Cantidad 5-12 onzas. Aspecto: La piel es granular y fina, pero elástica. La pulpa es de color verde claro con textura cremosa. Características de maduración: La piel se oscurece y es sensible a la presión cuando madura. Tratamiento: La vida en la bodega es excepcional. Excelente almacenaje por barco. Excelente respuesta al proceso de etileno. Etapas del año: solo aguacates durante todo el año.
- b) **Cultivar Fuerte:** La palta fuerte, fue por décadas un cultivar estándar, en los años 60 fue reemplazado gradualmente por el cultivar Hass. Es una variedad híbrida resultado del cruce de la raza guatemalteca y la mexicana. Se originó en Puebla-México. El fruto tiene forma de una pera, de tamaño mediano, con un peso medio de 300g a 400g. La cáscara es un poco áspera al tacto, de grosor medio, verde y consistencia carnosas. La calidad de la pulpa es buena, a fibra de la fruta es baja y las semillas son medianas. El contenido de aceite varía entre 18% y 26%. En las zonas costeras del Perú no se recomienda el uso de esta especie (al nivel del mar); en la sierra o selva alta (de 700 a 1 800 m.s.n.m.) se comporta muy bien, con buenas cosechas. En la costa central del Perú el período de cosecha es de mayo a agosto. En otras regiones, las condiciones ambientales permiten que las frutas crezcan en diferentes momentos.

- c) **Cultivar Nabal:** Este cultivar de raza guatemalteca aún sigue cultivándose en Israel y California, aunque están siendo reemplazadas a causa del gran tamaño de sus frutos grandes (300 g a 600g). La cáscara es lisa y algo gruesa y de color verde oscuro. Las semillas son redondas y pequeñas. La pulpa es de color amarillo claro, buen sabor y casi sin fibra. Su nivel de contenido de aceite oscila entre el 15% y 18%. Esta variedad de palta se cultiva sobre el nivel del mar hasta los 1500 metros, en valles abrigados debido a que plantas tiene una baja tolerancia al clima frío. Las plantas llegan a alcanzar un gran tamaño lo que en algunos casos dificulta la cosecha. Se adaptan muy bien a la región costera del Perú, en la zona de la costa central se cosecha desde el mes de setiembre hasta finales de noviembre, en algunos casos se extiende hasta el mes de diciembre. El fruto es de buena calidad, se encuentra en el 3er lugar dentro de las preferencias del pueblo peruano.
- d) **Cultivar Gwen:** Esta variedad es muy parecida en apariencia, sabor y textura a la palta Hass, pero con un tamaño más grande. La fruta es redonda u ovalada. La semilla es pequeña a mediana, fácil de pelar y de buen sabor. La fruta es mediana a grande, mide entre 6-15 oz. y su aspecto de piel verde delgada, granulosa, leñosa, pero flexible. Su pulpa es verde y cremosa. Su maduración es excelente, se conserva bien durante el transporte marítimo en barcos. Se encuentra entre diciembre a septiembre.
- e) **Cultivar Bacon:**
- Es un cultivar híbrido guatemalteco- mexicano, desarrollado en California, por James Bacon. El fruto es de gran tamaño y tiene un peso entre 198 gramos. a 340 gramos. Su cáscara es de color verde, de cascara delgada y lisa, su pulpa es de color amarillo-verde pálido, con un contenido medio de aceite y de buen sabor. El árbol desarrolla un gran vigor vertical. Sin embargo, esta variedad es una de las más adecuadas para zonas frías, con

frecuentes vientos y con riesgo de heladas, esto debido a su alta resistencia a las temperaturas bajas, logrando llegar hasta -4.4° . Es de tipo floral “B”. Su maduración es temprana a diferencia de otras variedades de cultivares.

1.5.4 Usos y propiedades de la palta o aguacate

Según (MINAGRI, 2015). Se utiliza como acompañamiento del pan, como parte de ensaladas, como guarnición, para preparar guacamole y como base o acompañamiento en la preparación de platos, según la gastronomía del respectivo país. Sus frutos y aceites utilizan ampliamente como productos de belleza para la piel y el cabello, y sus hojas se utilizan para producir expectorantes. De la pulpa se extrae un aceite con propiedades y contenidos muy especiales mediante diversas técnicas. Se utiliza no solo en la preparación de alimentos, sino también como medicamento para problemas dermatológicos y en diversos productos estéticos. En cuanto al aspecto nutricional, el aguacate es un alimento con un importante aporte de grasas monoinsaturadas, grasas, fibra, vitamina B6, potasio, calorías, ácidos grasos poliinsaturados y agua.

Los ácidos grasos son una fuente de energía que puede ayudar a regular la temperatura corporal, proteger órganos vitales como el corazón y los riñones, transportar vitaminas liposolubles (A, D, E, K) y promover su absorción. La grasa es esencial para la formación de determinadas hormonas y aporta ácidos grasos esenciales que el organismo no puede sintetizar y debe obtenerse de la dieta diaria. La fibra ayuda a eliminar ciertas sustancias nocivas, como el colesterol o ciertas sales biliares, y ayuda a reducir la glucosa y los ácidos grasos en la sangre. Por lo tanto, los alimentos ricos en carbohidratos con indispensables en una dieta que contenga demasiados carbohidratos, proteínas o grasas.

La vitamina B6 (o piridoxina) contribuye a la formación de glóbulos rojos, glóbulos y hormonas, interfiere con la síntesis de carbohidratos, proteínas y grasas, y coopera en el proceso de mantener los sistemas nerviosos e inmunológico en un estado óptimo, y participa indirectamente en la producción de anticuerpos. La vitamina B6 también puede reducir los niveles de estrógeno, aliviando así los síntomas premenstruales y estabilizando los niveles de azúcar en sangre durante el embarazo. También previene la formación de cálculos de oxalato de calcio o cálculos renales. El potasio y el sodio juntos son responsables de regular el equilibrio ácido-base y la concentración de agua en la sangre y los tejidos. La concentración de estos dos elementos dentro y fuera de las células humanas genera potencial eléctrico, que propicia las contracciones musculares y el impulso nervioso, con especial relevancia en la actividad cardíaca.

1.6 Marco Teórico

1.6.1 Investigaciones Nacionales

(Meza y Osorio, 2019) realizaron un trabajo de investigación que tiene como nombre Factores determinantes en las Exportaciones peruanas de palta Hass a Estados Unidos en los periodos 2010-2011 y 2013-2014 en el marco Perú-Estados Unidos, cuyo objetivo general es analizar el nivel de incidencia de los factores internos y externos que influyeron en las exportaciones peruanas de la partida 080440, correspondiente a la palta hass, a Estados Unidos para el periodo 2010-2011 y 2013-2014. A la vez, se formularon la hipótesis los factores internos tuvieron mayor incidencia en las exportaciones peruanas de la partida 080440, correspondiente a la palta hass, a Estados Unidos en el periodo 2010-2011 frente a los factores externos, mientras que los factores externos tuvieron mayor incidencia en las exportaciones peruanas de la partida 080440, correspondiente a la palta hass, a Estados Unidos en el periodo 2013-2014 frente a los factores internos”. Para concluir, en

la categoría del periodo 2010-2011; los factores internos tuvieron mayor incidencia que los externos.

Dentro de las subcategorías factores internos, se puede determinar que el factor más importante que permitió la evolución de las exportaciones a Estados Unidos de la partida de 080440, es la anulación del tratamiento de frío como requisito de ingreso al mercado estadounidense. Lo que fue soportado por los factores aumento de la producción peruana de palta hass y el apoyo de SENASA. En la categoría periodo 2013-2014 se puede concluir que los factores externos tuvieron más incidencia que los internos. Dentro de la subcategoría factores externos, se puede determinar que el principal factor determinante fue la baja en la producción de la competencia, México y California. Asimismo, el aumento del consumo de palta hass en Estados Unidos también fue un factor relevante.

Hurtado, Murgueytio, Sánchez y Simbala (2017) realizaron un trabajo de investigación que tiene como nombre *Factores críticos de éxito para incrementar participación de mercado de Perú en la exportación de palta Hass a la ciudad de Shanghai – China en los años 2014 a 2021*, cuyo objetivo principal es identificar, comprender y explicar los factores críticos de éxito que nos permitan incrementar nuestra participación de mercado en cuanto a la exportación de palta hass a la ciudad de Shanghai-China del año 2014 al 2021. La hipótesis sostiene que los factores de calidad del producto y el precio, gracias al tratado de libre comercio, harán que el Perú incremente su participación de mercado hacia el año 2021. Los resultados del estudio de este proyecto de investigación rechazan su hipótesis. En conclusión, el precio no es un factor crítico de éxito relevante, ya que, de acuerdo a lo investigado, el precio está en función a la oferta y la demanda. Los exportadores siempre están en busca de oportunidades de negocio y si un mercado como el de

China empieza a demandar más nuestro producto, podrían ingresar a este mercado con un precio mayor aprovechando el momento.

(Aldave, 2017) realizaron un trabajo de investigación que tiene como nombre *Factores críticos de éxito que impulsaron el incremento de las exportaciones peruanas de palta Hass a EEUU durante los años 2011- 2016*, cuyo objetivo general es determinar cuáles fueron los principales factores críticos de éxito que impulsaron el incremento de las exportaciones peruanas de palta Hass a Estados Unidos durante los años 2011- 2016. La hipótesis sostiene que el incremento de nuevas áreas de cultivo, los precios internacionales, el descenso de producción por causa de los fenómenos climatológicos en las zonas más importantes de producción a nivel internacional y el interés por comer sano son algunos de los factores determinantes que han sido favorables para impulsar el incremento de las exportaciones de palta durante los últimos años en el Perú.

1.6.2 Investigaciones Internacionales

Se realizó un trabajo de investigación que tiene como nombre “*Investigación de mercado para la exportación de palta hass al mercado de Italia*”, cuyo objetivo general es *determinar cuáles han sido las principales limitaciones que han afectado las exportaciones de palta Hass al mercado italiano durante los años 2004 - 2011*. A la vez, se formularon la hipótesis general la cual indica las características físicas, el tiempo de maduración, el poco valor agregado que se le brinda a la palta, la competencia con los otros países exportadores, el precio y la poca disponibilidad de la palta en dicho país, son las limitaciones más significativas, que durante el período 2004 - 2011 han afectado la competitividad de las exportaciones de palta Hass al mercado italiano. Para concluir, existe una creciente demanda e interés por el producto, pero aún no existen las condiciones

logísticas necesarias para lograr que la palta importada tenga un precio accesible en el mercado italiano. (Salas, 2012).

Se realizó el siguiente trabajo de investigación que tiene como nombre” *El mercado canadiense, una ventana de oportunidad para las exportaciones de palta peruana, periodo 2016 – 2020*”, cuyo objetivo general es determinar en qué medida las exportaciones peruanas de palta constituirían una oportunidad de negocio en el mercado de Países Bajos para el periodo 2016 - 2020. Asimismo, se formularon como hipótesis general que el mercado canadiense si constituiría una oportunidad de negocio para las exportaciones de palta peruana hass durante el periodo 2016 – 2020. Concluyen que la exportación de palta hass es un negocio rentable, por lo que la planificación y el trabajo asociado es fundamental para mantener la oferta exportable y lograr precios atractivos en los mercados internacionales. En relación con la oferta peruana de palta hass. Se puede concluir que presenta un escenario favorable para abastecer al mercado internacional, debido en gran parte al aumento de su producción durante os últimos años, registrando la cantidad de 357,285 toneladas y un rendimiento promedio de 13t/ha, considerado uno de los mayores rendimientos a nivel mundial. (Cárdenas y Figueroa, 2015).

(Alcedo y León, 2019). Realizaron un trabajo de investigación que tiene como nombre “*Factores determinantes de éxito en la exportación de carmín de cochinilla a China y Unión Europea entre 2013 al 2017*”, cuyo objetivo general es identificar aquellos factores que influyeron en el comportamiento de las exportaciones de carmín de cochinilla en el periodo del 2013 al 2017. Asimismo, se formularon como hipótesis principal la inestabilidad de precios de exportación del carmín de cochinilla, la aplicación de los respectivos acuerdos comerciales del Perú con la Unión Europea y China, las barreras no arancelarias en dichos mercados, el uso de otros colorantes naturales y las preferencias de importadores de carmín por comprar este producto a terceros países,

han influido en el comportamiento de las exportaciones peruanas de carmín de cochinilla en polvo a la Unión Europea y China en el período 2013 al 2017. Se puede concluir a partir de la investigación realizada, la hipótesis general planteada no puede ser aceptada. A lo largo de la investigación realizada los puntos señalados inicialmente no se constituyen en factores determinantes del comportamiento de las exportaciones del carmín de cochinilla en polvo a la Unión Europea y China en el periodo 2013 al 2017, si bien impactaron ligeramente en las exportaciones. Se validó la teoría de la ventaja competitiva de las naciones de Michael Porter, ya que se confirmó que el carmín de cochinilla se desarrolla en un entorno competitivo, debido a que Perú tiene varias ventajas como ser el principal productor de carmín, dado que tiene un clima apto para el cultivo de la cochinilla (su principal materia prima). Además, es un producto de origen natural que se amolda a las regulaciones exigidas por la Unión Europea y China.

1.6.3 Bases teóricas

Definición de términos básicos de exportación

Según F Lafuente (2010). Debese considerar al comercio como el nexo económico entre producción, consumo e inversión; al abastecer al consumidor final con géneros, se convierte en la última fase del proceso productivo. Partiendo del ámbito geográfico, el comercio se divide en comercio interior y exterior.

El comercio interior abarca el conjunto de actividades mercantiles llevado a cabo a escala interna o nacional, realizado entre vendedores y compradores asentados dentro de las fronteras político-económicas de un país determinado, lo cual conlleva una circulación monetaria y una obligatoriedad jurídica nacionales. Al comercio exterior puede considerársele como una técnica de economía exterior, denominada sector exterior; abarca el conjunto de relaciones de intercambio

de bienes y servicios comerciales de un país (residentes) con socios extranjeros (no residentes) mediante ventas o compras que originan créditos y obligaciones en divisas y euros, relación que implica obligatoriedad jurídica nacional e internacional. Ha de calificarse de circulación mercantil exterior la de una economía nacional que, por regla, excede la frontera estatal. A través de ese proceso extraterritorial, la división nacional del trabajo se va ampliando y desemboca en la economía mundial.

Definición de términos básicos de Tratado de Libre Comercio

Según el (Mincetur, 2018). Un Tratado de libre Comercio o TLC es un acuerdo comercial donde, dos o más países, acuerdan una concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias para el comercio de bienes y servicios. El acuerdo entre Perú y la UE, entro en vigencia el 1 de marzo del 2013, busca promover el comercio y la inversión, brindar oportunidades económicas, mejor nivel de vida, abrir fronteras a nuevos mercados para los productos peruanos y desarrollar una oferta exportable competitiva. Asimismo, los productos agrícolas tienen un acceso preferencial del 99.3% y los productos industriales el 100%.

- **Desarrollo histórico de exportación**

Históricamente, según F Lafuente (2007;2010). El comercio exterior de nuestros días emana del sistema librecambista, que, opuesto a la doctrina proteccionista (protección de la producción y comercio nacionales), ampara y estimula la circulación mercantil exenta de medidas o barreras restrictivas que obstaculizan el libre intercambio internacional de bienes y servicios. Es un hecho incontestable que las relaciones comerciales influyen favorablemente la vida económica de cada país con más o menos pujanza. Una característica de la segunda mitad del siglo XX fue que la división internacional del trabajo fue cada vez más útil para el desarrollo de muchos países,

independientemente de su fuerza económica. Las ventajas de las relaciones comerciales internacionales ayudan efectivamente a consolidar la estructura económica de diferentes países y promueven el ritmo de desarrollo a escala nacional y global. Esta evolución se refleja en el hecho de que, si bien entre 1950 y 2007 la producción del mercado mundial solo aumentó 8,6 veces, durante este período las exportaciones de productos básicos se incrementaron 29,2 veces. durante la misma época. A fines del siglo XX, otro aporte beneficioso para la economía nacional fue el desarrollo favorable del parámetro de la relación tráfico internacional de carga sobre el PIB mundial, que pasó del 28% en 1970 al 44,5% en 2004, es decir, en apenas 34 años. 16,5% de prosperidad. En principio, todas las mercancías exportadas o importadas deben pasar por una declaración aduanera detallada, que es completada por el comerciante o sus respectivos agentes y presentada a la autoridad aduanera. La razón es que a las mercancías se les otorga un estatus legal específico basado en tres elementos básicos: valor, tipo y lugar de origen. Desde la abolición de las fronteras fiscales internas de la UE y el establecimiento de un mercado único el 1 de enero de 1993, por definición, esta obligación solo afecta al comercio con terceros países.

. En el marco de las operaciones intracomunitarias no existe declaración aduanera debido a la libre circulación de mercancías. Las medidas de control son esencialmente de naturaleza fiscal.

- **Desarrollo histórico del Tratado de Libre Comercio**

Según la teoría clásica de libre comercio elaborada por David Ricardo, todos los países ganan cuando participan en una zona de libre comercio. Teóricamente, la idea que cada país debe especializarse según sus ventajas comparativas tiene cierta lógica. Sin embargo, existen varias críticas de la teoría clásica. Joan Robinson, entre otros, dice que Ricardo suponía ciertas condiciones que pocas veces ocurren en la realidad, y citaba como ejemplos la inmovilidad internacional del capital y el pleno empleo en cada país. (Dillon, sf).

La historia económica emergió como una disciplina independiente, en reacción a la parcialidad mostrada por los economistas neoclásicos ingleses hacia el libre comercio. (WATKINS, 1992).

Los historiadores económicos muestran que no existe una relación directa entre el libre comercio y el crecimiento económico. Por el contrario, algunos historiadores dicen que el proteccionismo comercial es necesario para la industrialización de Estados Unidos, Alemania y Japón.

En 1933, el celebrado economista inglés John Maynard Keynes cuestionó el valor del libre comercio, no porque dudara de la teoría, sino por sus consecuencias prácticas. Fue el contexto - la Gran Depresión con sus altos niveles de desempleo, la amenaza de guerra, la fuga de capitales y el desequilibrio en los mercados financieros - que llevó a Keynes a cuestionar el libre comercio. Keynes escribió que nadie, "capaz de entender el sentido de las palabras", puede dudar de la verdad fundamental de la teoría de libre comercio. (KEYNES). Sin embargo, más tarde Keynes cuestionó la práctica del comercio sin freno; se pronunció en favor de minimizar el intercambio de bienes y maximar la producción doméstica. "Más que nada" exhortó "que las finanzas sean primordialmente nacionales"(Ibid, p.758).

La historia nos dice que el comercio entre países puede producir intereses comunes. Pero el libre comercio no necesariamente trae beneficios similares a todos los participantes en una zona de libre comercio, especialmente cuando existe una gran asimetría entre los participantes. Los beneficios comerciales se distribuyen de manera desigual entre países, regiones o grupos sociales.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2016) las negociaciones para un Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea culminaron el 28 de febrero de 2010 en la ciudad de Bruselas, luego de Nueve Rondas de Negociación. El 18 de mayo de 2010, durante la VI Cumbre Unión Europea, América Latina y el Caribe (ALC-UE) celebrada en Madrid se anunció

formalmente la conclusión de esta negociación. Asimismo, el 23 de marzo de 2011, luego de concluido el proceso de revisión legal del Acuerdo, este fue rubricado con el objeto de iniciar el proceso interno en cada una de las Partes para la aprobación y entrada en vigencia del Acuerdo, El Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y Perú y Colombia se suscribió el 26 de junio de 2012 en Bruselas, Bélgica. El Acuerdo Comercial Perú-Unión Europea entró en vigencia el 1° de marzo de 2013.

El origen de la negociación de este acuerdo es el marco de relaciones políticas y comerciales desarrollado por la Comunidad Andina (CAN) y la Unión Europea (UE) durante más de 30 años para profundizar y consolidar el proceso de integración de los dos grupos regionales. Por lo tanto, la voluntad de reconciliación ha llevado a las personas a iniciar negociaciones integrales e integrales sobre la firma del acuerdo integral CAN-UE, que incluye tres pilares de negociación: diálogo político, cooperación y comercio. Sin embargo, debido a las diferentes visiones y prácticas de los países andinos, las negociaciones se suspendieron en junio de 2008, lo que dificultaba proponer una actitud conjunta a la UE sobre determinados temas.

Después de muchas gestiones para retomar las negociaciones, en enero de 2009 Perú, Colombia y Ecuador, manifestaron su voluntad de seguir con las negociaciones con la UE, retomaron las mismas con la finalidad de lograr la suscripción un Acuerdo Comercial que sea equilibrado, ambicioso, exhaustivo y compatible con la normativa de la OMC.

Por otro lado, las disciplinas que incluyen las negociaciones fueron: Acceso a Mercados; Reglas de Origen; Asuntos Aduaneros y Facilitación del Comercio; Obstáculos Técnicos al Comercio; Medidas Sanitarias y Fitosanitarias; Defensa Comercial; Servicios, Establecimiento y Movimiento de Capitales; Compras Públicas; Propiedad Intelectual; Competencia; Solución de Diferencias, Asuntos Horizontales e Institucionales; Comercio y Desarrollo Sostenible y Asistencia Técnica y

Fortalecimiento de Capacidades.

Este Acuerdo Comercial forma parte de una estrategia comercial integral que busca convertir al Perú en un país exportador, consolidando más mercados para sus productos, desarrollando una oferta exportable competitiva y promoviendo el comercio y la inversión, para brindar mayores oportunidades económicas y mejores niveles de vida, así como certidumbre, estabilidad y seguridad jurídica para el comercio y las inversiones.

Teorías de Internacionalización

La internacionalización tiene su origen en la teoría clásica del comercio internacional. (Araya 2009, p18). Refiere que internacionalización es un “proceso por el cual una empresa participa de la realidad de la globalización, proyectando sus actividades, total o parcialmente, a un entorno internacional y genera flujos de diversos tipos comerciales, financieros y de conocimiento entre distintos países”. Para (Rialp,1990). La internacionalización es un conjunto de operaciones que permiten el establecimiento de vínculos entre los mercados internacionales y las empresas, el cual se logra a través de un proceso creciente y de proyección internacional. (Andersen,1993). La define como el proceso de adaptar modalidades de transacción de intercambio a mercados internacionales (Villarreal, 2005). Enfatiza la internacionalización como el proceso estratégico evolutivo y dinámico que busca un mayor alcance geográfico internacional. Este proceso se da con un aumento de las capacidades, conocimiento creciente, incremento de recursos y capacidades de cara con el entorno internacional.

(Bardales, 2019) menciona que la economía ha tratado desde hace cientos de años de explicar los factores de competitividad de los países y sus empresas. Prueba de ello son las teorías que a continuación van a mencionarse. En ellas, no se hace mención todavía del término

“competitividad”, en su lugar se habla de la “ventaja” que tienen unos países con respecto a otros en la elaboración de algún bien. Por esa razón se han incluido en este apartado, a manera de antecedente histórico de la competitividad y la integración de las empresas y los países.

La teoría del ciclo de vida del producto internacional de Vernon (CVPI)

Fue desarrollada por (Vernon, 1966). Donde analizó las empresas manufactureras de Estados Unidos y explica los patrones de internacionalización de estas dentro de un contexto de ventaja comparativa. En su modelo toma las nociones clásicas del comercio internacional e introduce aspectos como los efectos de las economías de escala, la incertidumbre y la innovación de productos que afecta en los negocios internacionales. Señala que la empresa de Estados Unidos está determinada por la estructura de los mercados y la dotación de factores y también existe la posibilidad que las ventajas en la producción sean eliminadas por la competitividad de otras empresas presentes en otros países. Asimismo, también señala que la decisión de la localización de la producción depende de los costes salariales y los ingresos per cápita que tenga dicho país. Vernon, mediante el ciclo de vida del producto explica que el producto comenzaría a ser ofrecido en el mercado nacional para que después comience a ser exportado a mercados en el extranjero, dándose esta situación cuando exista la combinación favorable de innovación y ventajas productivas en el país de origen. El CVPI está conformado por 3 etapas las cuales son: Etapa del nuevo producto, etapa de maduración del producto y etapa del producto estandarizado. Cuando se dé el momento que permite llevar el producto a mercados foráneos, este será ofrecido a aquellos mercados que tengan similitudes con los del país de origen. A partir de este punto, continuará la evolución del ciclo de vida del producto el cual llegará a un mayor grado de madurez y estandarización que se caracterizará por tener cualidades más relacionadas con la minimización de costes comerciales o de producción. Este desarrollo de nuevas destrezas para lograr esta

minimización será necesario a medida que ingresen nuevos competidores en el mercado (Vernon, 1966). Siguiendo con esta línea, cuando la demanda del producto llegue a ser más inelástica, factores como la mano de obra comienza a ser representativo para los costes del producto y por esta razón se comienza a considerar la opción de localizar las actividades de agregación de valor en el país extranjero. Más adelante, se espera que la producción de la filial establecida en el extranjero pueda sustituir la exportación de la casa matriz e incluso esta filial podría comenzar a exportar a esta, esto solo si es permitido por las condiciones del país anfitrión. (López, 2017). Señala que la teoría CVPI de Vernon es cada vez menos válida en la actualidad debido a los cambios que se van realizando en el entorno empresarial internacional que da lugar a una red de producción global, sin embargo, recalca que esta teoría sigue siendo importante para explicar aspectos del patrón del comercio internacional en cuanto a la fabricación de productos innovadores. Frente a esta pérdida de validez, (Buckley y Casson, 1976). Sugieren la Teoría de la Internacionalización.

La Teoría de la internacionalización es sugerida por (Buckley y Casson 2009) y tiene su base en la teoría de los costes de transacción. Esta teoría busca explicar porque las empresas multinacionales emergen y se entran en la inversión extranjera directa o IED. 7 (Buckley y Casson, 2009). Explican que la existencia de imperfecciones en el mercado puede beneficiar a la empresa multinacional pues existe la posibilidad de que esta internalice la transacción a un coste menor.

Esta teoría tiene 3 postulados:

- En un mundo de mercados imperfectos, las empresas deben siempre maximizar sus beneficios.
- La creación de mercados internos debe ser incentivado para eludir mercados de productos intermedios imperfectos.

- Las empresas multinacionales son generadas por la internacionalización de los mercados fuera de las fronteras nacionales. Mediante estos postulados, los autores justifican que la internacionalización se da por el concepto de las imperfecciones del mercado y a su vez esta última es considerada como una condición previa para la internacionalización. (Buckley y Casson, 2009). Señalan la existencia de 5 tipos de imperfecciones de mercados, las cuales son: las economías a escala, las actividades interdependientes que implican lagunas temporales, concentración bilateral del poder del mercado y la intervención del gobierno. La más destacada contribución de esta teoría de la internacionalización de la empresa según (López, 2017). Son los conceptos de “menores costos de ubicación y el crecimiento de la internacionalización de los mercados”.

Teoría Ecléctica de Dunning

En esta teoría Dunning trata de explicar el patrón y forma de producción internacional de una empresa la cual está fundamentada por la yuxtaposición de sus ventajas específicas, la predisposición a internacionalizar mercados exteriores y el atractivo para poder producir en dichos mercados. Dunning refiere que para que las empresas puedan tomar la decisión de usufructuar las ventajas competitivas que posee en espacios extranjeros y puedan convertirse en multinacionales deben darse 4 condiciones:

- La empresa debe poseer ventajas propias de cara a las empresas locales en el extranjero.
- A la empresa debe resultarle más ventajoso la explotación de estas contra la opción de alquilarlas o venderlas a otras empresas.
- A la empresa se le debe resultar más rentable localizar alguna parte de su planta de producción en el exterior dependiendo de los factores y determinantes.
- La producción que se realiza en países foráneos debe encontrarse alineada con la

planificación de largo plazo de la organización.

A su vez, Dunning en las revisiones posteriores que realiza sobre su teoría ecléctica propone tres variables para tomar la decisión de abordar mercados internacionales y así elegir el método de entrada a los mismos:

- La propiedad, que puede ser elementos como la técnica de producción, la marca, rendimiento a escala.
- La localización, como existencia de materias primas, tasas salariales bajas, aranceles o impuestos especiales.
- La interiorización, es decir el poder determinar si a la empresa le resulta más rentable salir al extranjero mediante inversiones directas para aprovechar mejor sus activos o si resulta más beneficioso cederlos a otras empresas foráneas mediante licencias o acuerdos comerciales. Según el autor, la configuración adecuada de estas 3 ventajas permite una óptima entrada de la empresa a un mercado extranjero, asimismo se reconoce el paradigma ecléctico de Dunning como un marco analítico unificador, sin embargo, algunos autores como (Itaki, 1991). Señalan que esta teoría es redundante y además existen algunas preocupaciones sobre las interrelaciones del paradigma.

Teoría Ventaja Absoluta

Según Pecina (2005;2006). Refiere que Adam Smith en su obra clásica “The Wealth of Nations” de 1776, argumentaba que los países deben especializarse en la producción de mercancías para las que tengan una ventaja absoluta y, posteriormente intercambiar estos productos por artículos producidos por otros países, nunca se debe producir en casa lo que se pueda adquirir, a un menor costo, de otros países. Esta teoría a pesar de ser la primera en considerar la especialización como un factor estratégico para los países, tomaba ésta sólo a nivel de país entero, no a nivel de regiones.

Actualmente, ningún país tiene el monopolio completo de la producción de ningún bien, sino que, por el contrario, existe una feroz competencia entre estos países para ganar el mercado con los productos fabricados en el país principal de cada país. Por ejemplo, los exportadores compiten con los exportadores de otros países y los productores nacionales del país de destino. Una empresa multinacional puede incluso encontrar más conveniente trasladar las operaciones de fabricación a otro país / región donde se encuentra el mercado objetivo. La teoría de Adam Smith simplifica la cuestión de decidir qué producir, que es un acuerdo de caballeros entre todos los países del mundo para negociar cómo distribuir alimentos, materias primas y bienes manufacturados, bienes industriales o bienes de consumo. Tampoco consideró el tema de la distribución, porque puede ser que un país sea más eficiente en la producción de ciertos productos, pero cuando se trasladen a otra parte del mundo, perderá su ventaja.

Modelos de Internacionalización

El modelo Uppsala

El modelo de internacionalización Uppsala es considerado como una teoría capaz de explicar de manera sólida el proceso de internacionalización de la empresa. La teoría sostiene que la internacionalización de las empresas es un proceso secuencial y esta se ven limitada por 2 factores los cuales son la información y los recursos. En otras palabras, los principales obstáculos que tiene una empresa para poder abordar los mercados foráneos es la carencia de información de estos mercados, lo que genera incertidumbre, y también la escasez de recursos para hacer frente al proceso. Para (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975) la elección de mercados extranjeros para penetrar en las primeras fases de la internacionalización es vital por lo que se debe optar por incursionar en aquellos mercados cuya distancia psicológica es menor y progresivamente se podrá incursionar en mercados con una mayor distancia psicológica. Asimismo, los autores establecen

que durante la penetración de un mercado extranjero se pasa por la denominada cadena de establecimiento, la cual es un proceso de cuatro etapas:

Etapas 1: Exportaciones no regulares o esporádicas, la empresa no tiene un canal regular de información acerca del mercado por lo que no compromete recursos en sus actividades exteriores.

Etapas 2: Uso de representantes independientes para las exportaciones, la empresa tiene un mayor compromiso de recursos a comparación de la etapa anterior y además supone tener un canal de comunicación entre empresa y mercado exterior por el cual puede obtener información de este mercado.

Etapas 3: El establecimiento de sucursales comercial en el exterior, el compromiso sigue creciendo y las decisiones se hacen más irreversibles. En esta etapa la empresa supone tener un canal controlado donde obtiene información del mercado que permite obtener experiencia propia.

Etapas 4: establecimiento de unidades de producción en el exterior, es el nivel más alto en cuanto a compromiso internacional se refiere y se cuenta con la posibilidad de adquirir experiencia realizando actividades en el mercado foráneo correspondiente.

Sin embargo, esta teoría con su modelo secuencial y progresivo subestima la posibilidad del salto de etapas, como es en el caso de las Born globals las cuales a menudo saltan etapas y se internacionalizan poco tiempo después de su fundación.

El modelo Jordi Canals

El Modelo de Jordi Canals (1994). Se basa en la premisa de que la decisión de la empresa de ingresar al mercado internacional en ocasiones está motivada por una serie de supuestos sobre el grado actual o futuro de globalización de la industria correspondiente, y este grado puede acelerarse por tres conjuntos de factores:

- Fuerzas económicas. Estas fuerzas económicas consideran aspectos relacionados con

- Fuerzas de mercado. Este aspecto se refiere al estudio de las necesidades del consumidor y las posibles estrategias para satisfacer estas necesidades, como los canales de distribución y la publicidad.
- Estrategias empresariales. Para estos autores, este aspecto incluye cómo las empresas y quienes los dirigen planean tomar la iniciativa en la expansión de las capacidades en defensa del consumidor.

En algunos sectores, como el alimentario, suelen dominar factores relacionados con el mercado local, lo cual puede ralentizar el proceso de internacionalización. En otros campos, como el automovilístico, la existencia de enormes economías de escala en el desarrollo global del automóvil favorece sin duda la internacionalización de la empresa.

Para el Canals, la empresa sigue un proceso secuencial, que aumenta gradualmente el nivel de compromiso y tiene las siguientes etapas y actividades:

Etapas 1: Inicio

“Exportación pasiva, usualmente el inicio del proceso de internacionalización es lento, con exportaciones pasivas o coyunturales y puntuales, y en cierta forma, experimentales”. Canals, Jordi. (1994). Lo anterior muestra que la empresa adoptó el primer método Implementación desde la exportación de productos, es decir desde una perspectiva comparativa, este modelo "salta" mercados potencialmente atractivos, la estructura del plan y la creación o concepción de la expansión, donde se debe tomar en cuenta primero la exportación.

Etapas 2: Desarrollo

“Exportación activa y alianzas. Se acelera el proceso de internacionalización y la empresa comienza a evaluar cómo ingresar al mercado externo, contactando y haciendo transacciones con

“Factores determinantes que influyeron a la exportación de palta peruana a España periodo 2014 - 2018”
empresas extranjeras o ya establecidas en el país destino”. Canals, Jordi. (1994). En esta etapa, se puede considerar la idea de buscar canales de distribución que ayuden al desarrollo de la empresa. Vale la pena mencionar que, aunque la empresa realiza actividades de exportación; a través del plan, se puede lograr en esta etapa aumentar la producción para la exportación o aumente el destino de exportación.

Etapa 3: Consolidación

“Exportación, alianzas, inversión directa, adquisiciones. Se produce la consolidación de las actividades internacionales, estabilizando las exportaciones, u optando por la alternativa de inversión extranjera directa”. Canals, Jordi. (1994). Teniendo en cuenta la etapa anterior, se puede considerar en esta etapa usar como recurso para otras empresas, para contactar y conectar con ellas a empresas con potencial y utilidad en el proceso de internacionalización.

Por las razones anteriores, en el proceso de internacionalización, debido a que no depende del mercado, sino de la empresa y sus operaciones. Por eso la centralización o descentralización de las actividades y operaciones de la empresa se llevan a cabo de acuerdo con la idea de alcanzar metas, de acuerdo al plan. Descentralización significa delegar responsabilidades y el número de unidades dispersas en el centro de beneficio. Sin embargo, Canals (1997), mencionó otros recursos y aspectos a tener en cuenta, indicando que de ser aceptado, la empresa puede tener más información, para que haya más posibilidades de actividades fructíferas. Este autor, considera los siguientes factores para clasificar diferentes tipos de empresas:

Empresa Exportadora

Inicialmente se centró principalmente en actividades y exportaciones desde el país de origen. Sus principales características son: desarrollo de producto concentrado en el país de origen, fabricación y ventas en cada país donde opera la empresa.

Empresa Multinacional

Se originó en el siglo XIX y se consolidó tras la Segunda Guerra. Utiliza algunas ventajas competitivas importantes (tecnología o productos especiales) y diversifica actividades en muchos países. Su característica principal es: copiar todas las actividades a la empresa matriz en cada filial extranjera.

Empresa Global

La tendencia a la descentralización se invierte, y el negocio internacional interno de la empresa ha tomado una posición dominante y se han desarrollado actividades altamente concentradas en el país de origen, principalmente compras, producción e investigación y desarrollo, A medida que las empresas globales crecen, es necesario desarrollar la capacidad de adaptarse a cada país y a cada mercado.

Empresa Transnacional

Para describir este tipo de empresa, Bartlett y Ghoshall (1989) introducen este concepto mencionando las responsabilidades de la empresa cuya actividad económica es internacional, considerando que estas empresas son las responsables de brindar los mercados con mayor demanda y a mayor cantidad de consumidores. Por esta razón es que, estas empresas deben contar con estrategias que permitan optimizar sus actividades.

El modelo Way Station

La estrategia se basa en instrucciones de proceso en las siguientes situaciones: La expansión e internacionalización de la empresa. El modelo parte de la teoría de Uppsala y es definido por Yip y Montti (1998) como el proceso de internacionalización y la estrategia de las empresas que expanden sus mercados a través de las fronteras. Por tanto, cuando la empresa decida continuar con el proceso de internacionalización, se recopilará información relevante para la definición de

estrategia y oportunidad. Se deben aportar recursos para obtener mayores ingresos de los mercados externos, estos procesos tienen una etapa inicial en la que no se ha considerado el primer proceso de exportación. De esta forma se propone una fase diferente, acreditar la recopilación de información y la promesa que la empresa debe adquirir para ingresar al mercado Internacional.

Motivación y Planeación Estratégica

Este es el primer paso al proceso. Encontrar información importante es fundamental para dirigir el proceso.

Investigación de mercados

Reforzar la investigación de mercado para seleccionar el mejor destino. En este momento, el conocimiento de la relación entre el atractivo del mercado objetivo y las capacidades de la empresa es muy importante.

Selección de mercados

Con base en la información obtenida y la experiencia previa, elegir un mercado específico será lo mejor cuando el mercado sea consistente con la estrategia general de la empresa. Esta información se centra en las características del país, las capacidades de la empresa, las posibles sinergias y las características de la demanda.

Selección del modo de entrada

No existe un método específico para una entrada exitosa y cada situación requiere un análisis específico para determinar el método más conveniente. Factores como el grado de control, los recursos, las capacidades y las preferencias de riesgo tienen un impacto directo y constituyen varios niveles operativos con diferentes formas y contenidos (incluyendo exportaciones, licencias, franquicias, alianzas, joint ventures, filiales, etc.).

Planeación de problemas y contingencias

Las desventajas de la internacionalización pueden mitigarse mediante una mayor investigación sobre las características del mercado.

Estrategia de post entrada y vinculación de recursos

Implica la asignación, movilización y ejecución de recursos, y requiere estrategias bien diseñadas para cada mercado.

Ventaja competitiva adquirida y resultado corporativo total

Estas son medidas del éxito en el proceso de internacionalización.

No hay evidencia estadística para rechazar el modelo. Estos pasos se presentan en una secuencia lógica, pero algunos pasos pueden ocurrir en diferentes etapas de tiempo.

El énfasis del modelo se centra en las etapas de planeación, es decir, la internacionalización será exitosa si las primeras cinco etapas se ejecutan correctamente. (Yip y Monti, 1998).

Teoría del Tratado de Libre Comercio

Según Raffino (2020). Los TLC son firmados por los gobiernos para construir áreas de libre comercio, despojadas de aranceles, barreras tributarias y otros mecanismos proteccionistas, permitiendo así el libre ejercicio comercial entre sus territorios. Sin embargo, no conducen necesariamente a ningún tipo de integración económica, social o política entre las naciones firmantes, sino que es un acuerdo estrictamente comercial.

Si bien este tipo de tratados son comunes en la actualidad, el primero de la historia fue el Tratado franco-británico de libre comercio (conocido como el Tratado de Cobden-Chevalier) firmado en 1891 entre Reino Unido y Francia. El mismo desató una oleada de acuerdos arancelarios bilaterales entre el resto de las naciones europeas de la época, allanando el camino para el comercio multilateral de la región.

Este tipo de tratados se emiten a nivel mundial, no solo para hacer el progreso económico del país, sino también para integrar continuamente la cultura, el idioma y las características de cada nación para generar conciencia global.

Importancia de un Tratado de Libre Comercio

El Tratado de Libre Comercio es parte de una estrategia empresarial de largo plazo que tiene como objetivo consolidar el mercado de productos peruanos para desarrollar productos exportables competitivos, creando así más y mejores oportunidades de empleo. La experiencia muestra que los países de más rápido crecimiento en los últimos años son aquellos que han entrado con éxito en el comercio internacional, ampliando así el tamaño de mercado de sus empresas. En Perú, es obvio que la integración comercial es necesaria como un mecanismo para expandir el mercado, debido a la pequeña escala del mercado local peruano, hay pocas oportunidades de negocios, por lo que no hay generación de empleo.

Ventajas y desventajas de un Tratado de Libre Comercio

Los beneficios de los tratados de libre comercio no solo están relacionados con el lado empresarial, sino que también son beneficiosos para la economía en su conjunto: permiten la reducción o incluso la eliminación de las barreras comerciales arancelarias y no arancelarias en muchos casos; ayudan a incrementar la competitividad de las empresas (es por eso que es posible obtener materias primas y maquinaria a menor costo) al brindar a los inversionistas un cierto período de certeza y estabilidad, promueven el incremento de la inversión extranjera; ayudan a competir en igualdad de condiciones con otros países que han obtenido la ventaja de oportunidades a través de acuerdos comerciales similares Y obtener una ventaja competitiva con países que no han negociado acuerdos comerciales preferenciales, que al final promueven más oportunidades de empleo creadas por las actividades exportadoras.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación tendrá un enfoque cuantitativo, en la cual se utilizarán técnicas de recolección de datos, en este caso las encuestas, mediante el cuestionario como instrumento. Los cuales se procesarán mediante el software estadístico SPSS y así poder concluir la hipótesis.

Según (Hernández et al,2014) “Recolectar los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico” (p. 198).

“Las encuestas son empleadas en investigaciones no experimentales transversales o transaccionales descriptivas o correlacionales- causales. Generalmente utilizan cuestionarios que se aplican en diferentes contextos (entrevistas en persona, por medios electrónicos como correos o páginas web, en grupo, etc.)” (Hernández et al., 2014, p. 159).

La técnica que se empleará es de muestreo no probabilístico, por juicio del experto, quien decidirá que empresas se analizará en el presente trabajo.

(Escobar, Cuervo ,2008). Como se citó en (Robles y Rojas 2015). escribió: El juicio de expertos es un método para validar la opinión dada por personas que tienen experiencia en el tema, y están calificados para dar evidencias.

El nivel de investigación será transversal descriptiva, debido a que se analizarán los datos del 2014 al 2018.

2.2 Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

(Hernández et al, 2014). Definen a la población como el “Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174).

Para la presente investigación la población estuvo conformada por 186 empresas exportadoras de palta al mercado español del 2014 al 2018. Para ello, se ingresó a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT.

Los instrumentos de investigación se aplicarán a las personas entendidas del tema a analizar.

(Hernández et al, 2014, p. 173). Describen como muestra al “subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de ésta”.

La determinación de la muestra se realizó sobre la base de la participación de mercado del nivel FOB de lo exportado de Perú a España. Se ordenó de mayor a menor y con ello se tuvo la participación acumulativa. Con ello, se decidió a utilizar el principio de Pareto de 80/20, por lo que la muestra debe ser mayor al 80% de participación de mercado.

(Bonet, 2005). Define que La Ley de Pareto es una herramienta de calidad y plantea “En cualquier negocio o industria pocos elementos son vitales, mientras que la gran mayoría no lo son”. También se conoce como Ley 20 – 80 ⇒ El 20% de la población es la que provoca el 80 % de los problemas. Hay que buscar el 20% de los rubros que más influyen o quienes provocan el 80% de los problemas (p. 2).

Con esta definición, la muestra representativa será de 36 empresas exportadoras como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 6
Empresas exportadoras

Item	Exportadores	FOB acumulado USD	% Participación	% Participación acumulada
1	SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	30,867,953	8.24%	8.24%
2	CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA S.A.	20,729,614	5.54%	13.78%
3	CAMPOSOL S.A.	20,545,141	5.49%	19.27%

“Factores determinantes que influyeron a la exportación de palta peruana a España periodo 2014 - 2018”

4	AGRICOLA CERRO PRIETO S.A.	19,578,583	5.23%	24.49%
5	EUROFRESH PERU S.A.C	18,166,114	4.85%	29.35%
6	GREEN PERU S.A	15,451,951	4.13%	33.47%
7	JW EXPORTACIONES S.A.C.	12,386,385	3.31%	36.78%
8	VIRU S.A.	11,066,995	2.96%	39.74%
9	AVOCADO PACKING COMPANY S.A.C.	10,044,912	2.68%	42.42%
10	NEGOCACER S.A.C.	9,643,702	2.58%	44.99%
11	SUN FRUITS EXPORTS S.A.	9,568,413	2.56%	47.55%
12	AVO PERU SAC	9,021,695	2.41%	49.96%
13	COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	8,813,147	2.35%	52.31%
14	WESTFALIA FRUIT PERU S.A.C.	8,243,343	2.20%	54.51%
15	NEGOCIACIONES CACERES S.A.C.	8,044,481	2.15%	56.66%
16	CORPORACION FRUTICOLA DE CHINCHA S.A.C.	7,029,652	1.88%	58.54%
17	VERDEFLORES S.A.C.	6,846,912	1.83%	60.37%
18	ALCOAXARQUIA PERU S.A.C.	6,702,544	1.79%	62.16%
19	AGRICOLA CHAPI S.A.	6,097,033	1.63%	63.78%
20	AGRICOLA LAS MARIAS S.A.C.	5,384,297	1.44%	65.22%
21	SOCIEDAD AGRICOLA DON LUIS S.A.	4,975,046	1.33%	66.55%
22	SAN MIGUEL FRUITS PERU S.A.	4,554,368	1.22%	67.77%
23	GREEN FRUITS PERU S.A.C.	4,475,746	1.20%	68.96%
24	AGRICOLA SAN EXPEDITO S.A.C.	4,411,707	1.18%	70.14%
25	EMPRESA AGRO EXPORT ICA S.A.C.	4,304,790	1.15%	71.29%
26	AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C.	3,999,152	1.07%	72.36%
27	CORPORACION AGROLATINA S.A.C.	3,890,387	1.04%	73.40%
28	AGRICOLA DON RICARDO S.A.C.	3,739,001	1.00%	74.40%
29	GREENLAND PERU S.A.C.	3,420,969	0.91%	75.31%
30	AGROINDUSTRIA CAMPO VERDE S.A.C.	3,368,792	0.90%	76.21%
31	AGRICOLA RIACHUELO S.A.C	3,350,397	0.89%	77.10%
32	SEASONS EXPORT S.A.C.	3,344,544	0.89%	78.00%
33	PROCESADORA TORRE BLANCA S.A.	3,237,794	0.86%	78.86%
34	PROCESADORA LARAN SAC	2,891,448	0.77%	79.63%
35	PROYECTOS TORINO S.A.C.	2,767,391	0.74%	80.37%
36	Otros	73,495,535	19.63%	100.00%
TOTAL		374,459,934	100%	

Fuente: Sunat

Elaboración: Propia

Unidad: FOB (dólares)

Asimismo, para determinar la muestra, se realizó un muestreo no probabilístico intencional o dirigida, de acuerdo con (Hernández et al, 2014), este tipo de muestra es “subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación” (p.176). Para esta investigación se ha seleccionado las empresas exportadoras de Palta peruana más representativas y en base a nuestra percepción eran más factibles para conseguir soporte para el llenado de los cuestionarios.

La muestra estará compuesta por 36 funcionarios referidos a la exportación de palta de las 36 empresas en total que tienen el 80% de participación.

2.3 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Para este estudio se ejecutarán encuestas al personal encargado del área de exportación, como, por ejemplo: jefe, coordinador y/o analistas logísticos.

El instrumento que se utilizar será el cuestionario con preguntas cerradas, para lo cual se utilizará la escala tipo Likert. Según (Hernández et al, 2014). Menciona que: En likert se asume que los ítems o las afirmaciones miden la actitud hacia un único concepto subyacente. En el caso de que se midan actitudes hacia varios objetos, deberá incluirse una escala por objeto, porque, aunque se presenten conjuntamente, se califican por separado. En cada escala de Likert se considera que todos los ítems tienen igual peso. (p.244)

2.4 Procedimiento

Se ejecutarán las encuestas a los expertos de forma virtual, enviando el cuestionario por correo electrónico. Con los datos obtenidos y en base a la teoría estudiada se procesará con el software estadístico SPSS.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1 Aplicación principal

3.1.1 Herramienta Cuantitativa

Variable 1: Tratado de Libre Comercio

- Pregunta 1: La reglamentación establecida por la Unión Europea aplicada a las paltas es un obstáculo para exportar palta Hass.

Tabla 7

Pregunta 1

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	2	15	0	16	3	36
%	6%	42%	0%	44%	8%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 1: La reglamentación establecida por la Unión Europea aplicada a las paltas es un obstáculo para exportar palta Hass. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

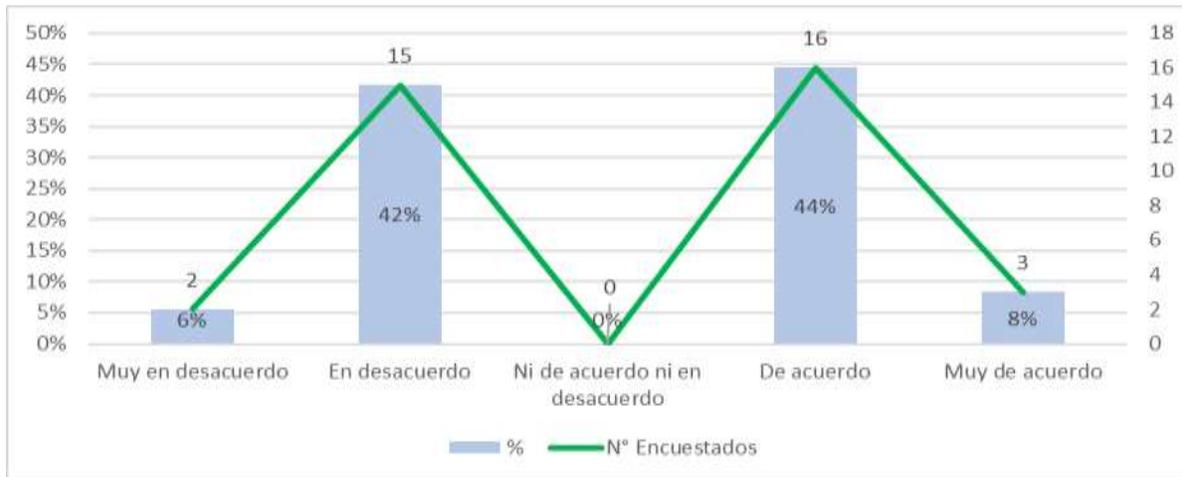


Figura 1 La reglamentación establecida por la Unión Europea aplicada a las paltas es un obstáculo para exportar palta Hass. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (44%) están de acuerdo con que La reglamentación establecida por la Unión Europea aplicada a las paltas es un obstáculo para

exportar palta hass. Mientras que el 42% señalan que están en desacuerdo y por el contrario solo 2 personas (6%) indican que están muy en desacuerdo.

- Pregunta 2: Los Acuerdos Comerciales vigentes contribuyen al incremento de la exportación de palta Hass.

Tabla 8

Pregunta 2

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
Nº Encuestados	0	0	0	29	7	36
%	0%	0%	0%	81%	19%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 2: Los Acuerdos Comerciales vigentes contribuyen al incremento de la exportación de palta Hass. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

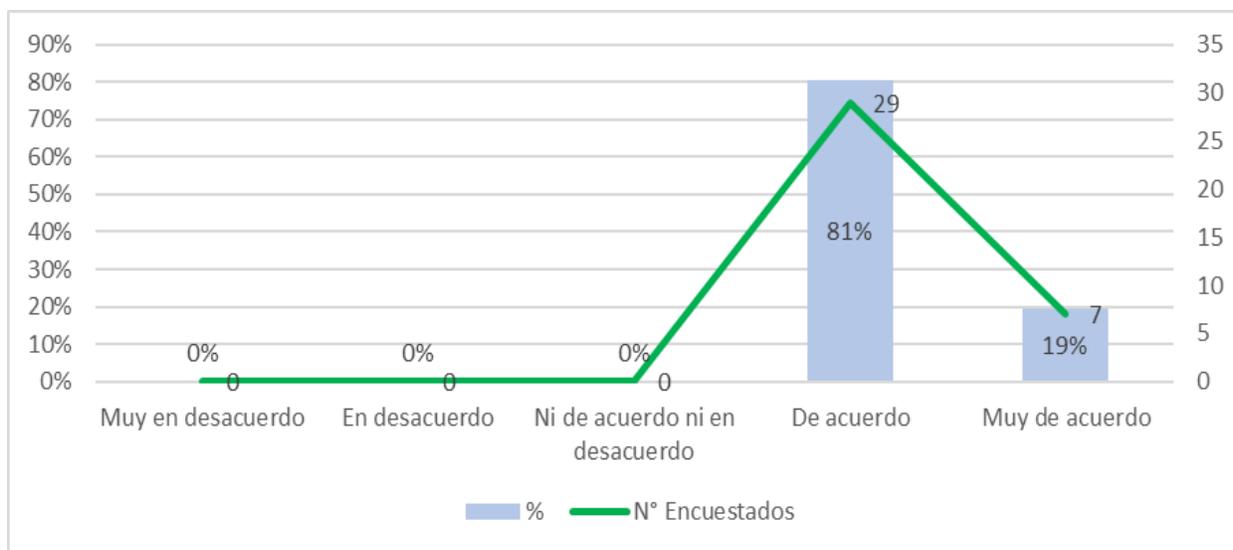


Figura 2. ¿Los Acuerdos Comerciales vigentes contribuyen al incremento de la exportación de palta Hass? Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (81%) están de acuerdo con que Los Acuerdos Comerciales vigentes contribuyen al incremento de la exportación de palta hass. Mientras que el 19% señalan que están en muy de acuerdo.

- Pregunta 3: El factor político en el Perú afecta las relaciones comerciales.

Tabla 9

Pregunta 3

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	0	6	0	25	5	36
%	0%	17%	0%	69%	14%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 3: El factor político en el Perú afecta las relaciones comerciales. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

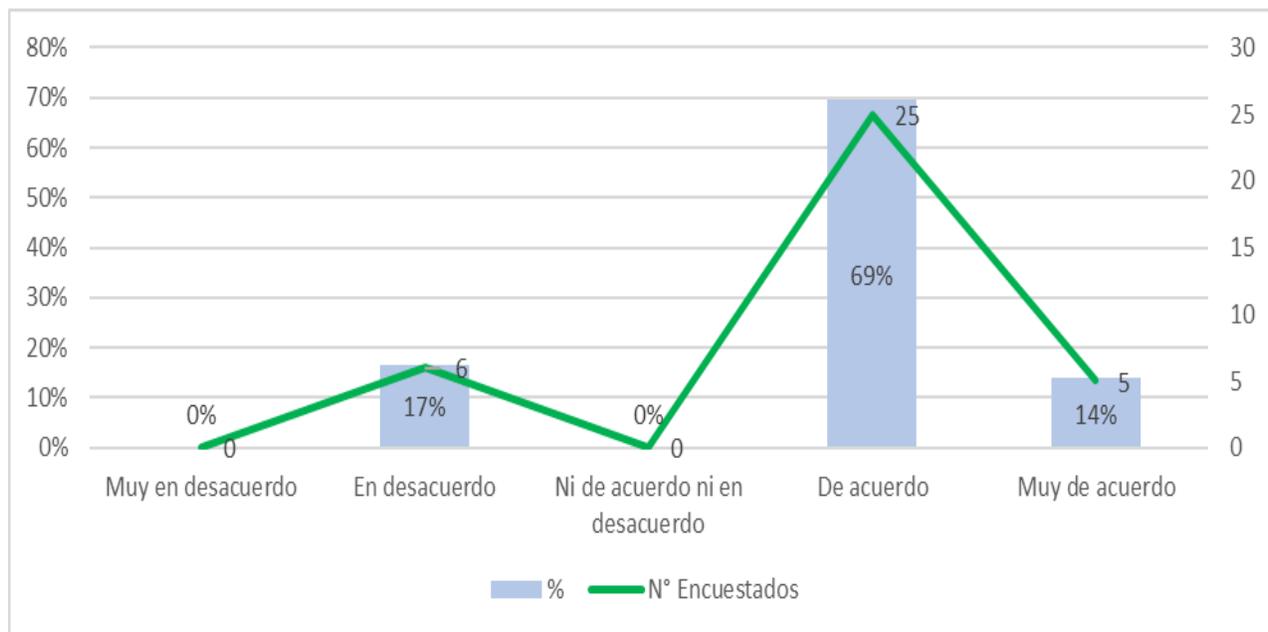


Figura 3. El factor político en el Perú afecta las relaciones comerciales. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (69%) están de acuerdo con que El factor político en el Perú afecta las relaciones comerciales. Mientras que el 17% señalan que están en desacuerdo y por el contrario un 14% señalan que están muy de acuerdo.

- Pregunta 4: Las condiciones arancelarias son un factor negativo por el cual se enfrenta una empresa cuando quiere exportar.

Tabla 10

Pregunta 4

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	1	4	0	22	9	36
%	3%	11%	0%	61%	25%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 4: Las condiciones arancelarias son un factor negativo por el cual se enfrenta una empresa cuando quiere exportar. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

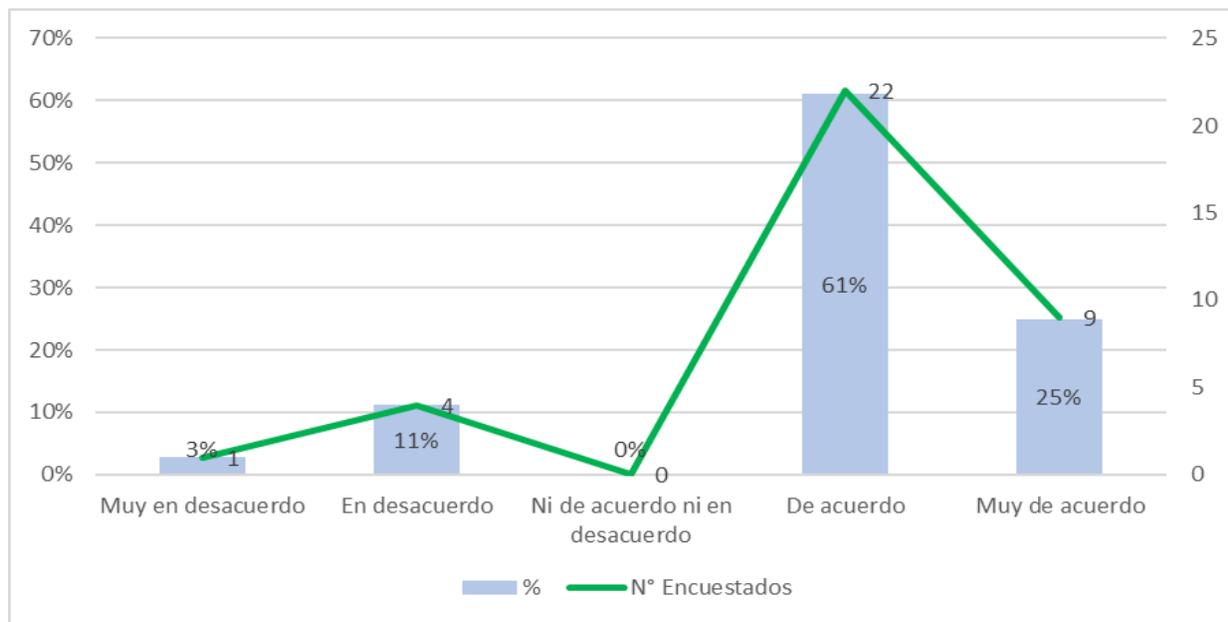


Figura 4. Las condiciones arancelarias son un factor negativo por el cual se enfrenta una empresa cuando quiere exportar. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (61%) están de acuerdo con que Las condiciones arancelarias son un factor negativo por el cual se enfrenta una empresa cuando quiere exportar. Mientras que el 25% señalan que están en muy de acuerdo y por el contrario un 3% señalan que están muy en desacuerdo.

Variable 2: Infraestructura

- Pregunta 5: Su empresa cuenta con una infraestructura adecuada para la plantación y exportación de palta.

Tabla 11

Pregunta 5

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	0	0	0	32	4	36
%	0%	0%	0%	89%	11%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 5: Su empresa cuenta con una infraestructura adecuada para la plantación y exportación de palta. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

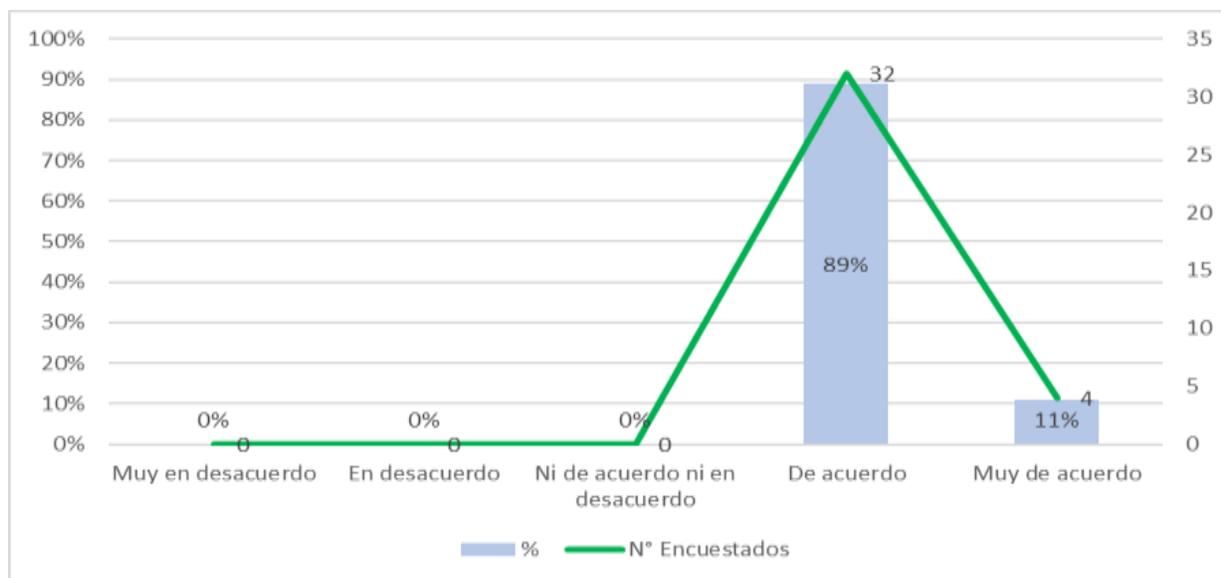


Figura 5. Su empresa cuenta con una infraestructura adecuada para la plantación y exportación de palta. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (89%) están de acuerdo con que Su empresa cuenta con una infraestructura adecuada para la plantación y exportación de palta. Mientras que el 11% señalan que están muy de acuerdo.

- Pregunta 6: La empresa cuenta con un departamento de comercio exterior.

Tabla 12

Pregunta 6

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	1	0	0	28	7	36
%	3%	0%	0%	78%	19%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 6: La empresa cuenta con un departamento de comercio exterior. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

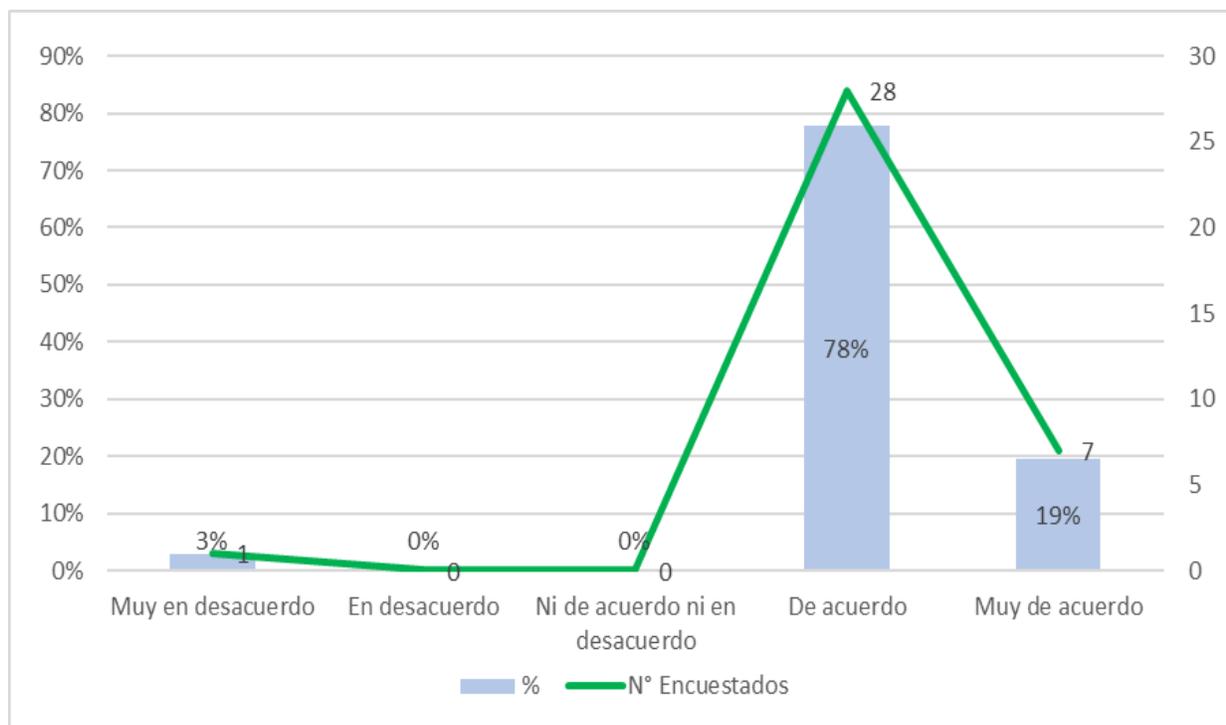


Figura 6. La empresa cuenta con un departamento de comercio exterior. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (78%) están de acuerdo con que La empresa cuenta con un departamento de comercio exterior. Mientras que el 19% señalan que están muy de acuerdo y por el contrario un 3% señalan que están muy en desacuerdo.

Variable 3: Calidad

- Pregunta 7: La empresa cuenta con una Certificación Internacional.

Tabla 13

Pregunta 7

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	0	0	0	20	16	36
%	0%	0%	0%	56%	44%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 7: La empresa cuenta con una Certificación Internacional. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

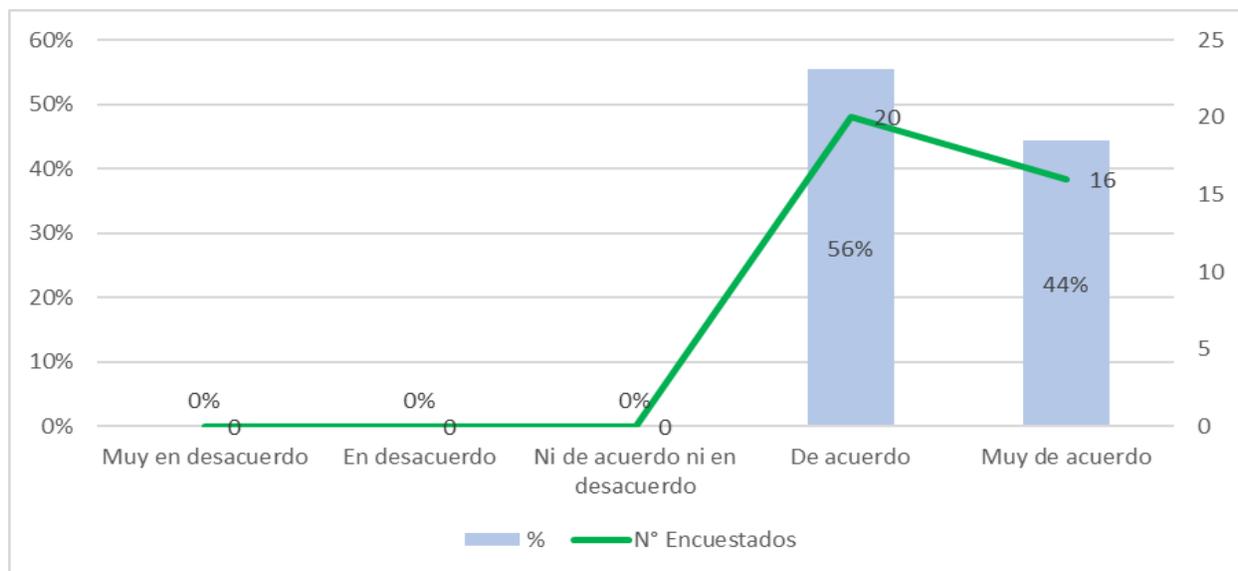


Figura 7. La empresa cuenta con una Certificación Internacional. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (56%) están de acuerdo con que La empresa cuenta con una Certificación Internacional. Mientras que el 44% señalan que están muy de acuerdo.

- Pregunta 8: La empresa evalúa periódicamente el grado de cumplimiento de los estándares de calidad.

Tabla 14

Pregunta 8

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	0	1	0	25	10	36
%	0%	3%	0%	69%	28%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 8: La empresa evalúa semestralmente el grado de cumplimiento de los estándares de calidad. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

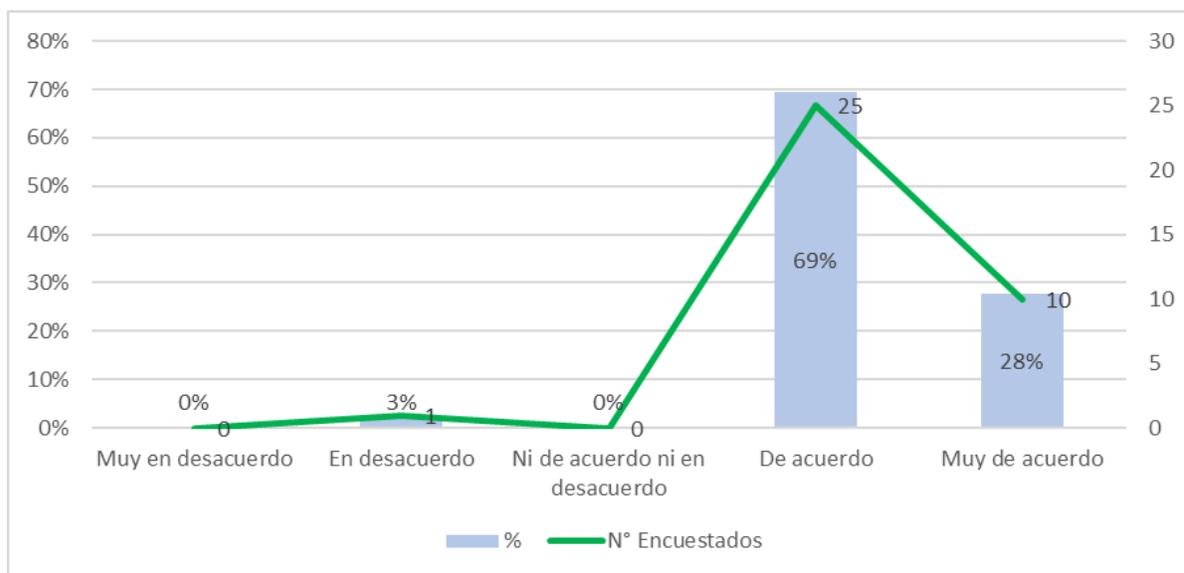


Figura 8. La empresa evalúa semestralmente el grado de cumplimiento de los estándares de calidad. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (69%) están de acuerdo con que La empresa evalúa semestralmente el grado de cumplimiento de los estándares de calidad. Mientras que el 28% señalan que están muy de acuerdo y por el contrario un 3% señalan que están en desacuerdo.

- Pregunta 9: La empresa cuenta con un nivel de tecnología para el favorecimiento de la calidad de sus productos.

Tabla 15

Pregunta 9

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	0	0	0	22	14	36
%	0%	0%	0%	61%	39%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 9: La empresa cuenta con un nivel de tecnología para el favorecimiento de la calidad de sus productos. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

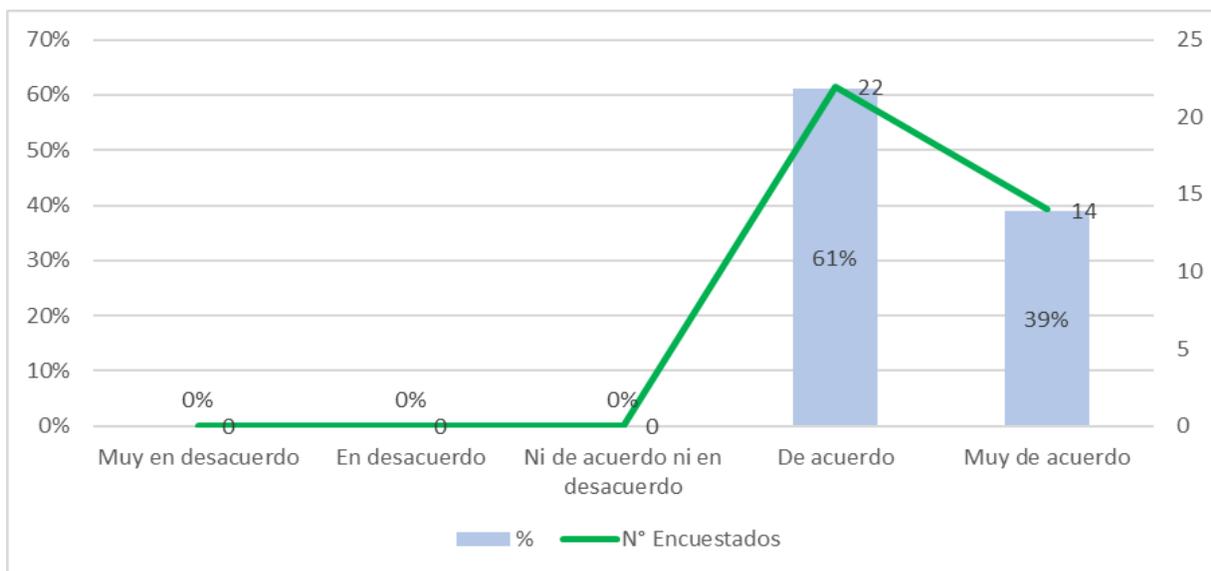


Figura 9. La empresa cuenta con un nivel de tecnología para el favorecimiento de la calidad de sus productos. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (61%) están de acuerdo con que La empresa cuenta con un nivel de tecnología para el favorecimiento de la calidad de sus productos. Mientras que el 39% señalan que están muy de acuerdo.

- Pregunta 10: La visión de su empresa contiene a la calidad de producto como factor importante.

Tabla 16

Pregunta 10

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	0	0	0	24	12	36
%	0%	0%	0%	67%	33%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 10: La visión de su empresa contiene a la calidad de producto como factor importante..

Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

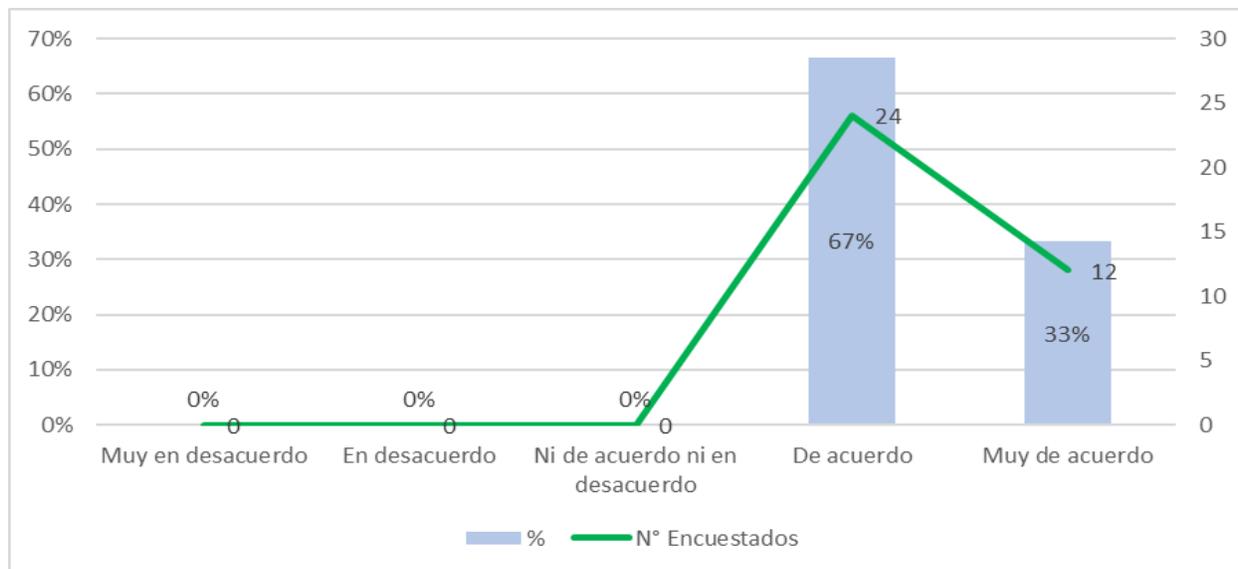


Figura 10. La visión de su empresa contiene a la calidad de producto como factor importante. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (67%) están de acuerdo con que La visión de su empresa debe ser la de buscar nuevos mercados en un futuro próximo. Mientras que el 33% señalan que están muy de acuerdo.

- Pregunta 11: La calidad de nuestra Palta Hass es un factor preferido por los mercados internacionales.

Tabla 17

Pregunta 11

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	0	1	0	19	16	36
%	0%	3%	0%	53%	44%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 11: La calidad de nuestra Palta hass es un factor preferido por los mercados internacionales. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

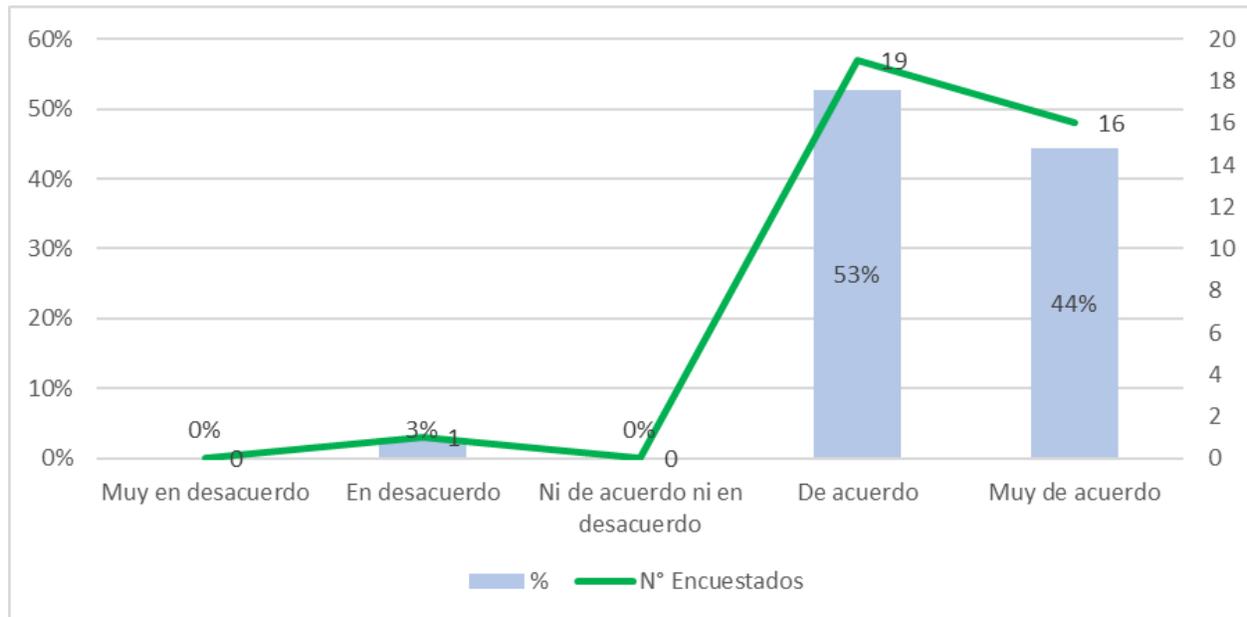


Figura 11. La calidad de nuestra Palta Hass es un factor preferido por los mercados internacionales. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (53%) están de acuerdo con que La calidad de nuestra Palta Hass es un factor preferido por los mercados internacionales. Mientras que el 44% señalan que están muy de acuerdo y por el contrario un 3% señalan que están en desacuerdo.

Variable 4: Exportación

- Pregunta 12: La competencia exportadora Internacional de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa.

Tabla 18

Pregunta 12

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	0	6	0	21	9	36
%	0%	17%	0%	58%	25%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 12: La competencia exportadora Internacional de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

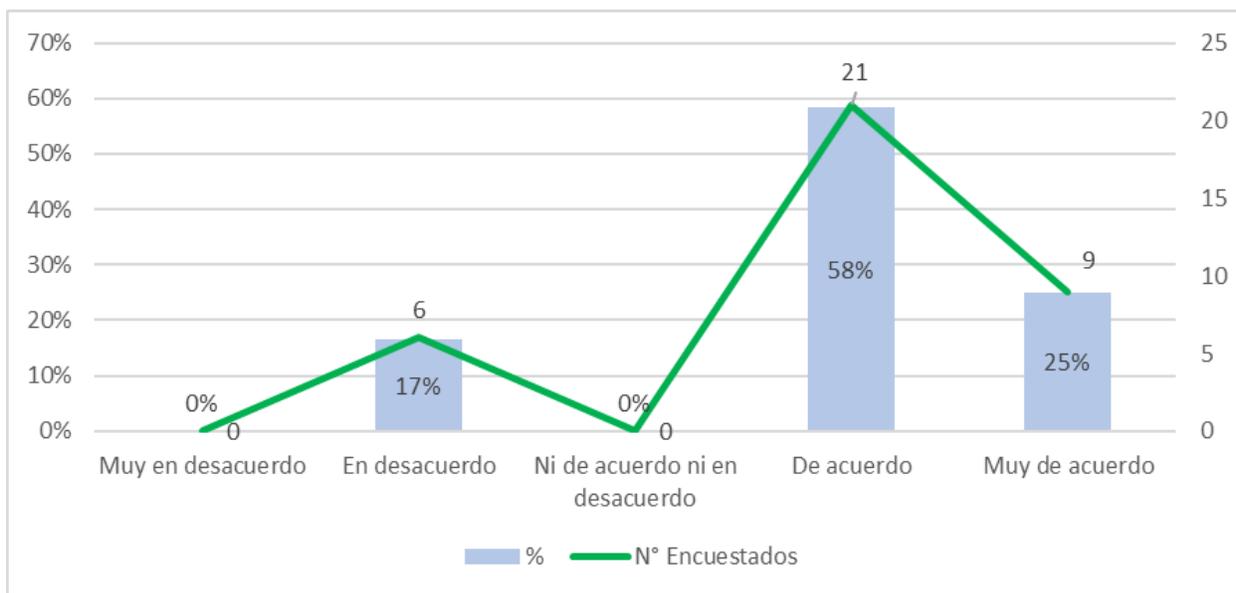


Figura 12. La competencia exportadora Internacional de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (58%) están de acuerdo con que La competencia exportadora internacional de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa. Mientras que el 25% señalan que están muy de acuerdo y por el contrario un 17% señalan que están en desacuerdo.

- Pregunta 13: La producción europea de palta pueda convertirse en una fuerte competencia para los empresarios peruanos.

Tabla 19

Pregunta 13

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	0	1	0	25	10	36
%	0%	3%	0%	69%	28%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 13: La producción europea de palta pueda convertirse en una fuerte competencia para los empresarios peruanos. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

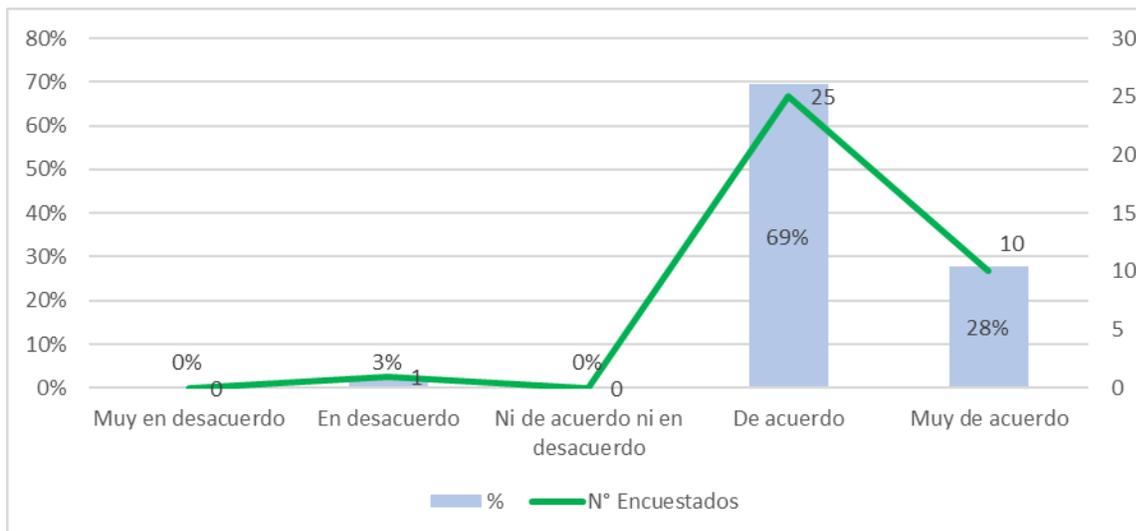


Figura 13. La producción europea de palta pueda convertirse en una fuerte competencia para los empresarios peruanos. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (69%) están de acuerdo con que La producción europea de palta pueda convertirse en una fuerte competencia para los empresarios peruanos. Mientras que el 28% señalan que están muy de acuerdo y por el contrario un 3% señalan que están en desacuerdo.

- Pregunta 14: La competencia exportadora peruana de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa

Tabla 20

Pregunta 14

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	0	5	0	22	9	36
%	0%	14%	0%	61%	25%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 14: La competencia exportadora peruana de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

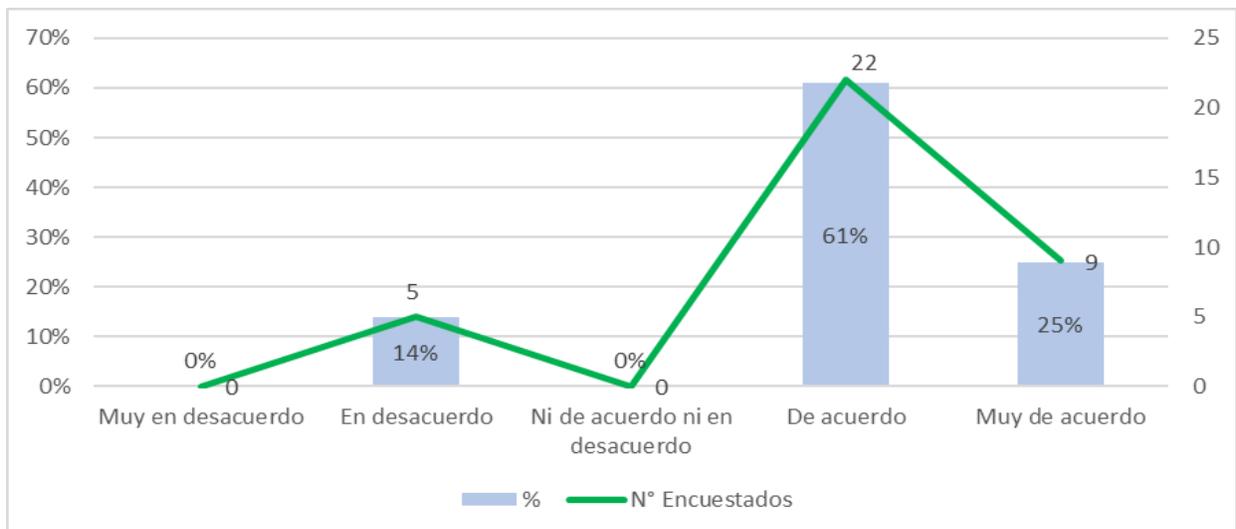


Figura 14. La competencia exportadora peruana de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (61%) están de acuerdo con que La competencia exportadora peruana de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa. Mientras que el 25% señalan que están muy de acuerdo y por el contrario un 14% señalan que están en desacuerdo.

- Pregunta 15: Es importante pertenecer a alguna asociación de exportación.

Tabla 21

Pregunta 15

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	0	5	0	18	13	36
%	0%	14%	0%	50%	36%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 15: Es importante pertenecer a alguna asociación de exportación. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

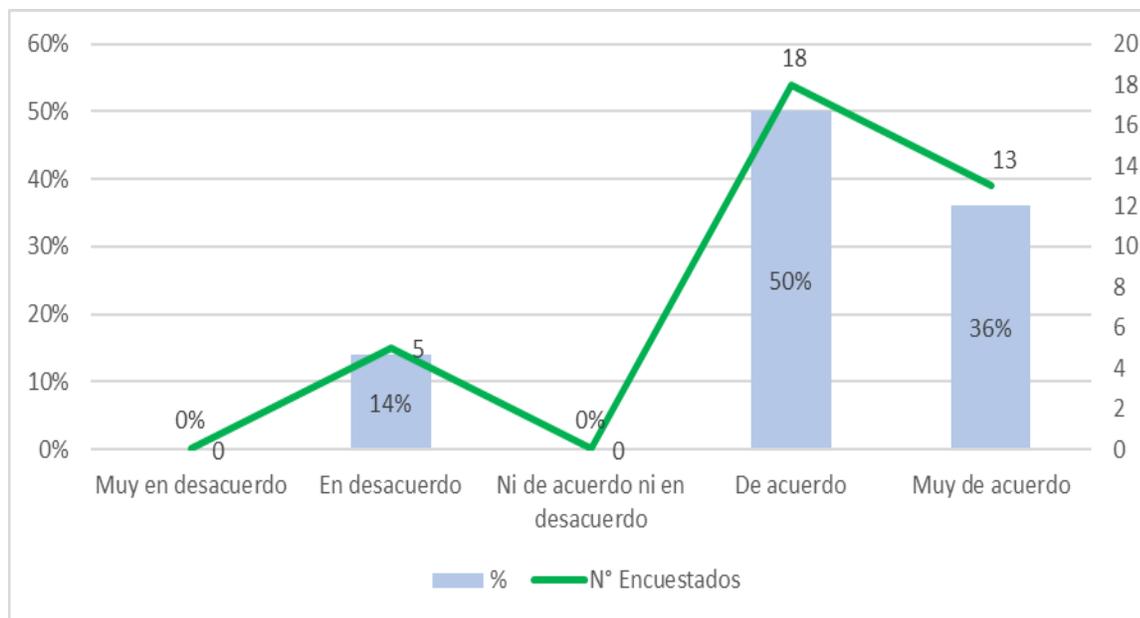


Figura 15. Es importante pertenecer a alguna asociación de exportación. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (50%) están de acuerdo con que Es importante pertenecer a alguna asociación de exportación. Mientras que el 36% señalan que están muy de acuerdo y por el contrario un 14% señalan que están en desacuerdo.

- Pregunta 16: Participan en ferias internacionales para poder promover en el extranjero sus diferentes servicios.

Tabla 22

Pregunta 16

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	0	1	0	15	20	36
%	0%	3%	0%	42%	56%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 16: Participan en ferias internacionales para poder promover en el extranjero sus diferentes servicios. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

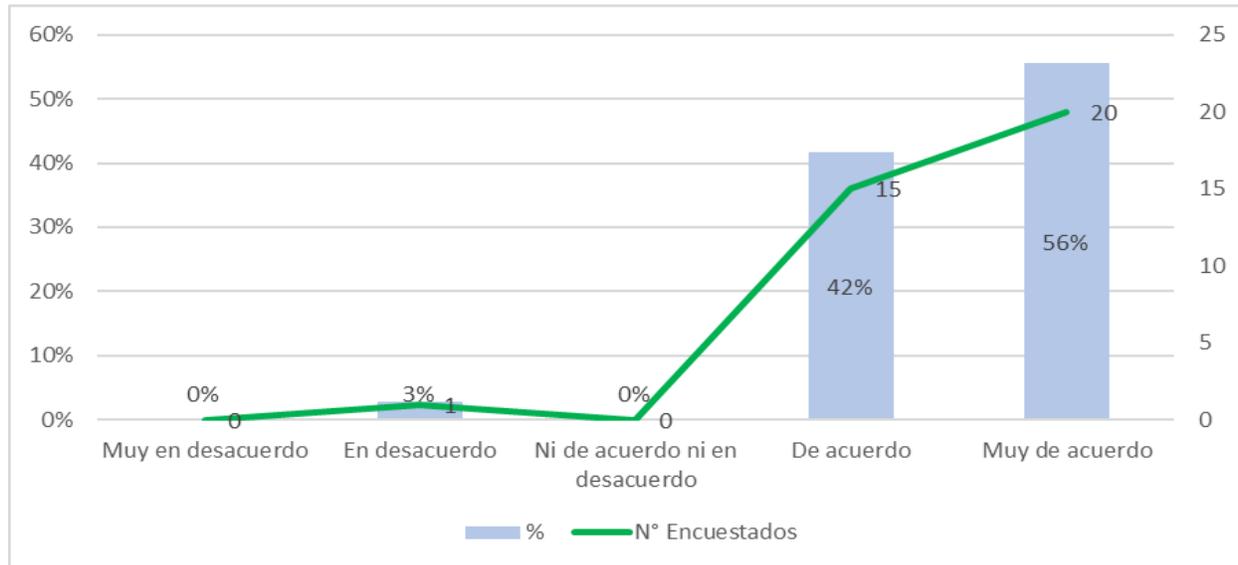


Figura 16. Participan en ferias internacionales para poder promover en el extranjero sus diferentes servicios. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (56%) están muy de acuerdo con que Participan en ferias internacionales para poder promover en el extranjero sus diferentes servicios. Mientras que el 42% señalan que están de acuerdo y por el contrario un 3% señalan que están en desacuerdo.

- Pregunta 17: La documentación y los trámites son muy burocráticos para la operación de exportación.

Tabla 23

Pregunta 17

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Suma
N° Encuestados	0	0	0	26	10	36
%	0%	0%	0%	72%	28%	100%

Nota: Resultado de la pregunta 17: La documentación y los trámites son muy burocráticos para la operación de exportación. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

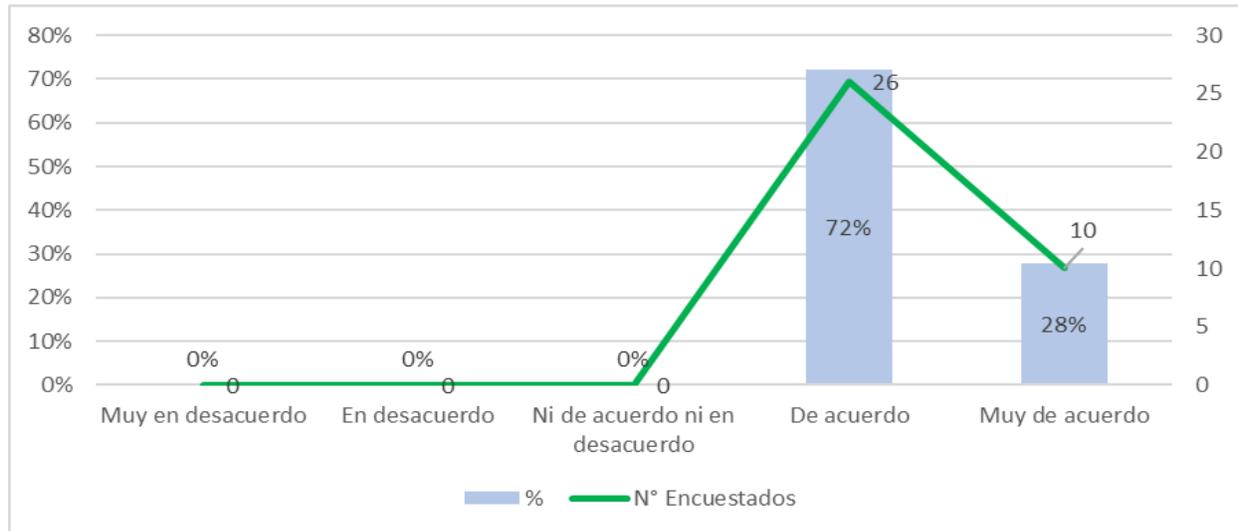


Figura 17. La documentación y los trámites son muy burocráticos para la operación de exportación. Adaptado de “Encuesta de paltas”, por fuente propia, 2020.

Interpretación:

Se observa que la mayoría total de encuestados (72%) están de acuerdo con que La documentación y los trámites son muy burocráticos para la operación de exportación. Mientras que el 28% señalan que están muy de acuerdo.

3.2 Análisis de Resultados

Se analizó la confiabilidad del instrumento de investigación, empleando el estadístico Alfa de Cronbach, obteniéndose el valor de 0.604 que se muestra en la Tabla 24 a continuación.

Tabla 24
Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	
Instrumento Completo	0.604

Según Nunnally el valor obtenido se encuentra en el límite del valor considerado como aceptable para la confiabilidad del instrumento (Nunnally 1994).

Los estadísticos descriptivos como resultado de las encuestas muestran en todos los ítems medias mayores a 3 que en la escala de Likert es el nivel “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, lo que indica que la percepción de los encuestados en términos generales se ubica entre “de acuerdo” y “muy de acuerdo”. La Tabla 25 a continuación muestra los resultados obtenidos

Tabla 25
Medias de los Ítems

Ítems	Preguntas	Media
1	La reglamentación establecida por la Unión Europea aplicada a las paltas es un obstáculo para exportar palta Hass.	3.08
2	Los Acuerdos Comerciales vigentes contribuyen al incremento de la exportación de palta Hass.	4.19
3	El factor político en el Perú afecta las relaciones comerciales.	3.81
4	Las barreras arancelarias son un factor negativo por el cual se enfrenta una empresa cuando quiere exportar.	3.94
5	Su empresa cuenta con una infraestructura adecuada para la plantación y exportación de palta.	4.11
6	La empresa cuenta con un departamento de comercio exterior	4.14
7	La empresa cuenta con una certificación internacional	4.22
8	La empresa evalúa periódicamente el grado de cumplimiento de los estándares de calidad	4.39

9	La empresa cuenta con un nivel de tecnología para el favorecimiento de la calidad de sus productos	4.33
10	La visión de su empresa incluye a la calidad del producto como factor importante.	4.39
11	La calidad de nuestra Palta Hass es un factor preferido por los mercados internacionales	4.5
12	La competencia exportadora Internacional de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa	4.08
13	La producción europea de palta pueda convertirse en una fuerte competencia para los empresarios peruanos	3.97
14	La competencia exportadora peruana de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa	4.47
15	Es importante pertenecer a alguna asociación de exportación. (Ejm. Prohass).	4.22
16	Participan en ferias internacionales para poder promover en el extranjero sus diferentes servicios	3.94
17	La documentación y los trámites son muy burocráticos para la operación de exportación	3.92
N válido (por lista)		36

El instrumento empleado emplea la escala de Likert por lo que los datos de las variables son considerados ordinales. La contrastación de Hipótesis se efectuó mediante al análisis estadístico correlacional, el cual requiere previamente la determinación de la normalidad o no de los datos. En caso exista normalidad se emplea el análisis paramétrico, esto es la Correlación de Pearson, caso contrario debe ser empleado el análisis no paramétrico que corresponde a la Correlación de Spearman (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, y Baptista Lucio 2014). Tanto el análisis de Pearson como el análisis de Spearman son indicados para el análisis de datos ordinales.

La normalidad de los datos se evalúa empleando la prueba de Kolmogorov- Smirnov o la prueba de Shapiro- Wilk (Romero-Saldaña, 2016). El primer caso se emplea si la muestra es mayor a 50 encuestados, la segunda para menos de 50 encuestados. Para el presente estudio al tratarse de una muestra de 36 encuestados se empleó la prueba Shapiro-Wilk para determinar la normalidad de los datos.

Los resultados se muestran en la Tabla 26 y en las Figuras 18, 19, 20 y 21. Como se puede observar se obtuvieron valores estadísticos parecidos y ambas variables, la Independiente y la Dependiente muestran valores con significancia mayor que 0.05 ($p > 0.05$) por lo que se concluye que en ambos casos los datos muestrales de las variables presentan una distribución normal y cumplen el supuesto de normalidad por lo que se debe de emplear para la contratación de hipótesis el análisis de correlación de Pearson.

Tabla 26
Prueba de Normalidad para Vi y VD

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
VI	0.962	36	0.250
VD	0.952	36	0.117

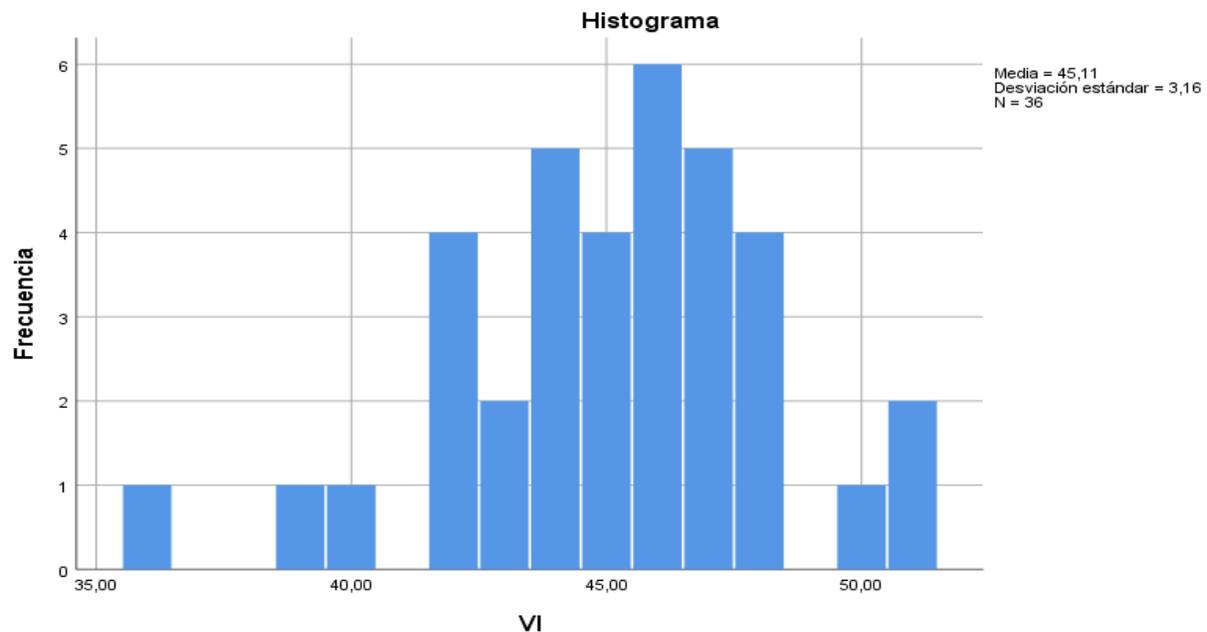


Figura 18. Histograma de VI

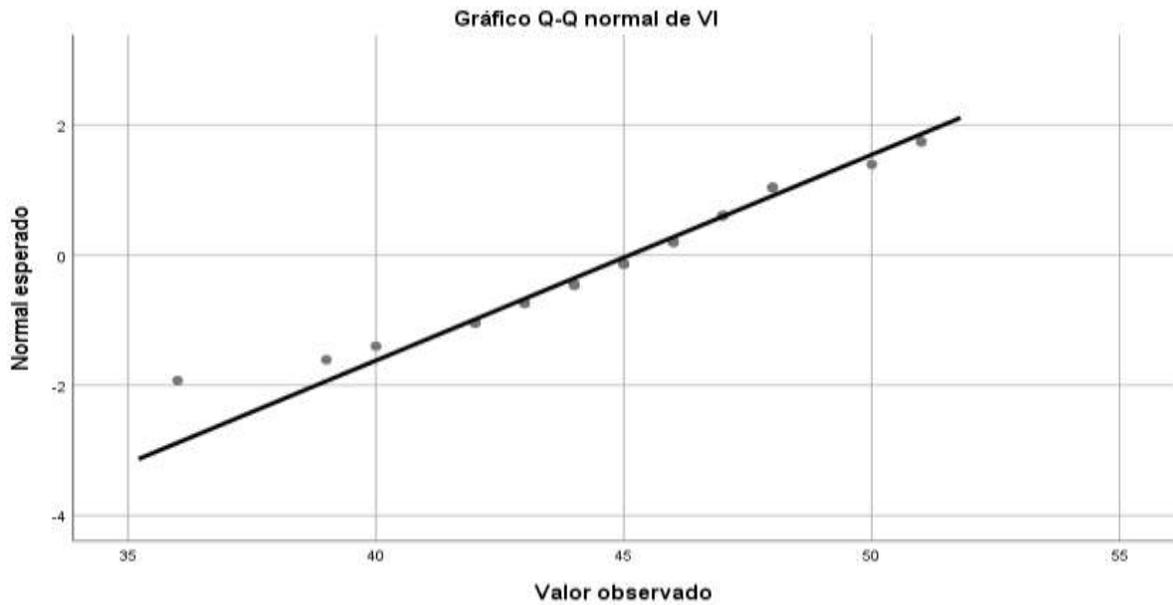


Figura 19. Gráfico Q-Q de VI

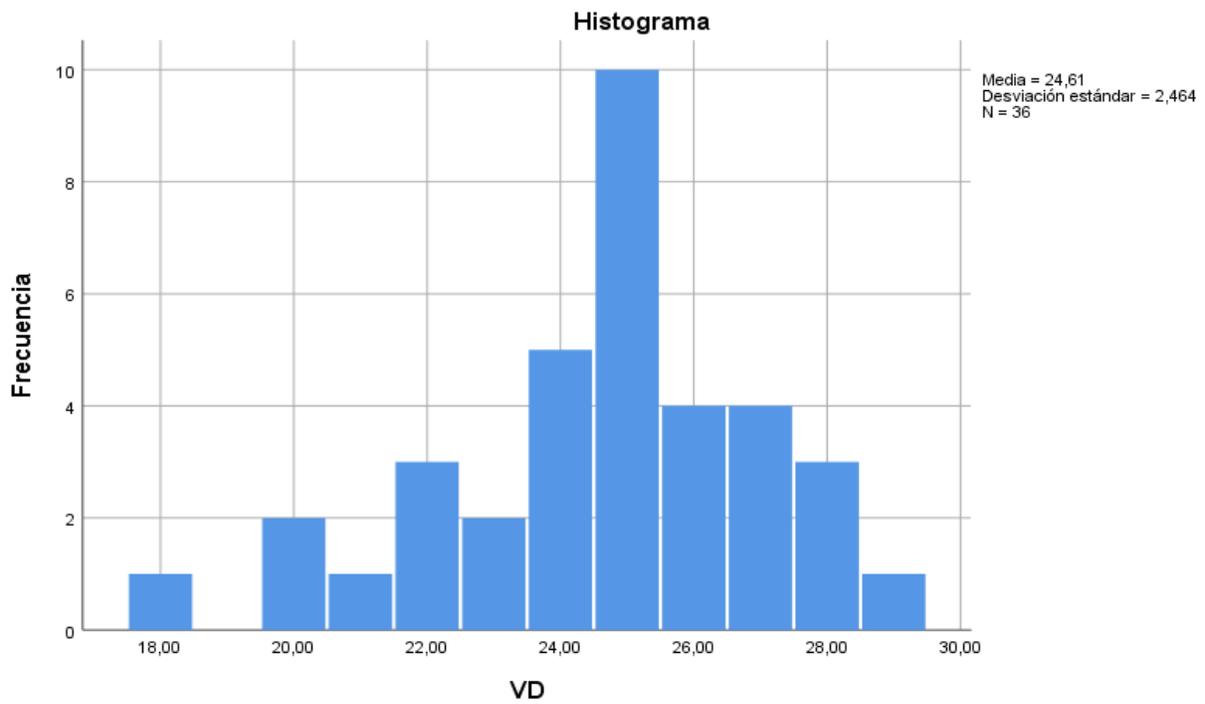


Figura 20. Histograma de VD

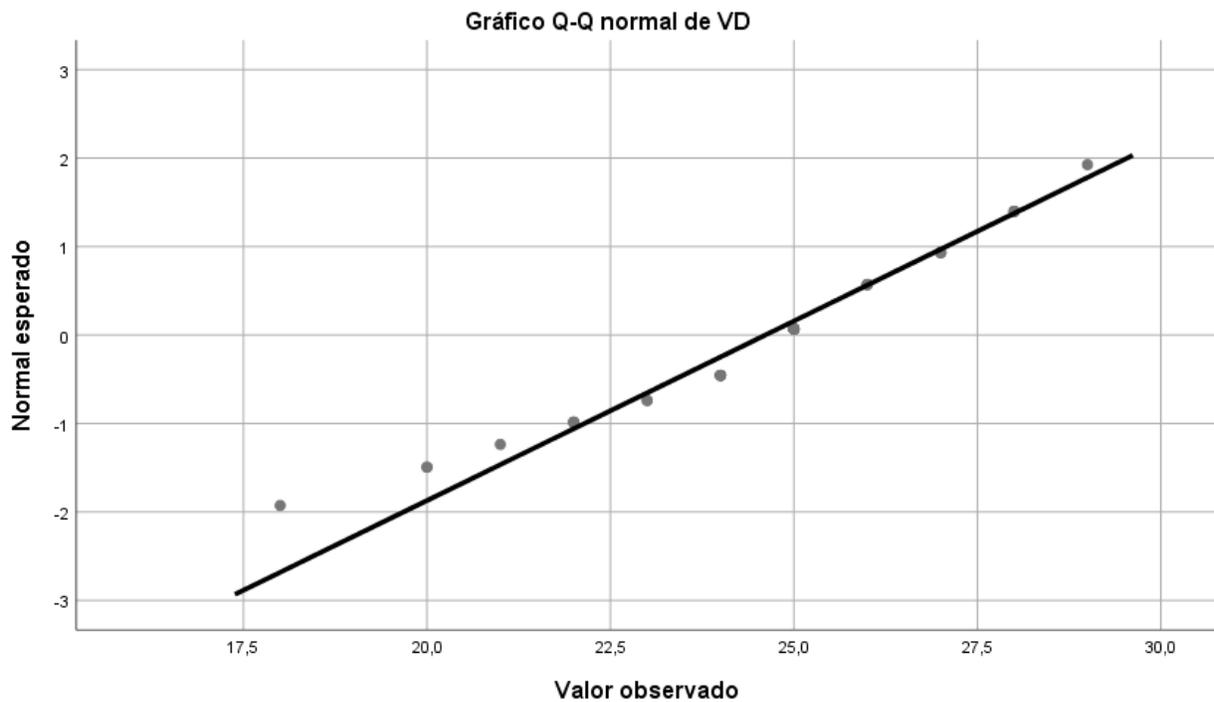


Figura 21. Gráfico Q-Q de VD

3.3 Contrastación de Hipótesis

La contrastación de las Hipótesis se efectuó empleando el análisis paramétrico de correlación de Pearson al cumplir los datos la condición de normalidad.

Hipótesis General:

El Tratado de Libre Comercio, la infraestructura de las empresas peruanas y la calidad influyeron a la exportación de palta peruana a España, en el periodo 2014-2018.

Para efectos del análisis, se consideró como variable independiente a la variable compuesta por las variables: Tratado de Libre Comercio, Infraestructura de las Empresas peruanas y la Calidad. Como variable dependiente la exportación de la palta peruana a España.

El resultado obtenido se muestra en la Tabla 27 y la Figura 22.

Tabla 27

Correlación de Pearson entre VI-VD

	VD	Sig. (bilateral)	Contrastación Hipótesis
VI	0,387*	0.020	Aceptada

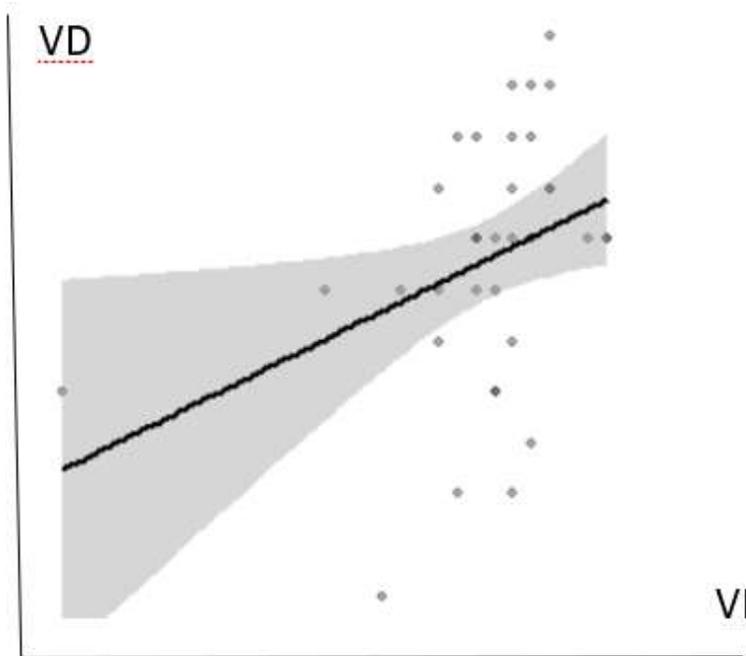


Figura 22. Gráfico Correlación VI-VD

Se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.387. Este valor de correlación se considera en el límite entre una correlación débil y una correlación moderada (Suarez, 2011). Presento una significancia estadística de 0.02 menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis y se concluye que existe una correlación entre débil y moderada positiva entre la Variable Independiente y la Variable Dependiente.

Hipótesis Específicas:

H1: El Tratado de Libre Comercio influyó con las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.

El resultado obtenido se muestra en la Tabla 28 y la Figura 23

Tabla 28
Correlación de Pearson entre TLC y VD

	Correlación de Pearson		
	VD	Sig. (bilateral)	Contrastación Hipótesis
TLC	0.601	0.000	Aceptada

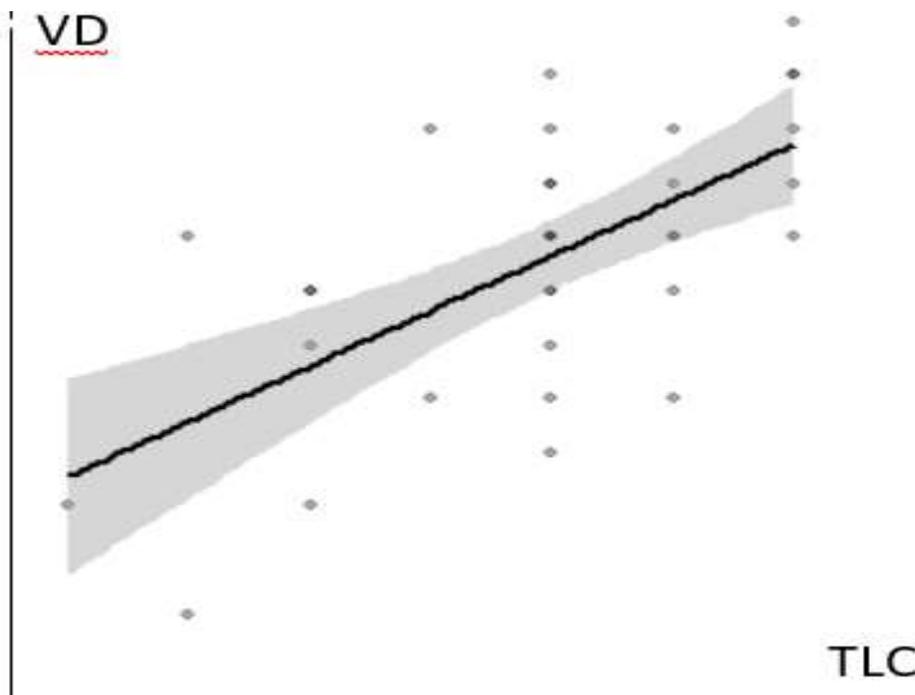


Figura 23. Gráfico de correlación entre TLC y VD

Se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.601. Este valor se considera como una correlación moderada (Suarez, 2011). Presento una significancia estadística de 0.00 menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis y se concluye que existe una correlación moderada y positiva entre la Variable Tratado de Libre Comercio y la Variable Dependiente.

H2: La infraestructura de las empresas exportadoras peruana influyó con las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.

El resultado obtenido se muestra en la Tabla 29 y la Figura 24

Tabla 29
Correlación de Pearson entre Infraestructura y VD

Correlación de Pearson			
	VD	Sig. (bilateral)	Contrastación Hipótesis
INF	-0.075	0.662	Rechazada

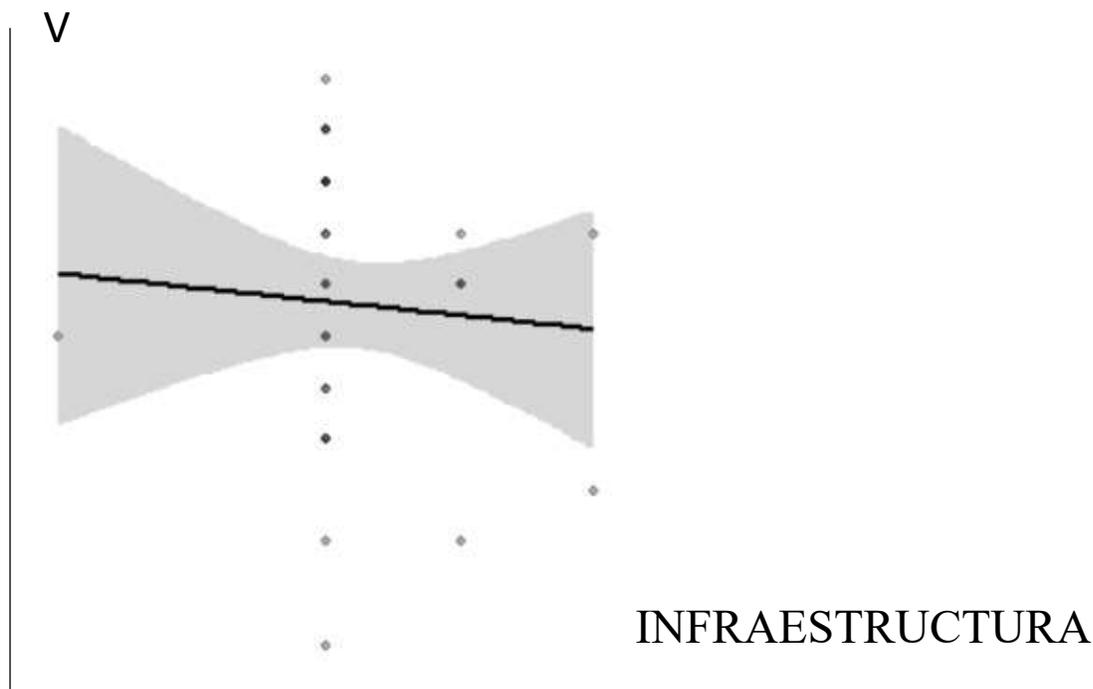


Figura 24. Gráfico de correlación Infraestructura-VD

Se obtuvo un coeficiente de correlación de -0.075 indicando una correlación negativa muy baja entre las variables. Presento además una significancia estadística de 0.662 mucho mayor que 0.05, por lo que no se acepta la hipótesis y se rechaza concluyendo que no existe correlación entre la Variable Infraestructura y la Variable Dependiente.

El bajo nivel de correlación puede verificarse en la gráfica de dispersión de la Figura 24

H3: La exportación de calidad influyó con las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.

El resultado obtenido se muestra en la Tabla 30 y la Figura 25

Tabla 30
Correlación de Pearson entre Calidad y VD

Correlación de Pearson			
	VD	Sig. (bilateral)	Contrastación Hipótesis
CALIDAD	0.01	0.995	Rechazada

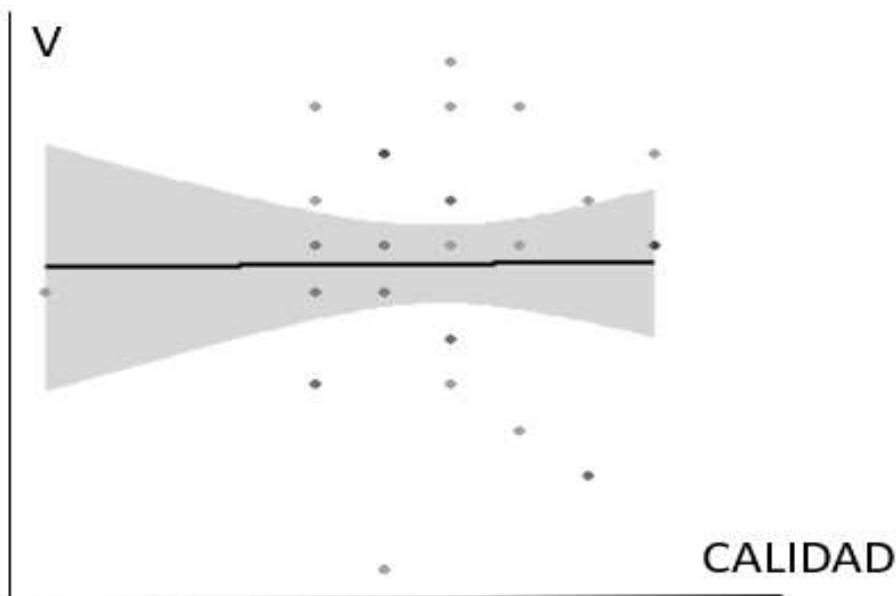


Figura 25. Grafica de correlación entre Calidad y VD

Se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.01, muy cercano a cero indicando que prácticamente no existe correlación entre las variables. Además, la significancia estadística presento un valor de 0.995, un valor mucho mayor que 0.05, por lo que no se acepta la hipótesis y se rechaza concluyendo que no existe correlación entre la Variable Calidad y la Variable Dependiente.

El casi nulo nivel de correlación puede verificarse en la gráfica de dispersión de la Figura 25.

A manera de resumen, la Tabla 31 muestra el resultado de la contrastación de la Hipótesis

General y las Hipótesis específicas

Tabla 31
Contrastación de Hipótesis General e Hipótesis Específicas

	Correlación Evaluada	Correlación de Pearson	Sig. (p-valor)	Influencia	Contrastación
Hipótesis General	VI-VD	0.387	0.020	+	Aceptada
H1	TLC – VD	0.601	0.000	+	Aceptada
H2	Infraestructura-VD	-0.075	0.662	-	Rechazada
H3	Calidad – VD	0.01	0.995	-	Rechazada

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Discusión

En la presente tesis se investiga los factores determinantes que influyeron a la exportación de palta peruana a España, con el objetivo de identificar la correlación que existe entre las variables independientes y dependiente. Con esta base, para el presente estudio se plantearon las hipótesis estadísticas en las que se desarrolla esta investigación.

De acuerdo con los resultados encontrados en esta investigación se puede concluir lo siguiente:

Como primer punto, en el factor Tratado de Libre Comercio se identificó que este factor ha tenido una gran influencia positiva en la tendencia de aumento de las exportaciones peruanas durante ese periodo de tiempo, dada oportunidades y facilidades que se abrieron luego de la entrada en vigencia del TLC.

Para efectos del análisis, se consideró como variable independiente a la variable compuesta por las variables: Tratado de Libre Comercio, Infraestructura de las Empresas peruanas y la Calidad. Como variable dependiente la exportación de la palta peruana a España.

En la hipótesis general, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.387. Este valor de correlación se considera en el límite entre una correlación débil y una correlación moderada (Suarez, 2011). Presento una significancia estadística de 0.02 menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis y se concluye que existe una correlación entre débil y moderada positiva entre la Variable Independiente y la Variable Dependiente.

En la primera hipótesis específica, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.601. Este valor se considera como una correlación moderada (Suarez, 2011). Presento una significancia estadística

de 0.00 menor a 0.05, por lo que se acepta la hipótesis y se concluye que existe una correlación moderada y positiva entre la Variable Tratado de Libre Comercio y la Variable Dependiente.

En la hipótesis 2, se obtuvo un coeficiente de correlación de -0.075 indicando una correlación negativa muy baja entre las variables. Presento además una significancia estadística de 0.662 mucho mayor que 0.05, por lo que no se acepta la hipótesis y se rechaza concluyendo que no existe correlación entre la Variable Infraestructura y la Variable Dependiente lo que significa que cualquier variación o mejora de la variable independiente no impacta a la variable dependiente.

En la hipótesis 3, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.01, muy cercano a cero indicando que prácticamente no existe correlación entre las variables. Además, la significancia estadística presento un valor de 0.995, un valor mucho mayor que 0.05, por lo que no se acepta la hipótesis y se rechaza concluyendo que no existe correlación entre la Variable Calidad y la Variable Dependiente, es decir cualquier variación de la variable independiente casi no impacta o influye en la variable dependiente.

Existen diferentes probabilidades por las que las hipótesis 2 y 3 han sido rechazadas estadísticamente, falla en la selección de la población de nuestro estudio, error de muestreo ya que la muestra pudo ser mayor, la coyuntura social y política de nuestro país también fue factor que causó demora en las respuestas de los empresarios para nuestra investigación, las respuestas de los encuestado no fueron ejecutadas a conciencia o las respondieron personal de la empresa que no son las adecuadas, es decir roles que no tienen conocimiento de exportaciones y el impacto de éstas en sus empresas, probablemente de otras áreas no relacionadas, pero que no afecta la realización de nuestra investigación, más bien nos ha demostrado que no siempre las hipótesis son aceptadas.

Los resultados indicaron que los factores propuestos: Tratado de Libre Comercio – Exportaciones, se identificó que este factores ha tenido una gran influencia positiva en la tendencia de aumento de las exportaciones peruanas, de igual manera el estudio realizado por Rosenzweig (2005), señala que los impactos del Tratado de Libre Comercio sobre el sector agropecuario han sido en general positivos en el frente económico (producción, exportaciones y productividad) mientras que en el frente social no lo han sido (empleo, salarios y pobreza).

En cuanto a la infraestructura de las empresas peruanas – Exportaciones: Según Dongo y Pequeño (2019), indica que los factores como las características del empresario, los factores internos de la empresa y las características de sector tienen influencia en el desarrollo exportador.

Con respecto a la Calidad del producto – Exportaciones: Según Galiana (2018), señala que el proceso que atraviesa toda empresa para exportar, sin importar el rubro económico en el que se encuentre, resulta ser complejo si no se tienen los conocimientos necesarios, para ello, resulta clave que la empresa cuente con la capacidad para cubrir la demanda del mercado internacional en cantidades y calidad, planificando estrategias para dotar de mejores condiciones y características a sus productos.

4.2 Conclusiones

De la investigación realizada se han formulado las siguientes conclusiones:

En primer lugar, teniendo como objetivo general Identificar los factores determinantes que influyeron a la exportación de palta peruana a España, 2014-2018. Se concluye que los factores: Tratado de Libre Comercio, la infraestructura de las empresas peruanas y la calidad del producto

han influenciado en la exportación de paltas debido a que han presentado una correlación entre débil y moderada positiva en la investigación y una significancia estadística de 0.02.

En segundo lugar, se concluye que el Tratado de Libre Comercio es un factor válido por haber obtenido un nivel de significancia de 0.00 el cual se encuentra dentro de los rangos requeridos para este estudio y una correlación moderada y positiva influenciando positivamente a la exportación de palta peruana. Esto se aprecia porque desde que se activó el TLC Perú - Unión Europea en el año 2013, de ahí en adelante el nivel de exportación de palta de Perú a España tuvo un crecimiento considerable debido a que con ello se permitió facilitar el acceso de este producto libre del pago de aranceles al gran mercado europeo entre otras facilidades que se activaron con el TLC.

En tercer lugar, se concluye que el factor infraestructura de las empresas exportadoras ha sido rechazada por haber obtenido el nivel de significancia estadística 0.662 mucho mayor al límite requerido para este estudio, concluyendo que no existe una correlación entre la variable Infraestructura y la exportación de la Palta, es decir esta no influyó o impactó en el aumento o disminución de la exportación de las empresas peruanas, por lo cual si las empresas no tenían la última tecnología para la producción, recolección, separación y empaqueo de paltas, esto no impacto de manera positiva o negativa al nivel de exportación de palta peruana a España..

En cuarto lugar, se concluye que el factor calidad del producto ha sido rechazado por haber obtenido el nivel de significancia estadística 0.995 mayor al límite requerido para este estudio, concluyendo que existe una correlación casi nula entre la variable calidad y la variable dependiente exportación, es decir esta no influyo o impacto de manera positiva o negativa en el nivel de exportación de paltas de las empresas peruanas.

4.3 Recomendaciones

A los futuros investigadores:

- Se recomienda ejecutar el tipo de investigación cualitativa para ahondar la no relación entre los factores de las hipótesis que fueran rechazadas (La infraestructura de la empresa con la Exportación) y (La Calidad del producto con la Exportación).
- Se recomienda para futuras tesis se incluyan como dimensiones la Infraestructura a nivel transporte.

A las empresas:

- Se recomienda para futuras investigaciones que las empresas a encuestar tomen en consideración los alcances de la investigación en aras de que sea más productiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcedo Cuaresma, J & León Zapata, P. (2019) Factores determinantes de éxito en la exportación de carmín de cochinilla a China y Unión Europea entre 2013 al 2017. (Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Negocios, Perú.) Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625686/Alcedo_CJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y. [Consulta: 25 de abril de 2020]
- Aldave Diaz, B (2017) Factores críticos de éxito que impulsaron el incremento de las exportaciones peruanas de palta hass a EEUU durante los años 2011 – 2016. (Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Negocios, Perú.) Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623137/Aldave_db.pdf?sequence=5&isAllowed=y. [Consulta: 22 de abril de 2020]
- Alvarez Salinas, A (2019) Factores que limitan la oferta exportable de palta hass hacia el mercado de Estados Unidos de los productores del distrito de 27 de noviembre Provincia de Huaral, 2019 (Tesis de Licenciatura, Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos). Recuperado http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6440/alvarez_saa.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consulta: 20 de abril de 2020]
- Agraria.pe (08 de enero de 2020). Exportaciones de palta Hass en la campaña 2020 superarán a la anterior. Recuperado de <https://agraria.pe/noticias/exportaciones-de-palta-hass-en-la-campana-2020-superaran-a-l-20586>. [Consulta: 25 de marzo de 2020]
- Agronegocios Génesis (09 de noviembre de 2018). Requerimientos para exportar palta al mercado europeo. Recuperado de <http://www.agrogenesis.com/exportacion-de-palta-peru/>. [Consulta: 21 de marzo de 2020]
- Agrodata Perú (12 de mayo de 2017). Paltas – Aguacate Perú Exportación 2017 Abril. Recuperado de <https://www.agrodataperu.com/2017/05/paltas-aguacate-peru-exportacion-2017-abril.html>. [Consulta: 05 de abril de 2020]
- América Economía (28 de enero de 2020). Pequeños productores peruanos de palta Hass inician exportación a Chile. Recuperado de <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/pequenos-productores-peruanos-de-palta-hass-inician-exportacion-chile>. [Consulta 14 de marzo de 2020]
- Andina (04 de marzo de 2018). Perú exportó palta por US\$ 580 millones en 2017 y es segundo proveedor mundial. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-exporto-palta-580-millones-2017-y-es-segundo-proveedor-mundial-702008.aspx>. [Consulta: 04 de abril de 2020]

Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales (2010). Fernando Lafuente. Aspectos del Comercio Exterior. Recuperado de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/866/comercio%20exterior.htm>. [Consulta 10 de marzo de 2020]

Biblioteca Virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales (2010). Mauricio Igor Pecina Rivas. Clusters y Competitividad. Recuperado de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/900/Teorias%20del%20comercio%20Internacional.htm>. [Consulta 15 de marzo de 2020]

Carhuapoma Ramírez, M & Torrejón García, K (2019) Factores determinantes en la evolución de la partida 0804502000, en el marco del TLC Perú-Unión Europea con destino a los Países Bajos en el periodo 2011 al 2017. (Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Negocios, Perú). Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626049/Carhuapoma_R_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y. [Consulta: 22 de abril de 2020]

Diario Gestión. (21 de enero 2019). Palta Hass: Alistan 2,000 nuevas hectáreas de cultivos con una inversión de US\$ 50 millones. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/palta-hass-alistan-2-000-nuevas-hectareas-inversion-us-50-millones-256181-noticia/>. [Consulta: 04 de marzo de 2020]

Diario Gestión (22 de febrero de 2020). Perú se convertiría este año en el segundo exportador mundial de palta. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/peru-se-convertiria-este-ano-en-el-segundo-exportador-mundial-de-palta-noticia/> [Consulta: 13 de marzo de 2020]

Dongo Huanca, M & Pequeño Arteaga, J (2019) Factores que influyen en el desarrollo exportador de las PYMES del Sector textil y confecciones en Lima Metropolitana (Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Negocios, Perú). Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626002/DongoH_M.pdf?sequence=3&isAllowed=y. [Consulta 20 de abril de 2020]

Economía UNAM (2016). Libre comercio: tratados y nuevo orden. Un balance. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-952X2016000200122. [Consulta: 25 de abril de 2020]

El Comercio (05 de marzo de 2019). Exportación de palta peruana logró cifra récord de casi US\$800 millones en 2018. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/exportacion-palta-peruana-logro-cifra-record-us-800-millones-2018-noticia-nndc-613825-noticia/>. [Consulta: 05 de marzo de 2020]

El Economista América (13 de marzo de 2020) Exportaciones: envíos de paltas llegaron a 35 destinos. Recuperado de <https://www.economistaamerica.pe/economia-eAm-peru/noticias/10414452/03/20/Exportaciones-envios-de-paltas-llegaron-a-35-destinos.html>. [Consulta: 20 de abril de 2020]

- El Peruano (23 de febrero de 2020). Perú se perfila como segundo exportador mundial de palta. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia-peru-se-perfila-como-segundo-exportador-mundial-palta-90200.aspx>. [Consulta: 11 de abril de 2020]
- Global Negotiator. Diccionario de Comercio Internacional. Recuperado de <https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/certificado-fitosanitario/>. [Consulta: 11 de marzo de 2020]
- Hurtado, T., Murgueytio, F., Sánchez R., & Simbala R. (2017) Factores críticos para incrementar participación de mercado de Perú en la exportación de palta hass a la ciudad de Shanghai – China en los años 2014 a 2021. (Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Negocios, Perú.) Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621832/Hurtado_tc.pdf?sequence=5&isAllowed=y. [Consulta: 25 de abril de 2020]
- Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado, y María del Pilar Baptista Lucio. 2014. Metodología de la Investigación. Sexta Edición. México: Mc Graw Hill
- ITC. Trade Map Trade statistics for international business development. Recuperado de <https://www.trademap.org/>. [Consulta: 04 de marzo de 2020]
- Instituto de Investigaciones Jurídicas. Tratado de Libre Comercio. Recuperado de https://ijj.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/bsk-pdf-manager/2017/06/tlc_analisis_desde_la_perspectiva_ideologica_y_el_derecho_economico.pdf. [Consulta: 16 de abril de 2020]
- La Cámara. (04 de marzo de 2019). Perú rompe récord de exportación de palta. Recuperado de https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r868_3/comercio%20exterior.pdf. [Consulta: 30 de marzo de 2020]
- Meza Márquez, A & Osorio Ayala, M. (2019) Factores determinantes en las exportaciones peruanas de palta hass a Estados Unidos en los periodos 2010 – 2011 y 013 – 2014 en el marco Perú-Estados Unidos. (Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Facultad de Negocios, Perú.) Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625978/Meza_MA.pdf?sequence=1&isAllowed=y. [Consulta: 25 de abril de 2020]
- Ministerio de Agricultura (diciembre 2018). Estudio de palta en el Perú y el mundo. Recuperado de http://minagri.gob.pe/portal/download/pdf/herramientas/boletines/estudio_palta.pdf. [Consulta: 07 de marzo de 2020]
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Recuperado de www.mincetur.gob.pe/comercio/OTROS/penx/index.htm [Consulta: 10 de marzo de 2020]

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea. Recuperado de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=50&Itemid=73. [Consulta: 19 de abril de 2020]

Nunnally, Jum C. 1994. Psychometric theory 3E. Tata McGraw-Hill Education. Opportimes (20 de noviembre de 2019). Los diez mayores exportadores de aguacate en el mundo. Recuperado de <https://www.opportimes.com/los-10-mayores-exportadores-de-aguacate-del-mundo/>. [Consulta: 05 de marzo de 2020]

Oficina Comercial de Perú en España. (2020). Principales productos de exportación por sectores. Recuperado de https://www.oficinacomercialperu.es/productos_exportacion. [Consulta 7 de marzo de 2020]

Raffino, María Estela. De: Argentina. Concepto de TLC. Recuperado de: <https://concepto.de/tlc/>. [Consulta: 02 de marzo de 2020]

Revista Prohass. (2018) La palta hass peruana es preferida en el mundo. Recuperado de <http://cnp.org.pe/wp-content/uploads/2018/04/REVISTA-PROHASS-INFORMA-14.pdf>. [Consulta: 18 de marzo de 2020]

Revista Prohass (2020) Requisitos de exportación. Recuperado de <http://www.prohass.com.pe/requisitos>. [Consulta: 22 de marzo de 2020]

Revista FEE CEDOC – Bases Teóricas y Prácticas de los Tratados de Libre Comercio. Recuperado de <https://revistas.fee.tche.br/index.php/indicadores/article/viewFile/963/1267>. [Consulta 20 de abril de 2020]

Repositorio Universidad Agraria de la Molina. (2016). Competitividad de la oferta exportable de la palta Hass (Persea americana) en el mercado de Estados Unidos. Recuperado de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/UNALM/2744> [Consulta: 22 de marzo de 2020]

Repositorio IICA. Glosario básico: Los términos de comercio internacional más utilizados en la Organización Mundial del Comercio (OMC). Recuperado de <http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/6565/BVE18039757e.pdf;jsessionid=E CBE14362905D4A59E5C2ADA1A1A2871?sequence=1>. [Consulta: 26 de marzo de 2020]

Rosenzweig, (2005) Tratados de libre comercio, crecimiento y producto potencial en Chile, México y Perú Free Trade, Growth and Potential Product in Chile, México and Perú. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1665952X17300324> [Consulta: 20 de abril de 2020]

Salas Canales, H. (2012) Investigación de mercado para la exportación de palta hass al mercado de Italia. (Tesis de Licenciatura, Universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias

- Administrativas y Recursos Humanos, Perú.) Recuperado de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/957/salas_h.pdf;jsessionid=78C8A7096A01B5202983EA0281014261?sequence=1. [Consulta: 25 de abril de 2020]
- Saldaña, M. R. (2016). Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal. *Revista Enfermería del trabajo*, 6(3), 114.
- Senasa Contigo. Palta Hass. Recuperado de <http://www.senasa.gob.pe/senasacontigo/tag/palta-hass/>. [Consulta: 02 de marzo de 2020]
- Senasa. Exportaciones. Recuperado de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/exportacion-3/>. [Consulta: 15 de marzo de 2020]
- SIICEX. (2020) Comercio Exterior. Exportaciones peruanas. Recuperado de www.siicex.gob.pe [Consulta: 15 de marzo de 2020]
- SIICEX (2016). Manual de documentos para exportar. Recuperado de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/770566482rad79695.pdf>. [Consulta: 18 de marzo 2020]
- SCRIBD. Exportación de Palta Hass a España. Recuperado de <https://es.scribd.com/document/264258493/Exportacion-de-Palta-Hass-a-Espana>. [Consulta: 02 de abril de 2020]
- Suárez Ibujés, M. O. (2011). Coeficiente de correlación de Karl Pearson.
- Universidad del Rosario. (2006). Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas. Recuperado de <https://core.ac.uk/reader/86443250>. [Consulta: 20 de abril de 2020]
- Universidad Icesi. Tratado de Libre Comercio. Recuperado de <https://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2010/01/07/tratados-de-libre-comercio/>. [Consulta: 20 de abril de 2020]
- Universidad del Pacífico. (2014). Obstáculos a la actividad exportadora: encuesta a las empresas exportadoras del Perú. Recuperado de <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/968>. [Consulta: 25 de abril de 2020]
- Villegas Chero, R & Yarlequé Cajusol, L. (2018) Factores que inciden en las exportaciones de jugo de maracuyá en la Región Lambayeque, periodo 2011 al 2016. (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Perú.) Recuperado de <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1945/BC-TES-TMP-800.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 25 de abril de 2020]

ANEXOS

Variable	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítem
Factores determinantes	Los autores Bilkey (1978), Madsen (1987) y Aaby y Slater (1989), han desarrollado un modelo de factores determinantes en las exportaciones. Es así, que se concentraron en desarrollar factores de cómo las empresas inician sus actividades en comercio internacional, alentando a plantear la teoría del desarrollo exportador, específicamente en las etapas iniciales de los procesos de internacionalización. Medina, Mejía, (2019)	Tratado de Libre Comercio	Volumen de exportación de palta peruana a España	1, 2, 3, 4
		Infraestructura de las empresas exportadoras	Evolución del volumen de producción	5, 6
		Calidad	Evolución de número de empresas exportadoras peruanas	7, 8, 9, 10, 11
Exportación	La exportación es una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales de país, al que pertenece el oferente; junto con las importaciones integra el concepto de comercio internacional. Tener un negocio de alcance internacional representa oportunidades y riesgos, y un conjunto de actividades para desenvolverse en el contexto global. Lerma y Márquez, (2010).	Exportación	Competencia en el mercado extranjero	12, 13
			Competencia en el mercado peruano	14, 15
			Precios internacionales de la palta	16, 17

Anexo 1. Matriz de Operacionalización

Anexo 2. Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema general</p> <p>¿Cuáles son los factores determinantes que influyeron a las exportaciones de palta peruana 0804.40.00.00 a España en el periodo 2014 – 2018?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Identificar los factores determinantes que influyeron a la exportación de palta peruana a España, en el periodo 2014 -2018.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>El Tratado de Libre Comercio, la infraestructura de las empresas peruanas y la calidad influyeron a la exportación de palta peruana a España, en el periodo 2014-2018.</p>	<p>INDEPENDIENTE</p> <p>FACTORES DETERMINANTES</p>	<p>Volumen de exportación de palta peruana a España</p> <p>Evolución del volumen de producción</p> <p>Evolución de número de empresas exportadoras peruanas</p>	<p>Tipo de estudio: No Experimental - Transversal</p> <p>Diseño de estudio: Descriptivo - Cuantitativo</p> <p>Data Histórica: data histórica desde el año 2015 - 2018</p> <p>Población: 186 empresas exportadoras</p> <p>Muestra: 36 empresas</p> <p>Técnicas de recolección de datos: Encuestas</p> <p>Métodos de análisis de datos Se procesaron los datos en tablas de Excel para su posterior interpretación y análisis</p>
<p>Problema específico</p> <p>¿Cómo influyó el Tratado de Libre Comercio en las exportaciones de palta peruana a España 2014-2018?</p>	<p>Objetivo específico</p> <p>Determinar la influencia del Tratado de Libre Comercio en las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.</p>	<p>Hipótesis específica</p> <p><u>H1.</u> El Tratado de Libre Comercio influyó con las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.</p>	<p>DEPENDIENTE</p>	<p>Competencia en el mercado extranjero</p>	
<p>¿Cómo se influyó la infraestructura de las empresas exportadoras peruanas con las exportaciones de palta peruana a España 2014-2018?</p>	<p>Identificar la influencia de la infraestructura de las empresas exportadoras peruana en las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.</p>	<p><u>H2.</u> La infraestructura de las empresas exportadoras peruana influyó con las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.</p>	<p>EXPORTACIÓN</p>	<p>Competencia en el mercado peruano</p>	
<p>¿Cómo influyó la Calidad en las exportaciones de palta peruana a España 2014-2018?</p>	<p>Determinar la influencia de la Calidad en las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.</p>	<p><u>H3.</u> La exportación de calidad influyó con las exportaciones de palta peruana a España, 2014-2018.</p>		<p>Precios internacionales de la palta</p>	

Anexo 3. Cuestionario

Item	Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	Tratado de Libre Comercio					
1	La reglamentación establecida por la Unión Europea aplicada a las paltas es un obstáculo para exportar palta Hass.					
2	Los Acuerdos Comerciales vigentes contribuyen al incremento de la exportación de palta Hass.					
3	El factor político en el Perú afecta las relaciones comerciales.					
4	Las barreras arancelarias son un factor negativo por el cual se enfrenta una empresa cuando quiere exportar.					
	Infraestructura					
5	Su empresa cuenta con una infraestructura adecuada para la plantación y exportación de palta.					
6	La empresa cuenta con un departamento de comercio exterior					
	Calidad					
7	La empresa cuenta con una certificación internacional					
8	La empresa evalúa periódicamente el grado de cumplimiento de los estándares de calidad					

9	La empresa cuenta con un nivel de tecnología para el favorecimiento de la calidad de sus productos					
10	La visión de su empresa incluye a la calidad del producto como factor importante.					
11	La calidad de nuestra Palta Hass es un factor preferido por los mercados internacionales					
	Exportación					
12	La competencia exportadora Internacional de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa					
13	La producción europea de palta pueda convertirse en una fuerte competencia para los empresarios peruanos					
14	La competencia exportadora peruana de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa					
15	Es importante pertenecer a alguna asociación de exportación. (Ejm. Prohass).					
16	Participan en ferias internacionales para poder promover en el extranjero sus diferentes servicios					
17	La documentación y los trámites son muy burocráticos para la operación de exportación					

Anexo 4. Carta para los expertos

Lima, 01 de abril del 2020

Estimado (a):

Presente:

Nos dirigimos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de JUEZ (a) para validar el contenido del instrumento Cuestionario. Instrumento que lleva por título: **Formulario de Validación de Instrumento de Tesis.**

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal de la Operacionalización de variables involucradas en el estudio, el cuestionario, la tabla de especificaciones respectivas, y los dos formatos de validación, el cual deberá llenar de acuerdo a sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, congruencia, control de la tendenciosidad y dominio de los contenidos de los diversos ítems de los cuestionarios.

Agradecemos de antemano su receptividad y colaboración. Su apoyo nos permitirá adquirir habilidades y competencias profesionales y científicas que forman parte del proceso de investigación.

Quedamos de usted, en espera del feedback respectivo para mejorar del presente trabajo.

Muy atentamente,

Cynthia Llanos Ramírez

Emely Rojas Vallejos

Anexo 5. Instrumento para la validez de contenido

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO

(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene como finalidad validar el cuestionario de la tesis titulada: “Factores determinantes que influyeron a la exportación de palta peruana 0804.40.00.00 a España periodo 2014 - 2018”

El mismo será aplicado en un diseño cuantitativo. La cual será aplicada a la muestra en estudio para la validación del instrumento a utilizar titulado: **Formulario de Validación de Instrumento de Tesis.**

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido.** Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: _____

Fecha actual: _____

Nombres y Apellidos de Juez: _____

Institución donde labora: _____

Años de experiencia profesional o científica: _____

Grado de instrucción: _____

Firma y/o Sello

Anexo 6. Operacionalización de variables involucradas en el estudio

Variable	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Ítem
Factores determinantes	Los autores Bilkey (1978), Madsen (1987) y Aaby y Slater (1989), han desarrollado un modelo de factores determinantes en las exportaciones. Es así, que se concentraron en desarrollar factores de cómo las empresas inician sus actividades en comercio internacional, alentando a plantear la teoría del desarrollo exportador, específicamente en las etapas iniciales de los procesos de internacionalización. Medina, Mejía, (2019)	Tratado de Libre Comercio	Volumen de exportación de palta peruana a España	1, 2, 3, 4
		Infraestructura de las empresas exportadoras	Evolución del volumen de producción	5, 6, 7, 8, 9
		Calidad	Evolución de número de empresas exportadoras peruanas	10, 11, 12, 13
Exportación	La exportación es una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales de país, al que pertenece el oferente; junto con las importaciones integra el concepto de comercio internacional. Tener un negocio de alcance internacional representa oportunidades y riesgos, y un conjunto de actividades para desenvolverse en el contexto global. Lerma y Márquez, (2010).	Exportación	Competencia en el mercado extranjero	14
			Competencia en el mercado peruano	15, 16, 17
			Precios internacionales de la palta	18, 19, 20

Anexo 7. Formulario de validación de tesis

FORMULARIO DE VALIDACIÓN DE TESIS

Este cuestionario tiene como propósito levantar información sobre proceso estratégico que existe en su organización. Dicha información será de mucha importancia para validar el modelo del proceso estratégico que deseamos obtener. Si decide participar en este estudio, por favor responda y entregue el instrumento.

I. Información sociodemográfica

Nombre: _____

Cargo de la empresa: _____

Empresa: _____

II. Escala del Formulario de Validación de Instrumento de Tesis:

A continuación, se te presentan afirmaciones. Le pedimos que conteste con sinceridad cada una de las opciones de respuesta).

Marcar con un aspa (x) según considere, cada ítem está estructurado con las 5 alternativas de respuestas:

Quedamos agradecidas de su aporte a este estudio.

Item	Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	Tratado de Libre Comercio					
1	La reglamentación establecida por la Unión Europea aplicada a las paltas es un obstáculo para exportar palta hass					
2	Los Acuerdos Comerciales vigentes contribuyen al incremento de la exportación de palta hass					
3	El factor político en el Perú afecta las relaciones comerciales					
4	Las condiciones arancelarias son un factor negativo por el cual se enfrenta una empresa cuando quiere exportar					
	Infraestructura					
5	Su empresa cuenta con una infraestructura adecuada para la plantación y exportación de palta					
6	La empresa cuenta con un departamento de comercio exterior					
7	La infraestructura que se utiliza en el proceso productivo es importante para la buena producción y distribución					
	Calidad					
8	La empresa cuenta con una Certificación Internacional					
9	La empresa evalúa periódicamente el grado de cumplimiento de los estándares de calidad					

10	La empresa cuenta con un nivel de tecnología para el favorecimiento de la calidad de sus productos					
11	La visión de su empresa incluye a la calidad del producto como factor importante.					
12	La calidad de nuestra Palta Hass es un factor preferido por los mercados internacionales					
	Exportación					
13	Participan en ferias internacionales para poder promover en el extranjero sus diferentes servicios					
14	La competencia exportadora de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa					
15	Es importante pertenecer a alguna asociación de exportación					
16	Los medios de transporte marítimo que utiliza permiten que el producto llegue al tiempo pactado con el comprador.					
17	La producción europea de palta pueda convertirse en una fuerte competencia para los empresarios peruanos					
18	Los costos de fletes y transporte son elevados					
19	La documentación y los trámites son muy burocráticos para la operación de exportación					
20	Las exportaciones de palta tienen tendencia a crecer					

Anexo 8. Criterios generales para validez de contenido del instrumento

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DICTAMINADO POR EL JUEZ

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación y estructura del instrumento?

SI ()

NO ()

Observaciones:.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI ()

NO ()

Observaciones:.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

3) Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI ()

NO ()

Observaciones:.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI ()

NO ()

Observaciones:.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

5) ¿Las opciones de respuesta están suficientemente graduados y pertinentes para cada ítem (cada pregunta) o reactivo del INSTRUMENTO?

SI ()

NO ()

Observaciones:.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

6) ¿Los ítems o reactivos del instrumento tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece en el constructo?

SI ()

NO ()

Observaciones:.....
.....
.....

Sugerencias:.....
.....
.....

Anexo 9. Formulario para validación de instrumento de tesis

FORMULARIO PARA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE TESIS

N°	Ítems (PREGUNTAS)	Claridad		Congruencia		Contexto		Dominio del Constructo		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Tratado de Libre Comercio										
1	La reglamentación establecida por la Unión Europea aplicada a las paltas es un obstáculo para exportar palta Hass.									
2	Los Acuerdos Comerciales vigentes contribuyen al incremento de la exportación de palta Hass.									
3	El factor político en el Perú afecta las relaciones comerciales.									
4	Las condiciones arancelarias son un factor negativo por el cual se enfrenta una empresa cuando quiere exportar.									
Infraestructura										
5	Su empresa cuenta con una infraestructura adecuada para la plantación y exportación de palta.									
6	La empresa cuenta con un departamento de comercio exterior.									
7	La infraestructura que se utiliza en el proceso productivo es importante para la buena producción y distribución.									
Calidad										
8	La empresa cuenta con una Certificación Internacional.									

9	La empresa evalúa periódicamente el grado de cumplimiento de los estándares de calidad.									
10	La empresa cuenta con un nivel de tecnología para el favorecimiento de la calidad de sus productos									
11	La visión de su empresa incluye a la calidad del producto como factor importante.									
12	La calidad de nuestra Palta Hass es un factor preferido por los mercados internacionales									
Exportación										
13	Participan en ferias internacionales para poder promover en el extranjero sus diferentes servicios									
14	La competencia exportadora de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa									
15	Es importante pertenecer a alguna asociación de exportación									
16	Los medios de transporte marítimo que utiliza permiten que el producto llegue al tiempo pactado con el comprador.									
17	La producción europea de palta pueda convertirse en una fuerte competencia para los empresarios peruanos									
18	Los costos de fletes y transporte son elevados									
19	La documentación y los trámites son muy burocráticos para la operación de exportación									
20	Las exportaciones de palta tienen tendencia a crecer									

¹ El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral)

² En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto

³ El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo (bloques)

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad validar el cuestionario de la tesis titulada: “Factores determinantes que influyeron a la exportación de palta peruana 0804.40.00.00 a España periodo 2014 - 2018” El mismo será aplicado en un diseño cuantitativo. La cual será aplicada a la muestra en estudio para la validación del instrumento a utilizar titulado: **Formulario de Validación de Instrumento de Tesis.**

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los items propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido.** Para ello deberá asignar una valoración si el item presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: 1

Fecha actual: 4 de mayo de 2020

Nombres y Apellidos de Juez: María de los Ángeles Fernández Flecha

Institución donde labora: PUCP

Años de experiencia profesional o científica: 15

Grado de instrucción: Doctora



Firma y/o Sello

Variable	Concepto	Dimensión	Indicador	Ítem
Factores determinantes	Los autores Bilkey (1978), Madsen (1987) y Aaby y Slater (1989), han desarrollado un modelo de factores determinantes en las exportaciones. Es así, que se concentraron en desarrollar factores de cómo las empresas inician sus actividades en comercio internacional, alentando a plantear la teoría del desarrollo exportador, específicamente en las etapas iniciales de los procesos de internacionalización. Medina, Mejía, (2019)	Tratado de Libre Comercio	Volumen de exportación de palta peruana a España	1, 2, 3, 4
		Infraestructura de las empresas exportadoras	Evolución del volumen de producción	5, 6, 7, 8, 9
		Calidad	Evolución de número de empresas exportadoras peruanas	10, 11, 12, 13
Exportación	La exportación es una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales de país, al que pertenece el oferente; junto con las importaciones integra el concepto de comercio internacional. Tener un negocio de alcance internacional representa oportunidades y riesgos, y un conjunto de actividades para desenvolverse en el contexto global. Lemma y Márquez, (2010).	Exportación	Competencia en el mercado extranjero	14
			Competencia en el mercado peruano	15, 16, 17
			Precios internacionales de la palta	18, 19, 20

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES INVOLUCRADAS EN EL ESTUDIO

MODELO DE CARTA DE PRESENTACIÓN PARA EMPRESARIOS

Este cuestionario tiene como propósito levantar información sobre proceso estratégico que existe en su organización. Dicha información será de mucha importancia para validar el modelo del proceso estratégico que deseamos obtener. Si decide participar en este estudio, por favor responda y entregue el instrumento, el cual se trabajará para uso exclusivo de la tesis.

I. Datos personales

Nombre: _____

Cargo de la empresa: _____

Empresa: _____

II. Escala del Formulario de Validación de Instrumento de Tesis:

A continuación, se le presentan afirmaciones para que usted exprese qué tan de acuerdo está con cada una, en una escala de 5 opciones que va de “Totalmente en desacuerdo” a “Totalmente de acuerdo”. Le pedimos que conteste con sinceridad cada una de las opciones de respuesta). Marque

Marcar con un aspa (x) ~~según considere, cada ítem está estructurado con las 5 alternativas de respuestassu~~ respuesta.

Quedamos agradecidas de su aporte a este estudio.

Item	Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	Tratado de Libre Comercio					
1	Considera que La reglamentación establecida por la Unión Europea aplicada a las paltas es uno de los principales obstáculos para exportar palta hass.					
2	Considera que Los Acuerdos Comerciales vigentes contribuyen al incremento de la exportación de palta hass.					
3	El factor político en el Perú afecta las relaciones comerciales.					
4	Las barreras condiciones arancelarias son un factor negativo por el cual se enfrenta una empresa cuando quiere exportar.					
	Infraestructura					
5	Su empresa cuenta con una infraestructura adecuada para la plantación y exportación de palta.					
6	La empresa cuenta con un departamento de comercio exterior					
7	La infraestructura que se utiliza en el proceso productivo es importante para la buena producción y distribución.					
	Calidad					
8	La empresa cuenta con una certificación internacional					

9	La empresa evalúa semestralmente el grado de cumplimiento de los estándares de calidad								
10	La empresa cuenta con un nivel de tecnología para el favorecimiento de la calidad de sus productos								
11	Considera además que la visión de su empresa debe ser la de buscar nuevos mercados en un futuro próximo								
12	La calidad de nuestra Palta hass es un factor preferido por los mercados internacionales								
	Exportación								
13	Participan en ferias internacionales para poder promover en el extranjero sus diferentes servicios								
14	Considera usted que el la competencia exportadora de palta hass afecta las exportaciones de su empresa								
15	Considera Es importante pertenecer a alguna asociación de exportación								
16	Los medios de transporte que utiliza permiten que el producto llegue al tiempo pactado con el comprador								
17	La producción europea de palta pueda convertirse en una fuerte competencia para los empresarios peruanos								
18	Los costos de fletes y transporte son elevados								
19	La documentación y los trámites son muy burocráticos para la operación de exportación								
20	Las exportaciones de palta tienen tendencia a crecer								

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DICTAMINADO POR EL JUEZ

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación y estructura del instrumento?

SI (X)

NO ()

Observaciones: Me parece que una encuesta o cuestionario cerrado como este es una buena manera de recoger la información buscada por esta investigación.

Sugerencias: Recomiendo revisar algunos fraseos en la sección de instrucciones de aplicación del cuestionario, incluir información para los participantes respecto a cómo se va a manejar la información recogida (confidencialidad, por ejemplo) y también cambiar algunos fraseos en el cuestionario mismo con miras a no sesgar inadvertidamente las respuestas de los participantes. Se han añadido, además, recomendaciones en el texto mismo con la opción de control de cambios para que las investigadoras puedan evaluarlas.

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (X)

NO ()

Observaciones: El orden parece adecuado.

Sugerencias: -----

3) Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI ()

NO (X)

Observaciones: En general no existe dificultad para entender los ítems del cuestionario.

Sugerencias: en un caso, se ha pedido que se aclare una alternativa.

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI ()

NO (X)

Observaciones: ---

Sugerencias: ---

5) ¿Las opciones de respuesta están suficientemente graduados y pertinentes para cada ítem (cada pregunta) o reactivo del INSTRUMENTO?

SI (X)

NO ()

Observaciones: ---

Sugerencias: ---

6) ¿Los ítems o reactivos del instrumento tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece en el constructo?

SI ()

NO (X)

Observaciones: en algunos casos tengo dudas acerca de la pertinencia de ciertos ítems dentro del rubro Infraestructura

Sugerencias: revisar comentarios.

N°	Ítems (PREGUNTAS)	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del ⁴ Constructo		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Tratado de Libre Comercio										
1	Considero que La reglamentación establecida por la Unión Europea aplicada a las paltas es uno de los principales obstáculos para exportar palta hass.	X		X		X		X		
2	Considero que Los Acuerdos Comerciales vigentes contribuyen al incremento de la exportación de palta hass.	X		X		X		X		
3	El factor político en el Perú afecta las relaciones comerciales.		X	X		X		X		Frase poco clara. Revisar
4	Las barreas condiciones arancelarias son un factor negativo por el cual se enfrenta una empresa cuando quiere exportar.		X	X		X		X		Uso de “barreras” puede sesgar al participante en su respuesta, así como uso de “enfrentar”
Infraestructura										
5	Su empresa cuenta con una infraestructura adecuada para la plantación y exportación de palta.		X	X		X		X		No es claro cómo se relaciona esto con la infraestructura

“Factores determinantes que influyeron a la exportación de palta peruana a España periodo 2014 - 2018”

6	Existe una fuerte competencia en el mercado nacional <i>Considera que</i>	X		X		X		X		X				X	No es claro como se relaciona esto con la infraestructura
7	Existe una fuerte competencia en el mercado internacional	X		X		X		X		X				X	No es claro como se relaciona esto con la infraestructura
8	La empresa cuenta con un departamento de comercio exterior	X		X		X		X		X				X	No es claro como se relaciona esto con la infraestructura
9	La infraestructura que se utiliza en el proceso productivo es importante para la buena producción y distribución de la palta fresa.	X		X		X		X		X				X	Revisar fraseo: es pregunta de valoración, no directamente sobre la realidad de la empresa
Calidad															
10	La empresa cuenta con un nivel de tecnología para el favorecimiento de la calidad de sus productos	X		X		X		X		X				X	

N°	Ítems (PREGUNTAS)	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del ⁴ Constructo		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
11	Considere usted que la visión de su empresa debe ser la de buscar nuevos mercados en un futuro próximo La calidad de nuestra Palta hass es un factor preferido por los mercados internacionales	X		X		X		X		
12	La calidad de nuestra Palta hass es un factor preferido por los mercados internacionales	X		X		X		X		
Exportación										
13	Participar en ferias internacionales para poder promover en el extranjero sus diferentes servicios		X	X		X		X		Cambiar “debe ser” por “es” (si no se evalúa la aspiración o deseo, más que los hechos de la empresa)
14	Considere usted que la competencia exportadora de palta hass afecta las exportaciones de su empresa	X		X		X		X		El rubro exportación es el objetivo o tema central del estudio. Es, pues, un poco raro que sea también un indicador. Pensar otro subtítulo que

												describa mejor los ítems del apartado
15	Considero Es importante pertenecer a alguna asociación de exportación	X							X			
16	Los medios de transporte que utiliza permiten que el producto llegue al tiempo pactado con el comprador	X						X				
17	La producción europea de palta pueda convertirse en una fuerte competencia para los empresarios peruanos	X						X			X	Parece redundante con respecto a 14.
18	Los costos de fletes y transporte son elevados	X						X				
19	La documentación y los trámites son muy burocráticos para la operación de exportación						X				X	
20	Las exportaciones de palta tienen tendencia a crecer	X						X			X	Esta es una pregunta de percepción sobre el tema central del estudio. No sé si deba ir aquí.

¹ Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.

² En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto

³ El ítem tiene relación con el constructo (~~Competencia Clave de Estrategias Comerciales~~)

⁴ El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo.

Lima, 25 de abril del 2020

Doctor
Ramzy Francis Kahhat Abedrabbo
Presente.-

Estimado doctor Kahhat:

Nos dirigimos a usted con la finalidad de solicitar su valiosa colaboración en calidad de JUEZ para validar el contenido del instrumento Cuestionario. Instrumento que lleva por título: Formulario de Validación de Instrumento de Tesis.

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto se hace entrega formal de la Operacionalización de variables involucradas en el estudio, el cuestionario, la tabla de especificaciones respectivas, y los dos formatos de validación, el cual deberá llenar de acuerdo a sus observaciones, a fin de orientar y verificar la claridad, congruencia, control de la tendenciosidad y dominio de los contenidos de los diversos ítems de los cuestionarios.

Agradecemos de antemano su receptividad y colaboración. Su apoyo nos permitirá adquirir habilidades y competencias profesionales y científicas que forman parte del proceso de investigación.

Quedamos de usted, en espera del feedback respectivo para mejorar el presente trabajo.

Muy atentamente,

Emely Candy Rojas Vallejos

Cynthia Lilyluz Llanos Ramírez

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO

(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene como finalidad validar el cuestionario de la tesis titulada: “Factores determinantes que influyeron a la exportación de palta peruana 0804.40.00.00 a España periodo 2014 - 2018”

El mismo será aplicado en un diseño cuantitativo. La cual será aplicada a la muestra en estudio para la validación del instrumento a utilizar titulado: **Formulario de Validación de Instrumento de Tesis.**

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido.** Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: _____

Fecha actual: _____

Nombres y Apellidos de Juez: Ramzy Kahhat

Institución donde labora: Pontificia Universidad Católica del Perú

Años de experiencia profesional o científica: 16 años

Grado de instrucción: PhD



Firma y/o Sello

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES INVOLUCRADAS EN EL ESTUDIO

Variable	Concepto	Dimensión	Indicador	Ítem
<i>Factores determinantes</i>	Los autores Bilkey (1978), Madsen (1987) y Aaby y Slater (1989), han desarrollado un modelo de factores determinantes en las exportaciones. Es así, que se concentraron en desarrollar factores de cómo las empresas inician sus actividades en comercio internacional, alentando a plantear la teoría del desarrollo exportador, específicamente en las etapas iniciales de los procesos de internacionalización. Medina, Mejía, (2019)	Tratado de Libre Comercio	Volumen de exportación de palta peruana a España	1, 2, 3, 4
		Infraestructura de las empresas exportadoras	Evolución del volumen de producción	5, 6, 7, 8, 9
		Calidad	Evolución de número de empresas exportadoras peruanas	10, 11, 12, 13
<i>Exportación</i>	La exportación es una actividad vital dentro de los negocios internacionales y consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales de país, al que pertenece el oferente; junto con las importaciones integra el concepto de comercio internacional. Tener un negocio de alcance internacional representa oportunidades y riesgos, y un conjunto de actividades para desenvolverse en el contexto global. Lerma y Márquez, (2010).	Exportación	Competencia en el mercado extranjero	14
			Competencia en el mercado peruano	15, 16, 17
			Precios internacionales de la palta	18, 19, 20

MODELO DE CARTA DE PRESENTACIÓN PARA EMPRESARIOS

Este cuestionario tiene como propósito levantar información sobre proceso estratégico que existe en su organización. Dicha información será de mucha importancia para validar el modelo del proceso estratégico que deseamos obtener. Si decide participar en este estudio, por favor responda y entregue el instrumento.

I. Datos personales

Nombre: _____

Cargo de la empresa: _____

Empresa: _____

II. Escala del Formulario de Validación de Instrumento de Tesis:

A continuación, se le presentan afirmaciones. Le pedimos que conteste con sinceridad cada una de las opciones de respuesta).

Marcar con un aspa (x) según considere, cada ítem está estructurado con las 5 alternativas de respuestas:

Quedamos agradecidas de su aporte a este estudio.

Item	Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	NA
	Tratado de Libre Comercio (TLC)						
1	La reglamentación establecida por la Unión Europea aplicada a las paltas es un obstáculo para exportar palta Hass.						
2	Los Acuerdos Comerciales vigentes contribuyen al incremento de la exportación de palta Hass.						
3	El factor político en el Perú afecta las relaciones comerciales.						
4	Las condiciones arancelarias son un factor negativo por el cual se enfrenta una empresa cuando quiere exportar.						
	Infraestructura						
5	Su empresa cuenta con una infraestructura adecuada para la plantación y exportación de palta.						
6	La empresa cuenta con un departamento de comercio exterior.						
7	La infraestructura que se utiliza en el proceso productivo es importante para la buena producción y distribución.						
	Calidad						
8	La empresa cuenta con una Certificación Internacional.						
9	La empresa evalúa periódicamente el grado de cumplimiento de los estándares de calidad.						

10	La empresa cuenta con un nivel de tecnología para el favorecimiento de la calidad de sus productos						
11	La visión de su empresa incluye a la calidad del producto como factor importante.						
12	La calidad de nuestra Palta Hass es un factor preferido por los mercados internacionales						
	Factores Determinantes: Exportación						
13	Participan en ferias internacionales para poder promover en el extranjero sus diferentes servicios						
14	La competencia exportadora de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa						
15	Es importante pertenecer a alguna asociación de exportación						
16	Los medios de transporte marítimo que utiliza permiten que el producto llegue al tiempo pactado con el comprador.						
17	La producción europea de palta pueda convertirse en una fuerte competencia para los empresarios peruanos						
18	Los costos de fletes y transporte son elevados						
19	La documentación y los trámites son muy burocráticos para la operación de exportación						
20	Las exportaciones de palta tienen tendencia a crecer						

CRITERIOS GENERALES PARA VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DICTAMINADO POR EL JUEZ

1) ¿Está de acuerdo con las características, forma de aplicación y estructura del instrumento?

SI (X)

NO ()

Observaciones: Las recomendaciones se encuentran en la encuesta.....

Sugerencias: Recomiendo incluir un consentimiento informado.....

2) A su parecer, ¿el orden de las preguntas es el adecuado?

SI (X)

NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....En algunos casos se debe repensar la pertinencia de las preguntas en los factores determinantes.....

3) Existe dificultad para entender las preguntas del INSTRUMENTO?

SI ()

NO (X)

Observaciones:.....

Sugerencias:.....Algunas sugerencias han sido indicadas en el cuestionario.....

4) ¿Existen palabras difíciles de entender en los ítems o reactivos del INSTRUMENTO?

SI ()

NO (X)

Observaciones:.....

Sugerencias:... Algunas sugerencias han sido indicadas en el cuestionario.....

5) ¿Las opciones de respuesta están suficientemente graduados y pertinentes para cada ítem (cada pregunta) o reactivo del INSTRUMENTO?

SI (X)

NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....Se sugiere incluir una opción para el caso de no poder responder la pregunta.....

6) ¿Los ítems o reactivos del instrumento tienen correspondencia con la dimensión al que pertenece en el constructo?

SI (X)

NO ()

Observaciones:.....

Sugerencias:.....En algunos casos se han realizado algunas recomendaciones.....

Nº	Ítems (PREGUNTAS)	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del ⁴ Construido		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Tratado de Libre Comercio										
1	La reglamentación establecida por la Unión Europea aplicada a las paltas es un obstáculo para exportar palta Hass.	X		x		x		x		
2	Los Acuerdos Comerciales vigentes contribuyen al incremento de la exportación de palta Hass.	X		x		x		x		
3	El factor político en el Perú afecta las relaciones comerciales.	X		x		x		x		
4	Las condiciones arancelarias son un factor negativo por el cual se enfrenta una empresa cuando quiere exportar.	X		x		x		x		
Infraestructura										
5	Su empresa cuenta con una infraestructura adecuada para la plantación y exportación de palta.	X			X		x	x		Reformular pregunta
6	La empresa cuenta con un departamento de comercio exterior.	X			X		x	x		Reformular pregunta
7	La infraestructura que se utiliza en el proceso productivo es importante para la buena producción y distribución.	X		x		x		x		
Calidad										
8	La empresa cuenta con una Certificación Internacional.	X		x		x		x		
9	La empresa evalúa periódicamente el grado de cumplimiento de los estándares de calidad.	X		x		x			x	Agregar ejemplo
10	La empresa cuenta con un nivel de tecnología para el favorecimiento de la calidad de sus productos	X		x		x		x		
11	La visión de su empresa incluye a la calidad del producto como factor importante.	X			x		x			

12	La calidad de nuestra Palta Hass es un factor preferido por los mercados internacionales	X		x		x		x		
----	--	---	--	---	--	---	--	---	--	--

N°	Ítems (PREGUNTAS)	Claridad ¹		Congruencia ²		Contexto ³		Dominio del ⁴ Constructo		Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Exportación										
13	Participan en ferias internacionales para poder promover en el extranjero sus diferentes servicios	X		x		x		x		
14	La competencia exportadora de palta Hass afecta las exportaciones de su empresa		x	x		x		x		Separar por tipo de mercado o solo enfocarse en uno
15	Es importante pertenecer a alguna asociación de exportación	X		x		x		x		
16	Los medios de transporte marítimo que utiliza permiten que el producto llegue al tiempo pactado con el comprador.	X		x			x	x		Incluir ejemplo
17	La producción europea de palta pueda convertirse en una fuerte competencia para los empresarios peruanos	X		x		x		x		
18	Los costos de fletes y transporte son elevados		x	x		x		x		Separar por tipo de mercado o solo enfocarse en uno
19	La documentación y los trámites son muy burocráticos para la operación de exportación	X		x		x		x		
20	Las exportaciones de palta tienen tendencia a crecer	X		x		x		x		

¹ Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem.
Estructuras Gramaticales)

³ En el ítem todas las palabras son usuales para nuestro contexto

² El ítem tiene relación con el constructo (Comprensión Oral de

⁴ El ítem evalúa el componente o dimensión específica del constructo

