

FACULTAD DE NEGOCIOS



Carrera de Administración y Negocios Internacionales

CARACTERÍSTICAS DE LA CULTURA EXPORTADORA EN
LOS PRODUCTORES DE PALTA HASS EN EL DISTRITO
DE HUAYLAS, ANCASH 2020.

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Jackelyn Edith Lopez Aguirre

Asesor:

Mg. Diego Armando Oré Leyva

Lima - Perú

2020

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por guiarme y brindarme salud para poder seguir con mis sueños, a mi madre Cleria Aguirre De Lopez y a mi padre Jesus Lopez Bravo, por creer en mí, apoyarme con su amor y seguridad. También dedico este trabajo a mi tío Julián Aguirre Rosas, ya que siempre deseo que sea una profesional y me alentó en esta etapa universitaria. Por último, dedico este trabajo a mis hijos y mi esposo, quienes fueron mi motor para seguir adelante, siempre se preocuparon por mi crecimiento profesional y me apoyaron en cada paso.

AGRADECIMIENTO

A nuestros excelentes profesores de UPN por compartir su experiencia y valiosos conocimientos.

A mi familia y a todos los que de una u otra manera colaboraron y apoyaron en la realización de este trabajo.

Tabla de contenidos

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	
1.2. Formulación del problema	
1.3. Objetivos	
1.3.1. Objetivo general	
1.3.2. Objetivos específicos	
1.4. Hipótesis	
1.4.1. Hipótesis general	
1.4.2. Hipótesis específicas	
1.5. Limitaciones	
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	28
2.1. Tipo de investigación	
2.2. Población y Muestra	
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	
CAPÍTULO III. RESULTADOS	32
3.1. Datos Generales	
3.2. Análisis estadístico e interpretación de la variable “Cultura exportadora”	
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	53
4.1. Discusión	
4.2. Conclusiones	
REFERENCIAS.....	57
ANEXOS.....	59
Anexo 1. Matriz de Consistencia	
Anexo 2. Matriz de Operacionalización de variables	
Anexo 3. Evidencias del producción y comercialización de palta hass del distrito de Huaylas	
Anexo 4. Evidencias de la entrevista a expertos	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Evolución de las exportaciones de palta por país – Valor en millones US\$	12
Tabla 2: Producción de palta hass por región – Valor en millones	17
Tabla 3: Genero de los productores de palta hass del Distrito de Huaylas	31
Tabla 4: Edad de los productores de palta hass del Distrito de Huaylas	32
Tabla 5: Sofisticación en infraestructura, logística y ecológico en la producción de palta hass.	33
Tabla 6: La informalidad afecta la comercialización de palta hass	34
Tabla 7: La palta hass cuenta con altos estándares de calidad para su comercialización y exportación.	35
Tabla 8: Frecuencia de participación en capacitaciones, seminarios, talleres, etc. ¡Error!	
Marcador no definido.	36
Tabla 9: Desarrollado innovación y tecnología técnicas de riego, desarrollo de infraestructura, implementación de cultivo	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 10: Conocimiento de llenado de contratos, instrucciones documentarias, especificaciones de fabricación y embalaje de producto, etc. ¡Error!	Marcador no definido.
definido.	39
Tabla 11: Frecuencia de acceso a financiamiento y apoyo de las instituciones	¡Error!
Marcador no definido.	40
Tabla 12: Obtención de información sobre el comportamiento, tendencia, oferta, demanda y precios de palta hass a nivel nacional e internacional . ¡Error!	Marcador no definido.
Tabla 13: Participación en ferias nacionales o internacionales o actividades o actividades de promoción	¡Error! Marcador no definido.
	42

[Tabla 14: Conocimiento de los beneficios de los TLC \(Tratados de libre comercio,\) los beneficios arancelarios, normas, regulaciones extranjeras y estándares de calidad de los mercados externos.....](#) **¡Error! Marcador no definido.44**

[Tabla 15: Inversión en capacitaciones, seminarios, talleres, etc., sobre técnicas de cultivo, comercialización de producto y exportación.....](#) **¡Error! Marcador no definido.45**

[Tabla 16: Nivel de conocimiento sobre leer y/o escribir](#) **¡Error! Marcador no definido.46**

[Tabla 17: Nivel de avance en su instrucción básica. ...](#) **¡Error! Marcador no definido.47**

[Tabla 18: Desarrollo en el nivel de educación superior universitaria y/o técnica](#) **¡Error! Marcador no definido.48**

[Tabla 19: Conocimiento del idioma inglés.....](#) **¡Error! Marcador no definido.49**

[Tabla 20: Se debe enseñar comercio exterior como asignatura en el currículo escolar.....](#) **¡Error! Marcador no definido.51**

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Evolución de las Exportaciones Mundiales de Palta	12
Figura 2: Perú exportaciones de palta fresca	17
Figura 3: Género de los productores de palta del Distrito de Huaylas	31
Figura 4: Edad de los productores de palta hass del Distrito de Huaylas	32
Figura 5: Sofisticación en infraestructura, logística y ecológico en la producción de palta hass.	33
Figura 6: La informalidad afecta la comercialización de palta hass	34
Figura 7: La palta hass cuenta con altos estándares de calidad para su comercialización y exportación.	35
Figura 8: Frecuencia de participación en capacitaciones, seminarios, talleres, etc. ... ¡Error!	
Marcador no definido.	37
Figura 9: Desarrollado innovación y tecnología técnicas de riego, desarrollo de infraestructura, implementación de cultivo	¡Error! Marcador no definido.
Figura 10: Conocimiento de llenado de contratos, instrucciones documentarias, especificaciones de fabricación y embalaje de producto, etc. ¡Error!	Marcador no definido.
definido.	39
Figura 11: Frecuencia de acceso a financiamiento y apoyo de las instituciones	¡Error!
Marcador no definido.	40
Figura 12: Obtención de información sobre el comportamiento, tendencia, oferta, demanda y precios de palta hass a nivel nacional e internacional ¡Error!	Marcador no definido.
Figura 13: Participación en ferias nacionales o internacionales o actividades o actividades de promoción	¡Error! Marcador no definido.
	43

- [Figura 14: Conocimiento de los beneficios de los TLC \(Tratados de libre comercio,\) los beneficios arancelarios, normas, regulaciones extranjeras y estándares de calidad de los mercados externos.....](#) **¡Error! Marcador no definido.44**
- [Figura 15: Inversión en capacitaciones, seminarios, talleres, etc., sobre técnicas de cultivo, comercialización de producto y exportación.....](#) **¡Error! Marcador no definido.46**
- [Figura 16: Nivel de conocimiento sobre leer y/o escribir](#) **¡Error! Marcador no definido.47**
- [Figura 17: Nivel de avance en su instrucción básica. .](#) **¡Error! Marcador no definido.48**
- [Figura 18: Desarrollo en el nivel de educación superior universitaria y/o técnica ...](#) **¡Error! Marcador no definido.49**
- [Figura 19: Conocimiento del idioma inglés.](#) **¡Error! Marcador no definido.50**
- [Figura 20: Se debe enseñar comercio exterior como asignatura en el currículo escolar.](#) **¡Error! Marcador no definido.51**
- [Figura 21: Plantaciones de palta hass en el distrito de Huaylas.](#) **¡Error! Marcador no definido.61**
- [Figura 22: Reunión con los productores de palta hass del distrito de Huaylas.....](#) **¡Error! Marcador no definido.61**
- [Figura 23: Acopio de palta hass del distrito de Huaylas](#) **¡Error! Marcador no definido.62**
- [Figura 24: Planta con fruto de palta hass en el distrito de Huaylas.](#) **¡Error! Marcador no definido.62**
- [Figura 25: Acopio de palta hass para su comercialización.](#) **¡Error! Marcador no definido.63**
- [Figura 26: Evidencia de entrevista a experto Ing. Ivan Cortez Torres.](#) **¡Error! Marcador no definido.64**

[Figura 27: Evidencia de la respuesta de entrevista a experto Ing. Ivan Cortez Torres.](#)

..... ¡Error! Marcador no definido.65

[Figura 28: Evidencia de entrevista al Sr. Abel Alva Cano.](#) ¡Error! Marcador no
definido.66

[Figura 29: Entrevista al Sr. Abel Alva Cano.](#)..... ¡Error! Marcador no definido.66

[Figura 30: Respuesta de entrevista al Sr. Carlos Alegre](#) ¡Error! Marcador no
definido.67

[Figura 31: Entrevista al Sr. Abel Carlos Alegre](#) ¡Error! Marcador no definido.67

[Figura 32: Evidencia de la encuesta realizada en forms.](#) ¡Error! Marcador no
definido.68

[Figura 33: Evidencia de la encuesta enviada a productores](#) ¡Error! Marcador no
definido.68

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue describir las características de la cultura exportadora de los productores de palta hass del Distrito de Huaylas.

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo, diseño no experimental transversal. La población de estudio está conformada por 14 agricultores de palta hass, del distrito de Huaylas que cuentan con un gran potencial con respecto al cultivo, pero en la actualidad no hay una gran producción que permita atender la demanda nacional e internacional. El instrumento se desarrolló mediante la escala de Likert, así mismo, dicho instrumento contó con cuatro dimensiones las cuales son: oferta exportable, facilitación comercial, mercado internacional y educación. Para hacer el análisis y procesamiento de datos se utilizó la herramienta de Microsoft Excel. El estudio llegó a la conclusión que existe un nivel bajo de cultura exportadora de los productores de palta hass del Distrito de Huaylas, debido a que tienen factores limitantes en lo económico financiero, educación, tecnología.

Palabras clave: Cultura exportadora, oferta exportable, facilitación comercial, mercado internacional, educación, exportación.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Los productores de palta hass en estudio, están ubicados en el distrito de Huaylas-Ancash, quienes vienen produciendo y comercializando su producto ha acopiadores que llegan al distrito para adquirirlo, perdiendo la oportunidad de comercializar directamente, tercerizando y abaratando el precio, así como la oportunidad de exportar sus productos y comercializarlo a mayor escala, esto debido a que no cuentan con conocimientos en tendencia de mercados, consumo de mercados internacionales, oportunidades que ofrece la exportación, beneficios de los TLC Tratados de libre comercio; la mitad de los productores no cuenta con estudios profesionales, no conoce el idioma inglés, esto genera que su comercialización sea limitada, les hace falta capacitarse y así certificar su producto para la exportación.

Actualmente las exportaciones de palta hass se han ido incrementando de manera sostenida en los últimos años, la palta hass y se ha convertido en un fruto muy popular de consumido a nivel nacional como internacional, debido que es reconocido como un fruto rico en vitaminas, sano y nutritivo para la salud, en este contexto la cultura exportadora juega un papel importante debido que consigue que los productores adquieran nuevos conocimientos y logren ser más competitivos para el crecimiento propio en sus ventas y la expansión de nuevos mercados tanto nacional como internacional. Los productores de palta del distrito de Huaylas deben comprender la importancia de capacitarse en comercio, y tener las herramientas necesarias para la facilitación comercial y exportación de su producto.

En ese contexto para Sierra (2005), señala que la creación de una "cultura exportadora" implica necesariamente la articulación coherente de los aspectos organizativos mencionadas y políticas y particulares servicios creados por el gobierno (por ejemplo, incentivos, medios de promoción, acceso a apoyo financiero, infraestructura) o a nivel meso (por ejemplo, conformación de alianzas, sectoriales iniciativas, alianzas intersectoriales). Claramente, otras cuestiones complementarias importantes a considerar aquí son un sistema educativo y de formación adecuado a cargo de la formación de líderes capaces de pensar, planificar y implementar estrategias internacionales como se considera necesario.

Para Velásquez (2011) presidente de la Asociación de Exportadores (ADEX), indica que todas las regiones tienen oportunidades de exportación y a partir de ello se deben convertir en aliados de sus planes de desarrollo económico para mejorar la calidad de vida de miles de peruanos. No exagero cuando digo que la exportación es ahora una actividad que está alcance de todos y que sí es posible generar empleo y reducir la pobreza de manera sostenida a través de ella. Es por ello que las pequeñas y medianas empresas son importantes para el desarrollo económico del país, en este caso en una entrevista a Antonio Carámbula (2016) dijo que "Las pymes son uno de los sectores más dinámicos de la economía del país. Nosotros somos conscientes de que cuando alcanzan un estatus exportador se produce un cambio cualitativo y cuantitativo en la empresa y por ende en la calidad de vida de las personas, ya que es un sector que capta mucha mano de obra"(...) este análisis incluyo en desarrollar "atributos competitivos" y "virtudes" "capacidad de adaptación", la posibilidad de competir "por la diferenciación de su oferta" a través de la "agregación de valor por diseño y generación

de cualidades adicionales al producto", y la creación de "mecanismos asociativos" propios de su flexibilidad. (Carámbula, 2016).

Ante esta realidad los productores de palta hass del distrito de Huaylas necesitan implementar una cultura exportadora que les ayude a identificar sus limitantes y puedan lograr la inserción en los mercados internacionales ya que no cuentan con las herramientas necesarias, tales como: tecnología, financiamiento, infraestructura y equipos que les permita ser más competitivos en el comercio internacional, y mejore su calidad de vida.

En base a lo mencionado Luis Torres presidente ejecutivo de Promperú indicó que se está creando una nueva cultura exportadora enriquecida por la transformación digital, con un claro concepto, el mercado está lleno de oportunidades y hay que priorizar hacia dónde vamos a ir, con qué estrategias, cómo la política pública acompaña este proceso. Sin embargo, sin la esencia del empresario peruano, sin el cambio de chip, todo lo que se pueda ofrecer no es viable, se debería mantener la operación de sus negocios en función a las actividades permitidas, teniendo en cuenta cómo aprovechar las medidas de reactivación económica y cómo sobre la base de la cultura exportadora integrarse a las cadenas de valor para que puedan trabajar los empresarios. (Torres, 2020)

Por esta razón la cultura exportadora es esencial para impulsar la competitividad en los productores del sector agrícola, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), señala que la política de comercio exterior del Perú en los últimos años ha promovido de forma agresiva una apertura comercial con el fin de insertar de manera exitosa al Perú en la economía global. La inserción no solo depende de lograr acceso a nuevos mercados, sino también de cómo el sector exportador aprovecha dicho acceso. Asimismo, aspectos tales como innovación, movilidad de factores,

transferencia de conocimientos y un adecuado clima de negocios son fundamentales para asegurar una mayor diversificación del comercio exterior. (MINCETUR, 2020)

En su artículo Martínez Delgado, D. G., Silva C, A. C., & Montoya R, J. C. (2017) indican que la cultura exportadora es el conjunto de capacidades generales que tiene una población para llegar al mercado mundial y para comercializar la producción nacional en los mercados internacionales, por lo tanto una de las estrategias está en la educación, brindándoles a los estudiantes las herramientas para conocer cómo funciona el comercio internacional, y de qué forma con los recursos que tiene el departamento pueden ingresar a este espacio de manera competitiva. (Delgado, C., & R, 2017), como se aprecia la educación también juega un rol importante en la cultura Exportadora, por su parte Maria Ramirez (1999) indico que la educación es el instrumento que permite evidenciar ante los estudiantes la existencia de un mundo interdependiente, donde el conocimiento del otro es un factor necesario para poder desenvolverse. Este entendimiento general de la condición globalizada va acompañado de la adquisición de conocimientos específicos para enfrentar la nueva configuración de los mercados, los Estados y las instituciones, tal como lo han demostrado los procesos de integración política y comercial que han popularizado el aprendizaje de varios idiomas, así como el manejo de tecnologías y lenguajes técnicos que llevan cada vez más a borrar fronteras. (Ramírez, 1999)

Es por ello que los gobiernos locales, regionales y las entidades deben preocuparse en fomentar la cultura exportadora, según el Sistema Económico Latinoamericano (SELA) indica que uno de los problemas fundamentales de las PYMES de la región es la falta de una cultura exportadora de sus productos, lo cual puede explicarse por

diversas razones, tales como, la garantía de colocar sus productos o servicios en los mercados locales, la falta de vocación exportadora o la falta de conocimiento para acceder a mercados exteriores. Las pequeñas y medianas empresas deben afrontar el desafío de exportar, factor indispensable para la permanencia de la empresa en la actual economía mundial. Para lograrlo, las PYMES deben introducir criterios generadores de negocios internacionales, formulando estrategias a largo plazo, con miras a la búsqueda de nuevos mercados, con personal capacitado en todos sus niveles, que actúen en forma integrada, con objetivos bien definidos y estableciendo diversas formas de vinculaciones sectoriales. (Latinoamericano, 2015)

De acuerdo con la información de Trade Map, México es el principal productor y exportador de palta, con una participación de 43% a nivel mundial, un liderazgo que se ha mantenido año tras año tal como se aprecia en el cuadro. Por su lado Perú ha venido escalando con un crecimiento sostenido y esta como 3er país productor y exportador con una participación del 12% a nivel mundial.

Tabla 01

Evolución de las exportaciones de palta por país – Valor en millones US\$

País	Valor en miles US\$					Nivel de participación					CAGR (2015-2019)	% Var. 2019/2018
	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019		
Total Exportación	3,330	4,377	5,826	5,842	6,499	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	14.3%	11.3%
México	1,662	2,051	2,828	2,562	2,790	49.9%	46.9%	48.5%	43.9%	42.9%	10.9%	8.9%
Países Bajos	426	645	797	888	1,033	12.8%	14.7%	13.7%	15.2%	15.9%	19.4%	16.3%
Perú	304	397	581	722	751	9.1%	9.1%	10.0%	12.4%	11.6%	19.9%	4.0%
España	223	275	350	354	392	6.7%	6.3%	6.0%	6.1%	6.0%	11.9%	10.7%
Chile	162	297	391	274	301	4.9%	6.8%	6.7%	4.7%	4.6%	13.2%	9.9%
Colombia	10	35	53	63	175	0.3%	0.8%	0.9%	1.1%	2.7%	76.4%	179.6%
EE.UU.	99	129	152	180	154	3.0%	2.9%	2.6%	3.1%	2.4%	9.2%	-14.1%
Kenia	53	64	78	118	138	1.6%	1.5%	1.3%	2.0%	2.1%	21.2%	16.5%
Francia	47	58	71	62	92	1.4%	1.3%	1.2%	1.1%	1.4%	14.5%	48.6%
Rep. Dominicana	17	33	49	51	87	0.5%	0.8%	0.8%	0.9%	1.3%	39.3%	71.3%
Israel	53	42	65	62	73	1.6%	1.0%	1.1%	1.1%	1.1%	6.8%	17.4%
Sudáfrica	71	72	64	116	71	2.1%	1.7%	1.1%	2.0%	1.1%	-0.1%	-39.1%
Bélgica	29	42	45	48	70	0.9%	1.0%	0.8%	0.8%	1.1%	19.0%	47.7%
Nueva Zelanda	63	88	87	71	70	1.9%	2.0%	1.5%	1.2%	1.1%	2.1%	-2.5%
Marruecos	17	17	46	56	51	0.5%	0.4%	0.8%	1.0%	0.8%	25.1%	-8.1%
Otros países	94	132	170	214	251	2.8%	3.0%	2.9%	3.7%	3.9%	21.7%	17.3%

Fuente: Trademap. Elaboración: UIC-SSE

La lista de los mayores países exportadores globales de aguacate en 2018, la fruta más popular del mundo está encabezada por México, Países Bajos y Perú, seguidos en

orden por España, Chile, Estados Unidos, Kenia, Sudáfrica, Nueva Zelanda y Colombia. (oportimes, 2019)

En este sentido algunos de los últimos estudios que se relacionaron con cultura exportadora, fueron los siguientes:

En el estudio Arribasplata (2020) realizó un estudio como objetivo el Determinar estrategias a fin de fomentar la cultura exportadora en la provincia de San Miguel, para la exportación de textiles a la ciudad de New York-Estados Unidos 2020. Para dicha investigación se encuestó a 15 productores textiles de la provincia de San Miguel – Cajamarca, en dicha investigación concluye que fomentar una cultura exportadora es favorable para la exportación de artesanías, debido a que es muy importante ya que nos permitiría ampliar los conocimientos de nuestros artesanos para el ingreso a nuevos mercados más competitivos, tener mayores márgenes de ganancia y también porque la artesanía local tiene potencial para poder ingresar a mercados internacionales, así mismo para los productores resulta importante realizar un estudio de mercado para poder obtener conocimiento de cuáles son los gustos y preferencias de los clientes. Los productores de textiles de la provincia de San Miguel deben aplicar estrategias para fortalecer la cultura exportadora acompañado de una asociatividad y de un apoyo por parte del gobierno local y regional, para de este modo poder realizar exportaciones hacia el mercado de New York Estados Unidos. (Hernandez A. R., 2020)

Otro estudio es del autor Dulanto en el 2019 que tuvo como fin establecer de que manera la cultura exportadora influye en el tipo de exportación de los productores de palta del Valle de Lacchas, provincia de Ocos, Áncash, 2019, en dicha investigación

fueron encuestados 28 productores de palta del Valle de Lacchas, provincia de Ocros en el cual se observó. Con el estudio se determinó que existe una correlación positiva moderada y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $r = 0,459$), por lo que se concluye que los mercados internacionales influyen significativamente en el tipo de exportación de los productores de palta del Valle de Lacchas, provincia de Ocros, Áncash, 2019. Esto implica a medida que se realice estudios de mercados internacionales, aumentará el conocimiento de la empresa sobre actividades de exportación trabajando con alianzas estratégicas. (GARAY, 2019)

En el estudio de Lopez en el 2017, tuvo como objetivo determinar cuáles son los Lineamientos de Cultura Exportadora presentes en la Cooperativa Ceprovaje que generan Oferta Exportable de espárrago verde fresco, en dicha investigación fueron encuestado 42 agricultores en la cual llegó a la conclusión se tiene que de los tres elementos de Cultura Exportadora el único presente en la cooperativa CEPROVAJE que está generando su Oferta Exportable actual es “Mercados Internacionales” el cual se ha venido desarrollando en las charlas brindadas por instituciones que le ayudaron a obtener las certificaciones del producto; en “Educación” se ha desarrollado ciertos elementos, como la capacitación que paga cada agricultor sin necesidad del apoyo de la cooperativa y con respecto a la “Facilitación comercial” sigue sin desarrollarse a pesar de que el estado peruano la viene impulsando por medio del PENX 2025 entendiéndose que dicha información no llega a este tipo de asociaciones y estas no pueden desarrollarla. (López Díaz, 2017)

1.1.1. Definición y origen del producto

La palta, aguacate o avocado es un fruto verdoso que tiene en su centro una semilla de gran tamaño, puede medir más de cinco centímetros de largo. La palta tiene un valor alimenticio muy alto, el aceite contenido en su pulpa posee un valor calórico dos veces mayor que los carbohidratos, además posee dos compuestos importantes; el betasitosterol que facilita la eliminación de colesterol presente en la sangre y el glutatión, sustancia antioxidante que neutraliza los radicales libres que propician las

cardiopatías y el cáncer en los seres humanos. Si bien el beneficio que resulta del incremento del consumo de frutas y hortalizas frescas está comprobado, no es cierto que también se incrementa el riesgo de consumir productos, cuya inocuidad alimentaria está en duda.

Es un árbol de Mesoamérica, su origen tuvo lugar en la parte centro de México y en algunas partes altas de Guatemala, donde ya se cultivaba con anterioridad a la llegada de los españoles. El nombre del aguacate proviene del náhuatl (Ahuacatl), palabra que significa “testículos del árbol”. Su nombre científico es *Persea americana* y proviene de la familia laurácea. El árbol de aguacate puede alcanzar una altura de hasta 20 metros, sin embargo, cuando se cultiva no se deja crecer más de 5 metros, para facilitar las prácticas de control fitosanitario, cosecha, poda y fertilización foliar. Es de tronco grueso y con hojas alargadas que terminan en punta en la parte alta del tronco. Tiene varias ramificaciones, que generan un follaje denso.

El aguacate es considerado un producto perenne debido a que se cultiva durante todo el año y existen aproximadamente 400 variedades, por lo que podemos encontrar frutos de formas y pesos diferentes, que pueden llegar a pesar de 150 a 350gr. (Minagri, 2015)

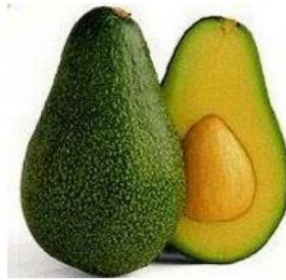
- **Clases de Aguacate:**

Hass: (el más popular en el mercado internacional): Cuando está maduro, su cascara adquiere un tono oscuro, casi negro. Su piel pasa de verde oscuro a verde purpurino. Tiene un gran sabor a nuez y avellana, con textura suave-cremosa y una semilla de pequeña a mediana. Disponible durante todo el año. El aguacate Hass proviene de injerto, mezcla de diferentes variedades de aguacate, desarrollado por Rudolph Hass.



Fuerte: Su cáscara es gruesa, comparada con otras especies y no se oscurece con la maduración. Su piel es ligeramente áspera, con muchos pequeños

puntos amarillos. Lo podemos encontrar desde finales de otoño hasta primavera. Tienen la forma de una pera, de gran sabor y pulpa cremosa.



Criollo: Se caracteriza por tener una cascara muy delgada y suave, que se aferra a la masa, además, un hueso muy grande. El color de su cascara es oscura y su pulpa al madurar adopta un color amarillo-limón. Tiene entre sus principales características ser resistente al frío.



Bacón: Fruta disponible durante otoño hasta primavera. El fruto es de forma ovalada, pulpa amarilla verdosa que tiene un gran sabor con textura suave. Es fácil de pelar y contiene un hueso mediano a grande. Al madurar, la piel de este fruto toma un color más oscuro.



Pinkerton: Tiene cosecha temprana, redondo, con cuello en forma de pera, de tamaño medio. Se trata de una fruta de apariencia larga, pulpa cremosa

con excelente sabor. Tiene una cascara más gruesa que las diferentes clases de aguacate, además es muy fácil de pelar. Lo encontramos de invierno hasta primavera.



Gwen: Lo encontramos desde principios de primavera hasta finales de verano. Es una fruta redonda, la piel es delgada y granulada de color verde. El sabor de la pulpa es suave y cremoso.



Reed: Disponible en verano e inicios de otoño. Su piel permanece gruesa y verde, tienen buen sabor, presenta una suave presión cuando está madura. Es fácil de pelar y contiene una semilla mediana.



1.1.2. Propiedades nutritivas y beneficios

Los aportes positivos que la palta nos brinda a nuestro organismo son:

- ✓ **Está llena de fibra:** la palta es alta en fibra, la cual representa un 7% de su peso total, una cantidad muy alta comparada con la de otros alimentos. La fibra es materia vegetal indigestible que puede

contribuir a la pérdida de peso y reducir los picos de azúcar en sangre, además de estar fuertemente relacionada con un menor riesgo de sufrir varias enfermedades. La fibra puede ser soluble o insoluble. La soluble sirve como alimento a las bacterias “buenas” del intestino y son muy importantes para el funcionamiento óptimo del cuerpo.

- ✓ El consumo de palta ayuda a reducir el colesterol, reduce la tensión arterial por su alto contenido en potasio y tiene propiedades antiinflamatorias debido a la presencia de betacarotenos y flavonoides.
- ✓ Debido a que es una fruta rica en fibra, la palta ayuda a evitar el estreñimiento y saciar el apetito. Es nutritiva debido a que contiene vitaminas A, C, D, E, K y del complejo B, así como fósforo y magnesio.
- ✓ Si bien la palta tiene un alto contenido graso, el 72% de éste es monoinsaturado. Este tipo de grasa aumenta los niveles de colesterol HDL (el colesterol bueno) y eso lo convierte en una fruta buena para el corazón.
- ✓ Un estudio del Centro para el Control y Prevención de Enfermedades de EE.UU demostró que el aumento de las grasas monoinsaturadas disminuye el riesgo de enfermedades cardiovasculares y mantiene el índice de masa muscular.
- ✓ **Prevención del Alzheimer:** Las propiedades de la palta ayudan al Alzheimer, ya que las dosis elevadas de vitamina E que contiene pueden neutralizar los radicales libres y la acumulación de proteínas para revertir la pérdida de memoria en los pacientes que padecen Alzheimer. También las propiedades del aguacate contrarrestan los síntomas del Alzheimer en las etapas tempranas y retrasan la progresión de la enfermedad. (ALAYO, 2019)

1.1.3. Crecimiento del mercado

Según Minagri, Las exportaciones de alimentos peruanos avanzan, pese a los impactos del Covid-19 en el mundo. Las exportaciones de paltas sumaron US\$ 636 millones FOB en el período enero-julio de este año, en dicho periodo de análisis se

ha logrado colocar 337 mil 935 toneladas de palta, lo que significó un aumento de 22% en relación con lo registrado en el 2019 (Riego, 2020).

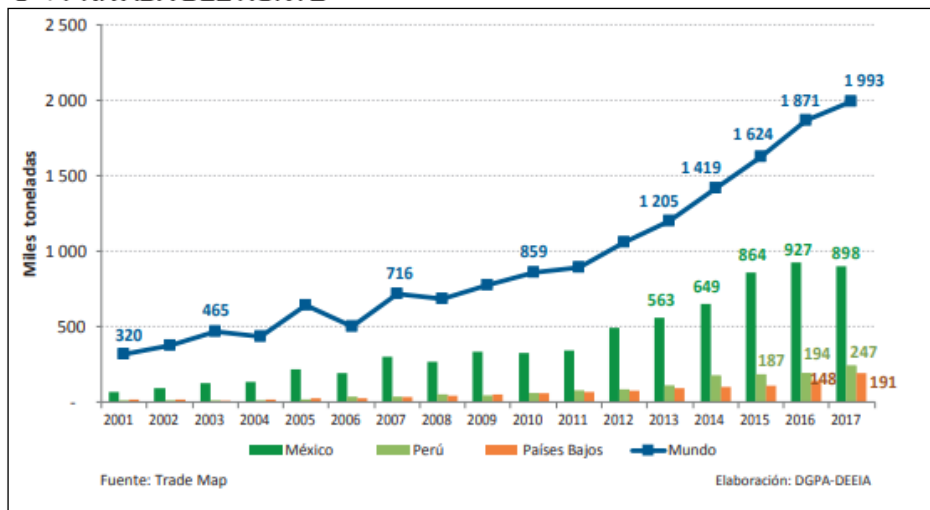
Este crecimiento se debe a la gran demanda comercial del producto donde las peculiaridades de nuestra palta han conquistado el paladar del consumidor especialmente ya que es una tendencia consumir productos saludables.

Para el 2019, la World Avocado Organization (WAO) estima que el consumo global de esta fruta crecería al menos en 20%. Una mayor demanda, estimulada por precios competitivos, fuertes campañas de promoción y el consumo de los ‘millennials’, ha llevado a los países productores a ver en esta fruta un mar de oportunidades. Entre ellos destaca el Perú, donde agricultores y exportadores siguen apostando por este cultivo. (CORVERA, 2019).

Luego de un acuerdo comercial con Chile se abre un mercado importando para los pequeños productores, según el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa), órgano del Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) del Perú, se concretó luego de las gestiones realizadas desde el 2015, se trata de un importante acuerdo que permitirá incorporar a los pequeños productores de Áncash, Apurímac, Ayacucho, Cusco y Huancavelica a la cadena exportadora de esta fruta en un país que cuenta con un potencial de 18 millones de consumidores y cuyo consumo al año asciende a 8 kilogramos por persona. (Gestión, 2020)

Gráfico 1

Evolución de las exportaciones mundiales de palta



1.1.2. Producción Nacional

Las exportaciones de palta se registran desde la época de los 90', ya que sus características facilitaban el manejo post cosecha y transporte y es un fruto que tiene una gran acogida a nivel internacional.

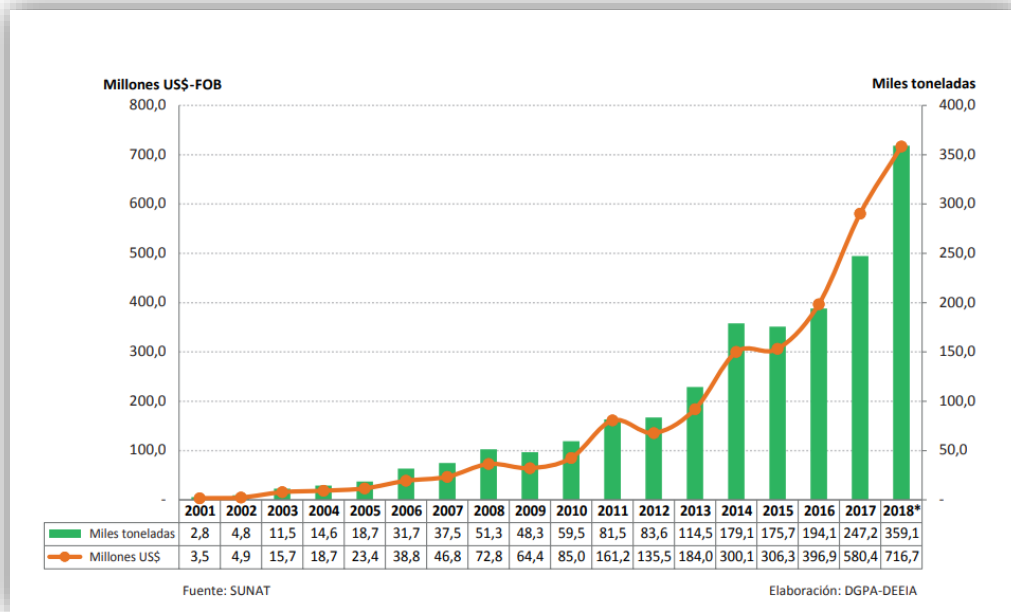
Según Daniel Bustamante, presidente de la Asociación de Productores de Palta Hass de Perú (ProHass), la campaña del 2020 podría superar en volumen la cifra récord del 2018, cuando se exportaron 359 mil toneladas de palta, 46% más respecto del 2017.

a expectativa se sustenta por las nuevas áreas de cultivo sembradas hace cuatro años en Olmos (Lambayeque), que ya han empezado a producir. A esta oferta se sumará la mayor producción de los valles de Junín, Huancavelica y Cusco. (Republica, 2020)

Según la información de Minagri, las exportaciones se han incrementado, pues según el gráfico durante los últimos años se ha incrementado su producción, llegándose a producir 359 mil de toneladas en el 2018, creciendo en un 45% con respecto al año 2017, y comparando con el año 2010 se ha crecido en un 608%.

Gráfico 2

Perú exportaciones de palta fresca



La zona costera lidera como productora de palta hass con una participación del 37%, las regiones andinas tienen diferente clima es por eso que su producción varía de acuerdo a la estacionalidad.

Según Jesús Guerra, jefe de la sede de Sierra y Selva Exportadora de la región Ancash, dijo que “La región tiene altitudes muy variadas y obviamente la producción de palta Hass aquí es muy factible”, Ancash tiene climas variados, la palta se adapta bien a partir de los 2.800 metros y en la región, hay una variedad de altitudes, disponibilidad de agua y suelos de buena calidad, es por eso que las condiciones serían aptas para la palta Hass. “Los cultivos de palta, normalmente se complementan entre sierra y costa. Cuando hay palta en costa, en sierra está en desarrollo, y viceversa, por lo que complementa muy bien la estacionalidad de la producción de palta, haciéndolo muy atractivo para los productores”. (Portalfrutícola, 2017).

Tabla 2

Producción de palta hass por región – Valor en millones

Región	Perú: Producción de palta por región - TM					% Part. 2019	CAGR
	2015	2016	2017	2018	2019		
Total	376,602	455,394	466,796	504,532	535,911	100.0%	7.3%
La Libertad	112,775	178,272	197,271	204,526	202,184	37.7%	12.4%
Lima Prov.	81,310	92,070	86,304	83,607	80,190	15.0%	-0.3%
Ica	56,638	57,049	53,924	66,332	71,591	13.4%	4.8%
Junín	31,917	34,128	36,607	41,450	44,808	8.4%	7.0%
Lambayeque	7,679	8,278	9,904	15,559	29,825	5.6%	31.2%
Arequipa	12,067	12,579	15,862	20,085	22,731	4.2%	13.5%
Ancash	26,116	20,456	11,473	17,547	20,180	3.8%	-5.0%
Ayacucho	5,311	5,219	7,772	6,615	16,640	3.1%	25.7%
Moquegua	6,393	6,156	5,061	6,778	7,556	1.4%	3.4%
Cusco	6,170	7,861	4,868	5,524	7,067	1.3%	2.8%
Piura	4,267	7,025	8,364	7,930	5,806	1.1%	6.4%
Apurímac	3,727	3,795	3,945	4,403	4,126	0.8%	2.1%
Loreto	3,289	3,453	3,513	3,530	3,555	0.7%	1.6%
Huánuco	2,741	2,833	3,297	3,565	3,547	0.7%	5.3%
Cajamarca	4,745	4,510	5,699	5,003	3,421	0.6%	-6.3%
Pasco	2,212	2,384	3,066	2,601	2,942	0.5%	5.9%
Puno	2,430	2,469	2,463	2,460	2,455	0.5%	0.2%
Ucayali	2,088	2,087	2,553	2,295	2,056	0.4%	-0.3%
Lima Metrop.	1,634	1,820	1,739	1,504	1,499	0.3%	-1.7%
Amazonas	926	1,051	1,155	1,160	1,651	0.3%	12.2%
Huancavelica	642	729	811	914	874	0.2%	6.4%
Madre Dios	424	491	423	508	608	0.1%	7.5%
San Martín	723	301	313	356	417	0.1%	-10.4%
Tacna	378	377	410	280	182	0.0%	-13.6%

Fuente: MINAGRI - Direcciones Regionales de Agricultura

Elaboración: UIC-SSE

Legende:

	Región de la costa con crecimiento en la producción de palta (2015-2019)
	Región de la sierra con crecimiento en la producción de palta (2015-2019)
	Región de la selva con crecimiento en la producción de palta (2015-2019)

• Producción Ancash

Los datos consignando dan muestra que la región Áncash lleva produciendo en mayor parte en la zona costera de la región, empezando desde la provincia de Huarney hasta Santa. La zona de mayor producción es la provincia de Casma (Casma, Yaután, Cachipampa), seguida por la provincia del Santa (Moro).

Entre las variedades que oferta más la región es la variedad de palta hass está siendo vista como una buena alternativa para los inversionistas agrícolas, siendo así que a mediados del 2017 se realizó plantaciones más de 10 mil plántones en distintos sectores de Casma. De acuerdo al informe consignado por SENASA, los departamentos con mayor producción de palta son La Libertad (26%), Lima (21%), Ica (13%), Junín (12%) y Áncash (9%),

alrededor del 95% de Palta Hass se cultiva en zonas de la costa, mientras que la sierra el 5% restante.

Los meses de producción de la variedad Palta Hass con una alta tasa de cosecha, es en la zona Sierra de enero - marzo, y en la zona Costa en, de abril - agosto, y los meses restantes también, pero con una baja tasa de producción.

El rendimiento de producción de paltas en la región es de 11 049 kilogramos por hectárea.

1.2. Formulación del problema

Pregunta general: ¿Cuáles son las características de la cultura exportadora en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020?

Pregunta específica:

- ¿Cuáles son las características de la oferta exportable en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020?
- ¿Cuáles son las características de la facilitación comercial en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020?
- ¿Cuáles son las características del conocimiento de mercado internacional en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020?
- ¿Cuáles son las características de la educación y la exportación de palta hass en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Describir las características de la cultura exportadora en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

- Describir las características la oferta exportable en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020.
- Describir las características de la facilitación comercial en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020.
- Describir las características del conocimiento de mercado internacional en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020.
- Describir las características de la educación en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

No hay hipótesis, ya que es una investigación descriptiva

1.5. Limitaciones

1.5.1 Internas.

Actualmente el mundo está atravesando por una crisis sanitaria del COVID-19 que ha golpeado las economías a nivel mundial, y nuestro país se ha visto muy afectado y golpeado en nuestra, lo que nos ha limitado para poder llevar a cabo el estudio de la presente investigación y poder tener un contacto directo y físico con los principales productores de palta hass del distrito de Huaylas.

Así como también, las restricciones impuestas por el gobierno, que imposibilita el estar viajando para la recopilación de información, al igual que el tiempo destinado al desarrollo de la investigación, limitantes económicas debido a los recursos reducidos para el viaje a la localidad de estudio.

1.5.2 Externas.

La escasa información de cultura exportadora a nivel regional y mundial, así como la baja información bibliográfica respecto a estudio de producción de palta hass en el distrito de Huaylas.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

1. Según su enfoque: Cuantitativo

La presente investigación es de tipo cuantitativo, porque se pretende interpretar la información obtenida a través de resultados de encuestas aplicados a una cierta población.

Según Fidias Arias, cuando el objetivo es describir ciertas características de un grupo mediante la aplicación de un cuestionario, el análisis estadístico más elemental radica en la elaboración de una tabla de distribución de frecuencias absolutas y relativas o porcentajes, para luego generar un gráfico a partir de dicha tabla. (Arias, 2012)

2. Según su Diseño: No experimental transversal

La presente investigación utiliza un diseño no experimental transversal, según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) la investigación no experimental transversal es aquella recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Por otro lado, indica que la exploración permitirá obtener nuevos datos y elementos que pueden conducir a formular con mayor precisión las preguntas de investigación.

3. Según su Alcance: Descriptivo

La presente investigación tiene un alcance descriptivo ya que busca describir la población, lugar, casuística y problemática del cual se basa la investigación. Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos,

comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

En la presente investigación, está representada por los productores de palta hass del distrito de Huaylas- Ancash

Según Arias (2012) La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.

Población

La población está conformada por 21 productores de palta hass empadronados en el distrito de Huaylas – Ancash.

Muestra

Está conformada por 14 productores de palta hass del distrito de Huaylas – Ancash.

Que actualmente se encuentran activos y comercializando su producto.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Técnicas:

Encuesta: Como instrumento aplicado con una serie de preguntas para reunir datos e información del tema de investigación.

Según Arias la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular. (Arias, 2012)

Análisis y Revisión Documental: tomando Revisión y análisis de datos secundarios (documentos, estadísticas, informes, entrevistas, etc.), información que esté relacionado con nuestras variables y dimensiones de estudio y poder obtener lo necesario para el desarrollo de la presente tesis.

Instrumento:

Se ha utilizado el método de medición de la escala de Likert que fue desarrollado en los años treinta por Rensis Likert en 1932, aunque es un método antiguo, se trata de un enfoque vigente y bastante popular y identificar claramente la variable o actitud que se intenta medir. (Echauri, Minami, & Sandoval, 2013)

El objetivo de la encuesta es medir los conocimientos y actitudes que tienen los productores de palta hass del distrito de Huaylas. En tal sentido se elaboró un instrumento utilizando una escala de Likert, que contó con 16 ítems, en la escala de Likert (1-5), las cuales se relacionaron directamente con la variable, 5 = Mucho, 4 = Suficiente, 3 = Medianamente suficiente, 2 = Poco y 1 = Nada. Respecto a las dimensiones está conformada por 4 dimensiones que están conformadas por: oferta exportable, facilitación comercial, mercado internacional y educación. Así mismo se incorporaron un conjunto de interés, dentro de los cuales están: género y edad.

Procedimiento

En la presente investigación se realizará un estudio de datos sobre las variables mediante análisis documental y revisión documental a través de informes, estadísticas, entrevista a expertos que permitirá tener una idea más clara sobre la cultura exportadora.

Para el procesamiento de datos se procedió a ordenar las preguntas que se encuentran directamente relacionadas a las dimensiones de la variable para poder realizar el análisis estadístico. Para dicho análisis, se utilizó el programa Microsoft Excel 2019 para así identificar la confiabilidad del instrumento. El análisis descriptivo se realizará a través de frecuencias y porcentajes.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

A continuación, se presenta los resultados que se obtuvieron del cuestionario realizado a 14 productores de palta hass del distrito de Huaylas, donde se empleó como instrumento el cuestionario con 16 preguntas usando como resultado la escala de Likert de 5 niveles.

3.1. Datos generales:

Tabla 3

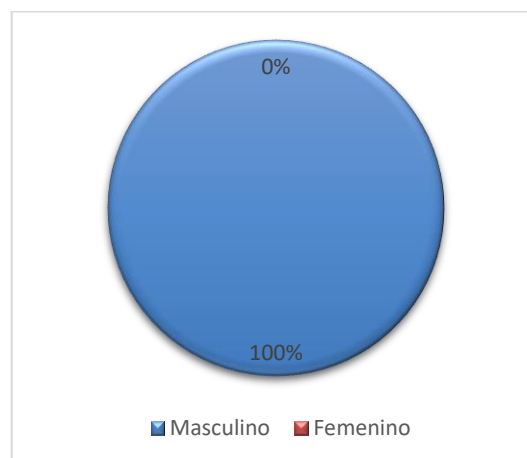
Genero de los productores de palta hass del Distrito de Huaylas

Género	Cantidad
Masculino	14
Femenino	0
Total	14

Fuente: Elaboración Propia

Figura 3

Género de los productores de palta del Distrito de Huaylas



Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 1 detalla el género de los productores de palta, dando como resultado que el 100% de los encuestados son del género masculino

Tabla 4

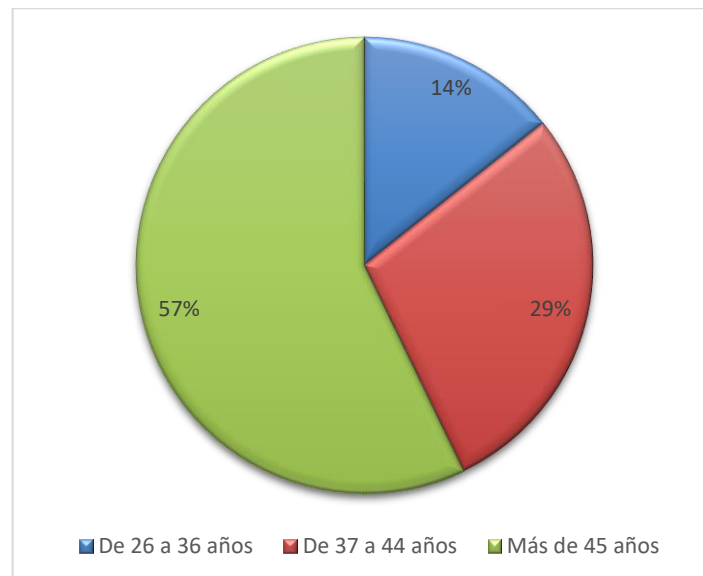
Edad de los productores de palta hass del Distrito de Huaylas

Rango de edad	Cantidad
De 26 a 36 años	2
De 37 a 44 años	4
Más de 45 años	8
Total	14

Fuente: Elaboración Propia

Figura 4

Edad de los productores de palta hass del Distrito de Huaylas



Fuente: Elaboración Propia

La Tabla 2 detalla la edad de los productores de palta, dando como resultado que el 57% de los encuestados tienen más de 45 años, el 29% tiene entre 37 a 44 años y el 14% tiene entre 26 a 36 años.

3.2. Análisis estadístico e interpretación de la variable “Cultura exportadora”

- Oferta exportable

- Ítem 1: ¿Cree usted que el costo combustible es el indicado para la empresa de transporte?

Tabla 5

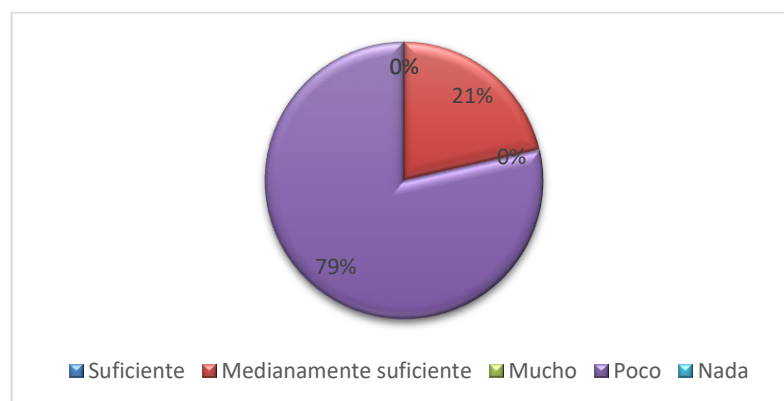
Sofisticación en infraestructura, logística y ecológico en la producción de palta hass.

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	0	0%
Medianamente suficiente	3	21%
Mucho	0	0%
Poco	11	79%
Nada	0	0%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 5

Sofisticación en infraestructura, logística y ecológico en la producción de palta hass.



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que el 79% de los productores de palta cuentan con un sistema sofisticado para la producción y cultivo de paltas, mientras que el 21% indica que cuenta medianamente suficiente con un sistema sofisticado.

- Ítem 2: ¿Qué tanto la informalidad termina afectando a su comercialización de palta hass?

Tabla 6

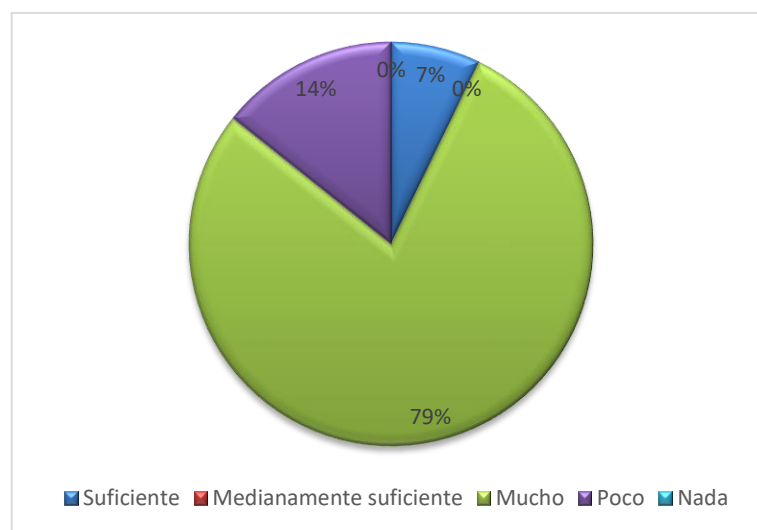
La informalidad afecta la comercialización de palta hass

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	1	7%
Medianamente suficiente	0	0%
Mucho	11	79%
Poco	2	14%
Nada	0	0%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 6

La informalidad afecta la comercialización de palta hass



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que el 79% de los productores de palta piensan que la informalidad a afectado mucho la comercialización de palta hass, mientras que el 14% indica que le afecta poco y un 1% que le afecta lo suficiente.

- Ítem 3: ¿Qué tanto considera que su producción de palta hass cuenta con altos estándares de calidad para su comercialización y exportación?

Tabla 7

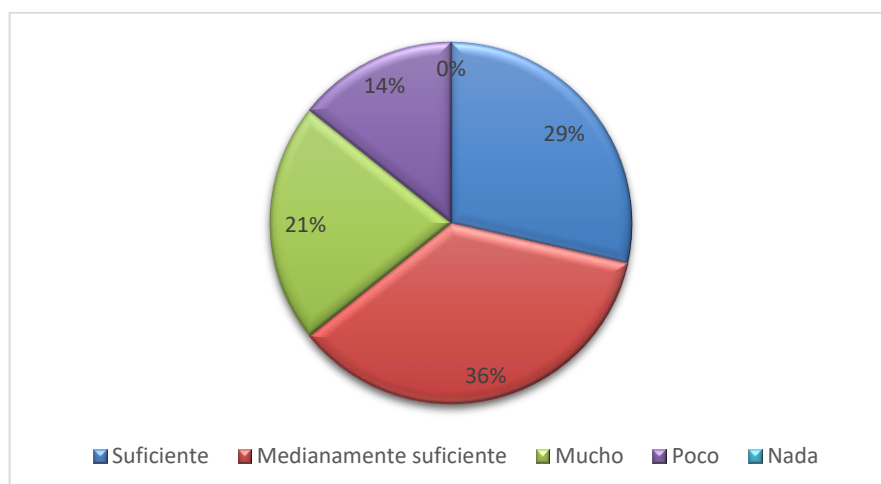
La palta hass cuenta con altos estándares de calidad para su comercialización y exportación.

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	4	29%
Medianamente suficiente	5	36%
Mucho	3	21%
Poco	2	14%
Nada	0	0%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 7

La palta hass cuenta con altos estándares de calidad para su comercialización y exportación.



Se puede apreciar que el 36% de los productores de palta considera medianamente suficiente que su producción de palta cuenta con los estándares de calidad para la comercialización, , mientras que el 29% indica que lo suficiente, un 21% mucho y un 14% que poco.

- Ítem 4: ¿Con que frecuencia participa en capacitaciones, seminarios, talleres, etc., que ha promovido el Gobierno Regional, distrital, Instituciones privadas?

Tabla 8

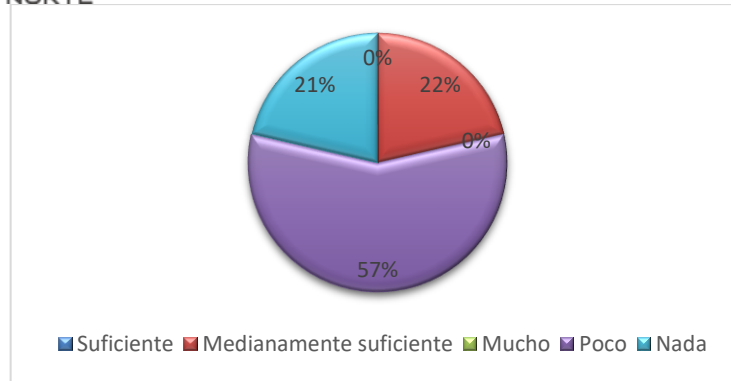
Frecuencia de participación en capacitaciones, seminarios, talleres, etc.

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	0	0%
Medianamente suficiente	3	21%
Mucho	0	0%
Poco	8	57%
Nada	3	21%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 8

Frecuencia de participación en capacitaciones, seminarios, talleres, etc.



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que 57% de los productores de palta tiene poca participación en capacitaciones, seminarios, talleres, etc., mientras que el 21% indica que medianamente suficiente haberse capacitado, y un 21% que nada.

- Ítem 5: De acuerdo con los conocimientos de técnicas de riego, desarrollo de infraestructura, implementación de cultivo ¿Qué tanto ha desarrollado innovación y tecnología a estas áreas que le han permitido incrementar la producción de palta hass?

Tabla 9

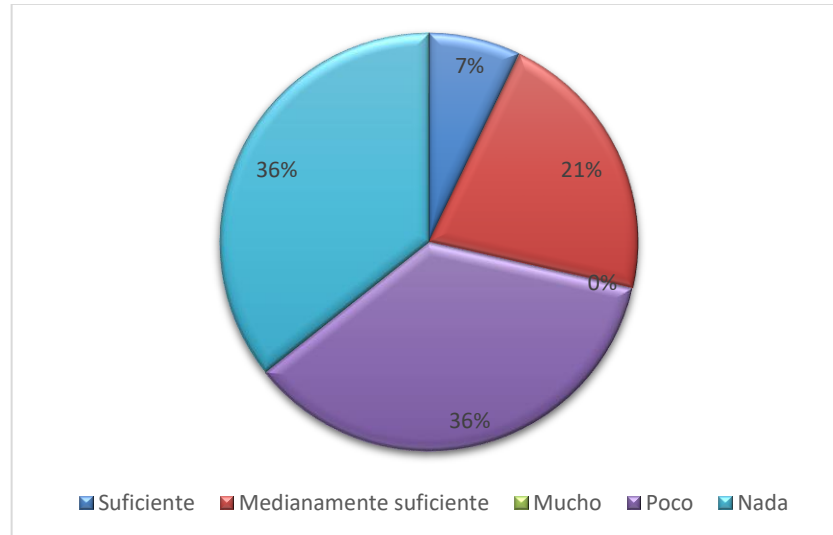
Desarrollado innovación y tecnología técnicas de riego, desarrollo de infraestructura, implementación de cultivo

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	1	7%
Medianamente suficiente	3	21%
Mucho	0	0%
Poco	5	36%
Nada	5	36%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 9

*Desarrollado innovación y tecnología técnicas de riego, desarrollo de
infraestructura, implementación de cultivo*



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que un 36% de los productores de palta ha innovado poco en tecnología, otro 36% indica que nada, mientras que un 21% indica ha implementado medianamente suficiente y el 7% indica que lo suficiente.

- **Facilitación Comercial**

- Ítem 6: ¿Usted tiene conocimiento de llenado de contratos, instrucciones documentarias, especificaciones de fabricación y embalaje de producto, etc., que son necesarios para la comercialización y exportación de palta hass?

Tabla 10

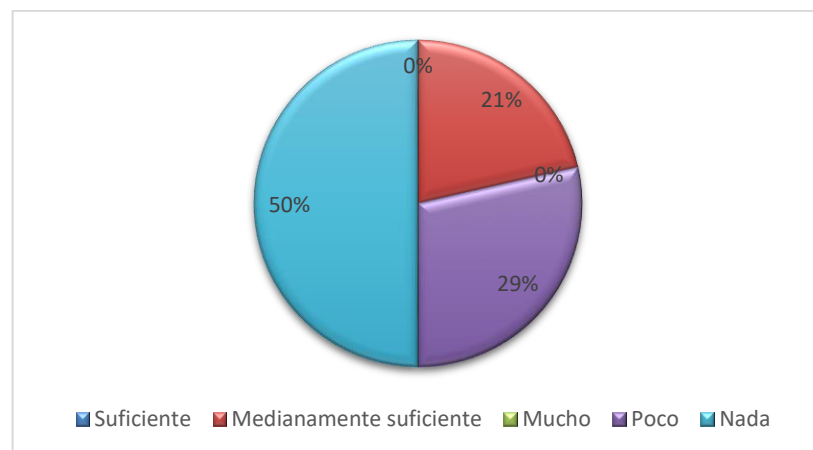
Conocimiento de llenado de contratos, instrucciones documentarias, especificaciones de fabricación y embalaje de producto, etc.

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	0	0%
Medianamente suficiente	3	21%
Mucho	0	0%
Poco	4	29%
Nada	7	50%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 10

Conocimiento de llenado de contratos, instrucciones documentarias, especificaciones de fabricación y embalaje de producto, etc.



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que un 50% de los productores de palta no conoce nada sobre contratos, instrucciones documentarias, especificaciones de fabricación y embalaje de producto, etc., que son necesarios para la comercialización y exportación de palta hass, un 29% indica que poco, mientras que un 21% indica que medianamente suficiente conocer.

- Ítem 7: ¿Con que frecuencia accede a financiamiento y apoyo de las instituciones, para la producción de palta hass?

Tabla 11

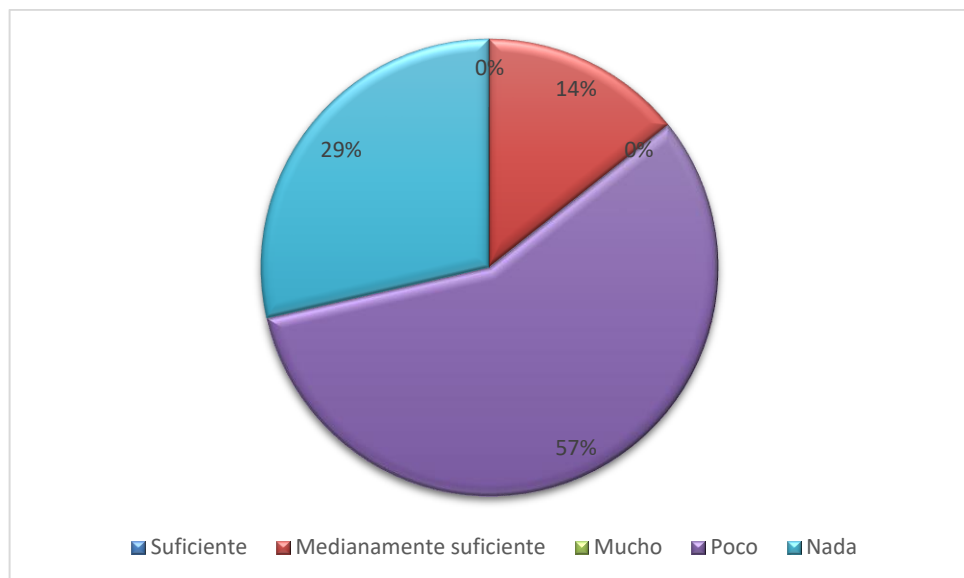
Frecuencia de acceso a financiamiento y apoyo de las instituciones

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	0	0%
Medianamente suficiente	2	14%
Mucho	0	0%
Poco	8	57%
Nada	4	29%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 11

Frecuencia de acceso a financiamiento y apoyo de las instituciones



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que un 57% de los productores de palta tiene poco acceso a financiamiento y apoyo de las instituciones, un 29% indica que nada, mientras que un 14% indica que medianamente suficiente tener acceso.

- **Mercado Internacional**

- Ítem 8: ¿Usted alguna vez ha obtenido información sobre el comportamiento, tendencia, oferta, demanda y precios de palta hass a nivel nacional e internacional?

Tabla 12

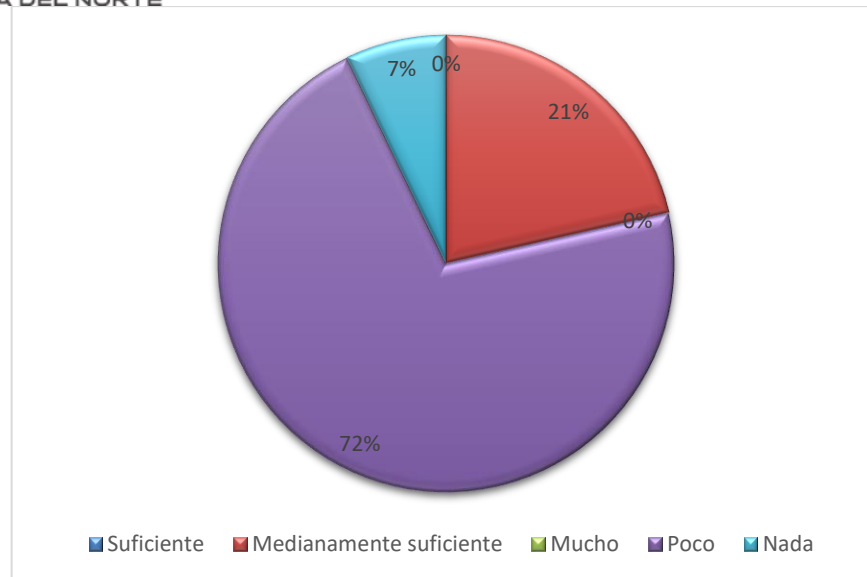
Obtención de información sobre el comportamiento, tendencia, oferta, demanda y precios de palta hass a nivel nacional e internacional

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	0	0%
Medianamente suficiente	3	21%
Mucho	0	0%
Poco	10	72%
Nada	1	7%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 12

Obtención de información sobre el comportamiento, tendencia, oferta, demanda y precios de palta hass a nivel nacional e internacional



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que un 72% de los productores de palta ha obtenido poco acceso a información sobre el comportamiento, tendencia, oferta, demanda y precios de palta hass a nivel nacional e internacional, un 21% indica que medianamente suficiente, mientras que un 7% indica que nada.

- Ítem 9: ¿Usted ha participado en ferias nacionales o internacionales o actividades o actividades de promoción, etc. que le han permitido promover la comercialización de palta hass?

Tabla 13

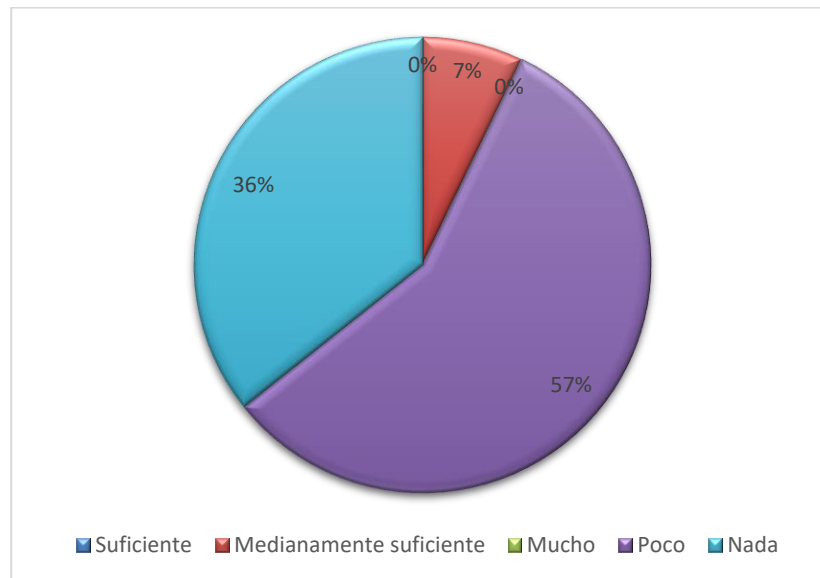
Participación en ferias nacionales o internacionales o actividades o actividades de promoción.

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	0	0%
Medianamente suficiente	1	7%
Mucho	0	0%
Poco	8	57%
Nada	5	36%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 13

Participación en ferias nacionales o internacionales o actividades o actividades de promoción.



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que un 57% de los productores de palta ha participado poco en ferias nacionales o internacionales o actividades o actividades de promoción, etc. que le han permitido promover la comercialización, un 36% indica que nada, mientras que un 7% indica que medianamente suficiente.

- Ítem 10: ¿Usted conoce sobre los beneficios de los TLC (Tratados de libre comercio) los beneficios arancelarios, normas, regulaciones extranjeras y estándares de calidad de algún mercado externo?

Tabla 14

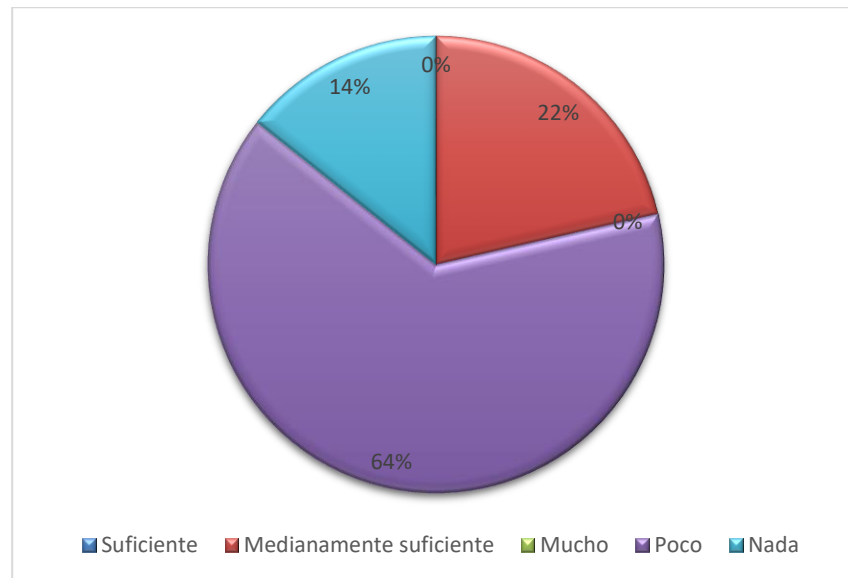
Conocimiento de los beneficios de los TLC (Tratados de libre comercio,) los beneficios arancelarios, normas, regulaciones extranjeras y estándares de calidad de los mercados externos.

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	0	0%
Medianamente suficiente	3	21%
Mucho	0	0%
Poco	9	64%
Nada	2	14%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 14

Conocimiento de los beneficios de los TLC (Tratados de libre comercio,) los beneficios arancelarios, normas, regulaciones extranjeras y estándares de calidad de los mercados externos.



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que un 64% de los productores de palta conoce poco de los beneficios del TLC, un 21% indica que conoce medianamente suficiente, mientras que un 14% indica que nada.

- **Educación**

- Ítem 11: ¿Qué tanto ha invertido en capacitaciones, seminarios, talleres, etc., sobre técnicas de cultivo, comercialización de producto y exportación, y así generar nuevos conocimientos, competencias que le ayuden a mejorar su producción y comercialización de palta hass?

Tabla 15

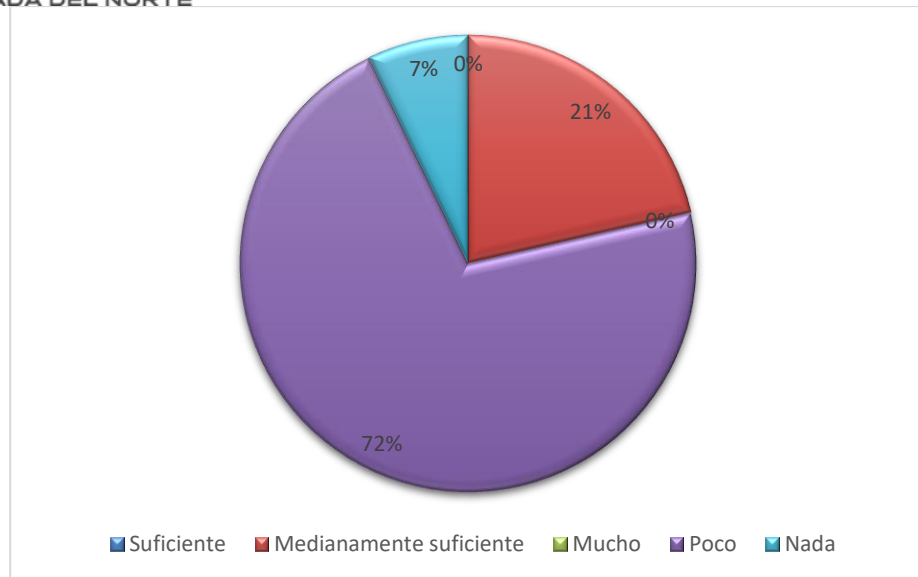
Inversión en capacitaciones, seminarios, talleres, etc., sobre técnicas de cultivo, comercialización de producto y exportación.

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	0	0%
Medianamente suficiente	3	21%
Mucho	0	0%
Poco	10	72%
Nada	1	7%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 15

Inversión en capacitaciones, seminarios, talleres, etc., sobre técnicas de cultivo, comercialización de producto y exportación.



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que un 72% de los productores de palta ha invertido poco en capacitaciones, seminarios, talleres, etc., sobre técnicas de cultivo, comercialización de producto y exportación, un 21% indica que medianamente suficiente, y un 7% indica que nada.

- Ítem 12: ¿De acuerdo con su nivel de conocimiento que tanto saber leer y/o escribir?

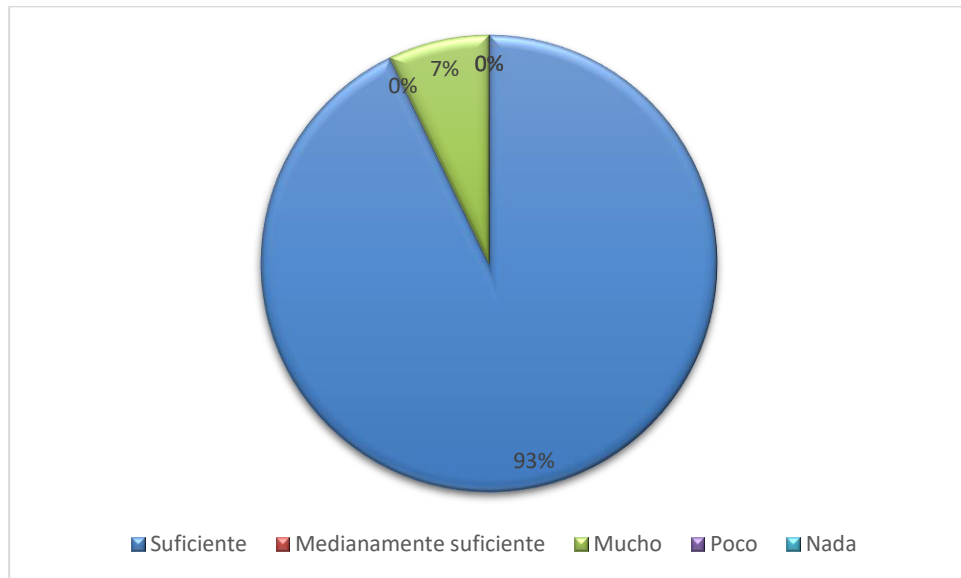
Tabla 16

Nivel de conocimiento sobre leer y/o escribir

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	13	93%
Medianamente suficiente	0	0%
Mucho	1	7%
Poco	0	0%
Nada	0	0%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Nivel de conocimiento sobre leer y/o escribir



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que un 93% de los productores de palta tiene suficiente conocimiento que tanto saber leer y/o escribir, y un 7% indica que mucho.

- Ítem 13: ¿Qué tanto considera que avanzado en su nivel de instrucción básica?

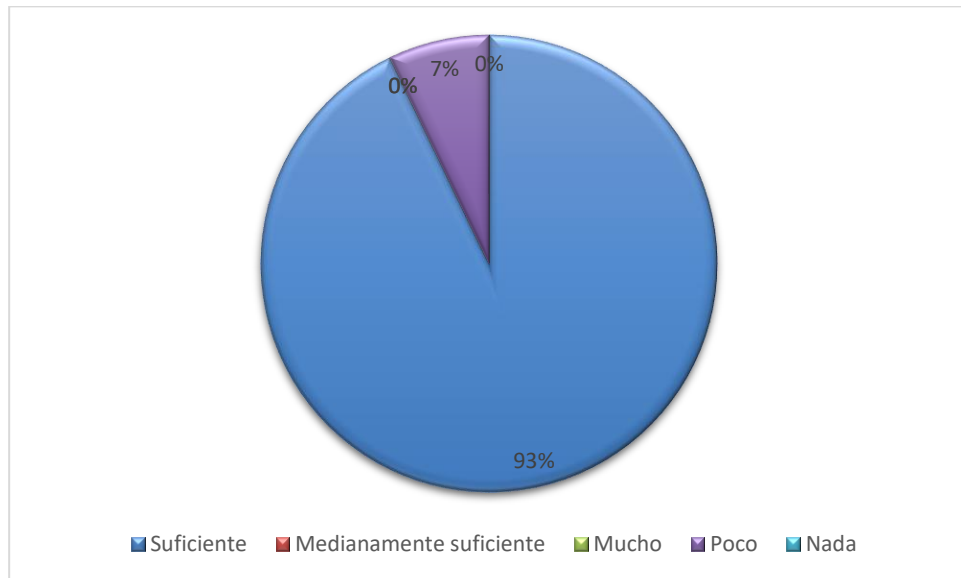
Tabla 17

Nivel de avance en su instrucción básica

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	13	93%
Medianamente suficiente	0	0%
Mucho	0	0%
Poco	1	7%
Nada	0	0%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Nivel de avance en su instrucción básica



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que un 93% de los productores de palta cuenta con suficiente instrucción básica, y un 7% indica que poco.

- Ítem 14: ¿Qué tanto considera que avanzado en educación superior universitaria y/o técnica?

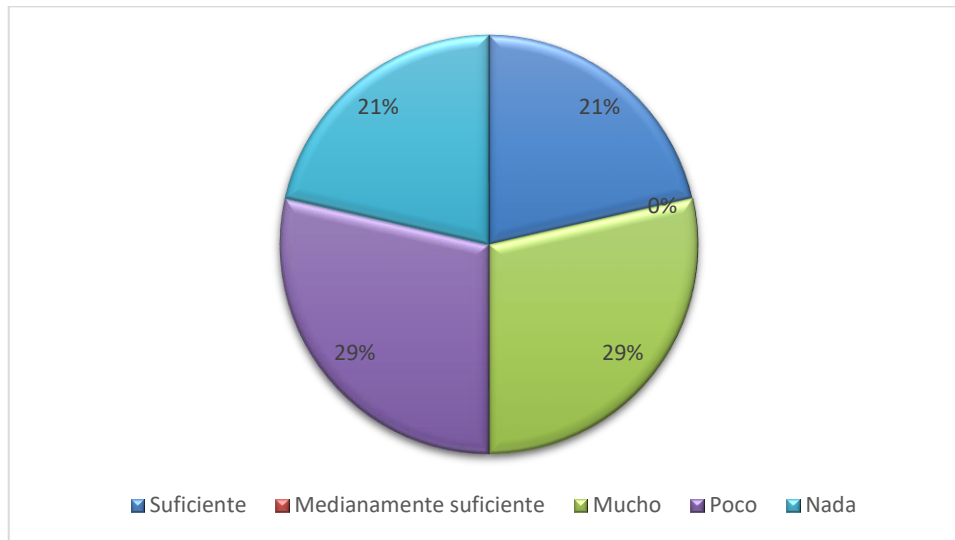
Tabla 18

Desarrollo en el nivel de educación superior universitaria y/o técnica

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	3	21%
Medianamente suficiente	0	0%
Mucho	4	29%
Poco	4	29%
Nada	3	21%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Desarrollo en el nivel de educación superior universitaria y/o técnica



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que un 29% indica haber avanzado mucho en educación superior universitaria y/o técnica, otro 29% indica que poco, un 21% indica haber avanzado lo suficiente y un 21% indica que nada.

- Ítem 15: El inglés, es el idioma universal más utilizado para los negocios con mercados internacionales; ¿Qué tanto conoce o habla el idioma?

Tabla 19

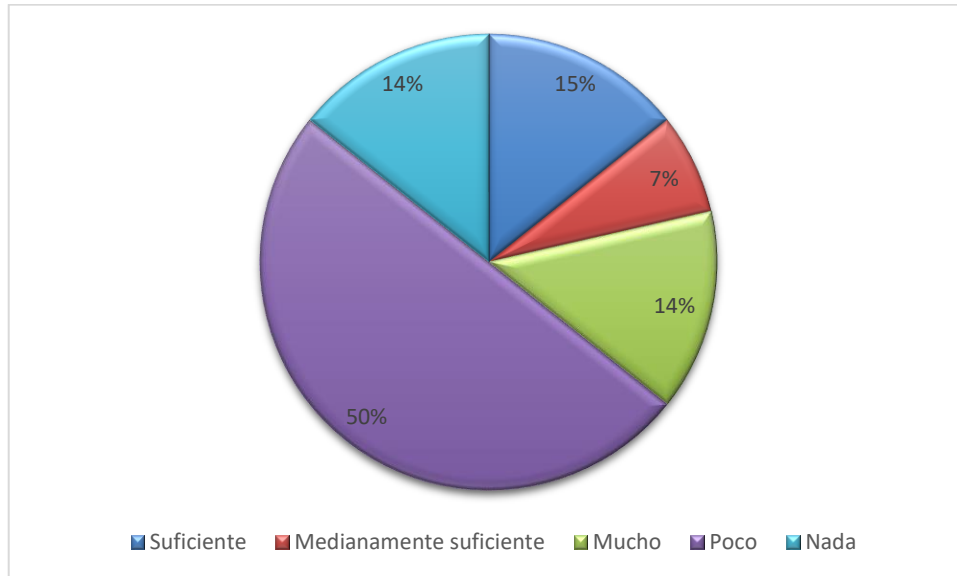
Conocimiento del idioma inglés.

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	2	14%
Medianamente suficiente	1	7%
Mucho	2	14%
Poco	7	50%
Nada	2	14%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 19

Conocimiento del idioma inglés.



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que un 50% indica conocer poco el idioma inglés, un 14% indica que conoce lo suficiente, otro 14% indica que mucho, el otro 14% indica que nada y un 7% indica conocer medianamente suficiente.

- Ítem 16: ¿Considera que se deber enseñar comercio exterior como asignatura en el currículo escolar, para que lograr incentivar a los estudiantes a la actividad empresarial y a la exportación, generando así un mayor interés?

Tabla 20

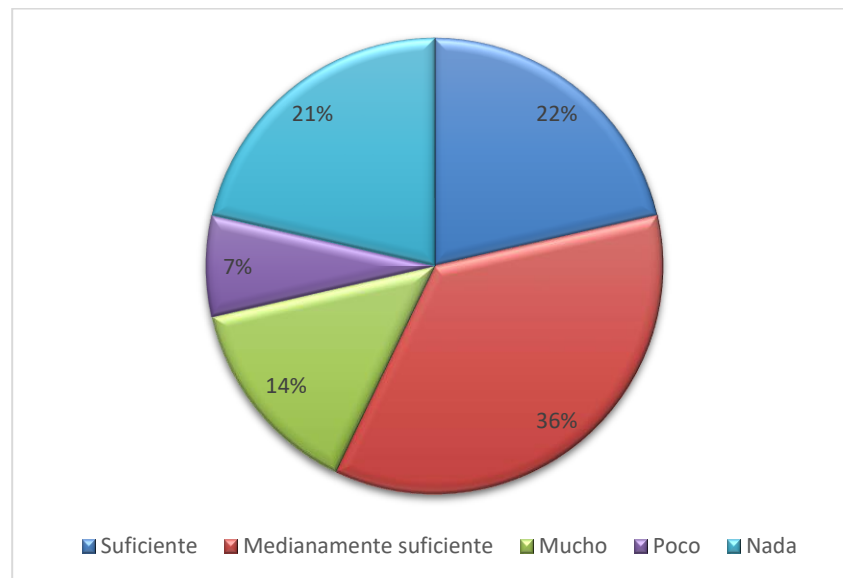
Se debe enseñar comercio exterior como asignatura en el currículo escolar.

	Cant.	Porcentaje
Suficiente	3	21%
Medianamente suficiente	5	36%
Mucho	2	14%
Poco	1	7%
Nada	3	21%
Total	14	100%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 20

Se debe enseñar comercio exterior como asignatura en el currículo escolar.



Fuente: Elaboración Propia

Se puede apreciar que un 36% indica que se debe enseñar medianamente suficiente comercio exterior como asignatura en el currículo escolar, un 21% indica que nada, un 21% indica lo suficiente, el otro 14% indica que mucho y un 7% indica que poco.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

La cultura exportadora permite desarrollar herramientas que ayuden a mejorar la oferta exportable y generar una mejor calidad de vida, son pocos las comunidades, distritos, provincias que la implementan en el Perú, se ha encontrado escasos reportes de investigaciones realizadas. En tal sentido, con el desarrollo de esta investigación se demuestra que la fomentar la cultura exportadora en los productores de palta se van a ver beneficiados ya que les permitirá ser más competitivos en el mercado nacional e internacional, generar ingresos y mejorarán su calidad de vida.

Según Arribasplata (2020) en su estudio titulado “Fomento la cultura exportadora en la provincia de San Miguel, para la exportación de textiles a la ciudad de New York- Estados Unidos 2020”, concluyó la importancia de fomentar una cultura exportadora y que es favorable para la exportación de artesanías, debido a que permite ampliar los conocimientos de los artesanos para el ingreso a nuevos mercados más competitivos, tener mayores márgenes de ganancia y también porque la artesanía local tiene potencial para poder ingresar a mercados internacionales, así mismo para los productores resulta importante realizar un estudio de mercado para poder obtener conocimiento de cuáles son los gustos y preferencias de los clientes. Los productores de textiles de la provincia de San Miguel deben aplicar estrategias para que puedan fortalecer la cultura exportadora acompañado de una asociatividad y de un apoyo por parte del gobierno local y regional, para de este modo poder realizar exportaciones hacia el mercado de New York Estados Unidos.

Dulanto (2019) en su investigación titulada “La cultura exportadora influye en el tipo de exportación de los productores de palta del Valle de Lacchas, provincia de Ocos, Áncash, 2019”, concluye que los mercados internacionales influyen significativamente en el tipo de exportación de los productores de palta del Valle de Lacchas, provincia de Ocos, Áncash, 2019. Esto implica a medida que se realice estudios de mercados internacionales, aumentará el conocimiento de la empresa sobre actividades de exportación trabajando con alianzas estratégicas.

Lopez (2017), en su investigación “Lineamientos de Cultura Exportadora presentes en la Cooperativa Ceprovaque que generan Oferta Exportable de espárrago verde fresco Jequetepeque – Noviembre, 2017, concluye que de los tres elementos de Cultura Exportadora estudiados el único presente en la cooperativa CEPROVAJE es “Mercados Internacionales” el cual se lo han venido desarrollando en las charlas brindadas por instituciones que ayudaron a obtener certificaciones de su producto; en “Educación” se ha desarrollado ciertos elementos, como la capacitación que paga cada agricultor sin necesidad del apoyo de la cooperativa y con respecto a la “Facilitación comercial” sigue sin desarrollarse a pesar de que el estado peruano la viene impulsando por medio del PENX 2025 entendiéndose que dicha información no llega a este tipo de asociaciones y estas no pueden desarrollarla.

4.2 Conclusiones

La presente investigación de Características de la cultura exportadora en los productores de palta hass del distrito de Huaylas, Ancash 2020, de acuerdo con lo desarrollado se presentan las siguientes conclusiones:

- Se puede concluir en base al objetivo general que el 74% de los productores tienen un bajo nivel de cultura exportadora, debido a que no cuentan con la información y conocimientos sobre actividades de exportación y los beneficios del mercado internacional, que les permitirá tener mayores ingresos, ser competitivos y mejorar su calidad de vida, teniendo como fortaleza que la palta hass se ha convertido en un producto muy cotizado en los mercados internacionales.
- El primer objetivo específico responde a las características de oferta exportable en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020, por lo que se concluye que la oferta exportable impacta en un 76% en la producción de palta ya que la falta de tecnología, infraestructura, técnicas, así como buenas prácticas de cultivo hace imposible una oferta exportable que cumpla los requisitos para su comercialización a mercados internacionales.
- El segundo objetivo específico responde a las características de la facilitación comercial en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020, para dicha dimensión se observó que el 82% de los productores necesitan implementar capacitaciones sobre acceso a mercados internacionales, acceso y facilidades de financiamiento, que les ayude a fortalecer su producción y así podrán participar de los beneficios de la exportación.

- El tercer objetivo específico responde a las características del Mercado Internacional en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020, para dicha dimensión se observó que el 83% de los productores de palta deben participar en la promoción comercial de su producto, para así incrementar su comercialización, así como también realizar un análisis de mercado para ver las tendencias de los mercados internacionales y tener más oportunidades de comercializar su producto hacia otros países.
- El cuarto objetivo específico responde a las características de la educación en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020, para dicha dimensión se observó que un 72% ha invertido poco en capacitarse, esto no les ha permitido obtener nuevos conocimientos, competencias que le ayuden a mejorar su producción y comercialización, también se observó que un 50% de productores cuenta con educación superior/técnica esto les puede ayudar potenciar su asociación y compartir conocimientos con los demás productores y así fortalecerse y tener mayores posibilidades de mejorar su producción, comercialización y ser más competitivos.

REFERENCIAS

- ALAYO, F. S. (28 de Marzo de 2019). *FIDEL SÁNCHEZ ALAYO*. Obtenido de La palta y sus múltiples beneficios: <https://fidelsanchezalayo.com/la-palta-y-sus-multiples-beneficios/>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación*. Caracas: Editorial Episteme.
- Carámbula, A. (28 de Abril de 2016). *Agencia EFE*. Obtenido de Uruguay fomenta la "cultura exportadora" entre las pymes para que logren posicionarse globalmente: <https://www.efe.com/efe/america/cono-sur/uruguay-fomenta-la-cultura-exportadora-entre-las-pymes-para-que-logren-posicionarse-globalmente/50000553-2910152>
- CORVERA, L. (Setiembre de 2019). *Palta éxitos y excesos*. Obtenido de Redagricola: <https://www.redagricola.com/pe/palta-exitos-y-excesos/>
- Delgado, D. G., C., A. C., & R, J. C. (19 de Julio de 2017). *UNAD*. Obtenido de La importancia de una cultura exportadora en el territorio del departamento de Nariño: <file:///C:/Users/Sistema/Downloads/1896-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4898-1-10-20170719.pdf>
- Echauri, A. M., Minami, H., & Sandoval, M. J. (Enero de 2013). *Dialnet*. Obtenido de La Escala de Likert en la evaluación docente: acercamiento a sus características y principios metodológicos: <file:///C:/Users/Sistema/Downloads/Dialnet-LaEscalaDeLikertEnLaEvaluacionDocente-6349269.pdf>
- GARAY, L. E. (9 de Octubre de 2019). *Repositorio Institucional UNJFSC*. Obtenido de CULTURA EXPORTADORA Y EL TIPO DE EXPORTACIÓN DE LOS PRODUCTORES DE PALTA DEL VALLE DE LACCHAS, PROVINCIA DE OCROS, ÁNCASH, 2019: <http://repositorio.unjpsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/3580/LISBETHE%20DULANTO%20GARAY.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gestión. (2 de Mayo de 2020). *Gestión*. Obtenido de Chile abre mercado a pequeños productores de palta Hass de sierra central: <https://gestion.pe/economia/chile-abre-mercado-a-pequenos-productores-de-palta-hass-de-sierra-central-noticia/>
- Hernandez, A. R. (9 de Noviembre de 2020). *Repositorio UPN*. Obtenido de Fomento de la cultura exportadora en la provincia de San Miguel, para la exportación de textiles al mercado de New York - EE. UU, 2020: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24552/Arribasplata%20Hernandez%20c%20Ander%20Ronaldo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernandez, R. A. (9 de Noviembre de 2020). *Repositorio UPN*. Obtenido de FOMENTO DE LA CULTURA EXPORTADORA EN LA PROVINCIA DE SAN MIGUEL, PARA LA EXPORTACIÓN DE TEXTILES AL MERCADO DE NEW YORK-EEUU, 2020: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/24552>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2010). *METODOLOGÍA de la Investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Latinoamericano, S. E. (2015). *Los consorcios de exportación: Instrumento estratégico para la inserción internacional de las PYMES*. Caracas: Secretaría Permanente del SELA.
- López Díaz, A. A. (Noviembre de 2017). *Repositorio Cesar Vallejo*. Obtenido de Lineamientos de Cultura Exportadora presentes en la cooperativa Ceprovaje que generan Oferta Exportable de espárrago verde fresco Jequetepeque - Noviembre, 2017: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11611/lopez_da.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Minagri. (2015). *Análisis de Mercado Palta*. Lima: Sierra Exportadora.
- Mincetur. (2006). *Plan Maestro Cultura Exportadora*. Lima: KINKO'S IMPRESORES S.A.C.
- MINCETUR. (13 de Febrero de 2020). *Plan Estratégico Nacional Exportador*. Obtenido de MINCETUR: https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/300353/d31291_opt.pdf
- MINCETUR. (13 de Febrero de 2020). *Plan Estratégico Nacional Exportador 2025*. Obtenido de Mincetur : https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/300353/d31291_opt.pdf
- opportimes, R. (20 de Noviembre de 2019). *Los 10 mayores exportadores mundiales de aguacate*. Obtenido de opportimes: <https://www.opportimes.com/los-10-mayores-exportadores-de-aguacate-del-mundo/>

- Portalfrutícola. (4 de Enero de 2017). *Región de Ancash se asoma como potencial zona productora de palta hass*. Obtenido de Portalfrutícola: <http://www.portalfruticola.com/noticias/2017/01/04/peru-region-ancash-se-asoma-potencial-zona-productora-palta-hass/>
- Ramírez, M. L. (01 de Mayo de 1999). *Revistas Uniandes*. Obtenido de LA EDUCACIÓN COMO INSTRUMENTO DE FOMENTO DE LA CULTURA EXPORTADORA: <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/colombiaint46.1999.01>
- Republica, L. (17 de Febrero de 2020). *La Republica*. Obtenido de Exportación de palta superaría volúmenes récord, pero precios caerían: <https://larepublica.pe/economia/2020/02/17/exportacion-de-palta-superaria-volumenes-record-pero-los-precios-caerian-este-ano/>
- Riego, M. d. (4 de Octubre de 2020). *Exportaciones de paltas sumaron US\$ 636 millones en los primeros siete meses del año*. Obtenido de Gob.pe: <https://www.gob.pe/institucion/minagri/noticias/305745-exportaciones-de-paltas-sumaron-us-636-millones-en-los-primeros-siete-meses-del-ano>
- Sierra G., J. H. (2005). *Exporting Culture: a Requirement for Competitive Internationalization. Universidad & Empresa*, 57.
- Torres, L. (5 de Noviembre de 2020). *La Cámara*. Obtenido de Promperú: Creamos una nueva cultura exportadora por la transformación digital: <https://lacamara.pe/promperu-creamos-una-nueva-cultura-exportadora-por-la-transformacion-digital/>
- Velásquez, J. V. (14 de Diciembre de 2011). *Agraria*. Obtenido de ADEX APOYARÁ REGIONES A PROMOVER CULTURA EXPORTADORA INCLUSIVA: <https://agraria.pe/noticias/adex-apoyara-regiones-a-promover-cultura-exportadora-inclusi-2377>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

Título: “Características De La Cultura Exportadora en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020.”		
Problema General	Objetivo General	Metodología
PG: ¿Cuáles son las características de la cultura exportadora en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020?	OG: Describir las características de la cultura exportadora en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020	Variable: - Cultura exportadora
Problema Específico	Objetivo Específico	Tipo de investigación:
P1: ¿Cuáles son las características de la oferta exportable en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020	O1: Describir las características de la oferta exportable en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020	- Según su enfoque: Cuantitativo
P2: ¿Cuáles son las características de la facilitación comercial en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020	O2: Describir las características de la facilitación comercial en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020	- Según su alcance: Descriptivo
P3: ¿Cuáles son las características del conocimiento de mercado internacional en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020	O3: Describir las características del conocimiento de mercado internacional en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020	- Según su diseño: No experimental-Transversal
P4: ¿Cuáles son las características de la educación en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020	O4: Describir las características de la educación en los productores de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash-Perú 2020?	Técnicas de recolección de datos: - Encuestas - Análisis documental - Revisión documental
		Instrumentos de recolección y análisis de datos: - Cuestionario - Ficha bibliográfica

Anexo 2. Matriz de operacionalización de variable

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicador
Cultura exportadora	Se trata precisamente del conjunto de elementos propios a la generación de una oferta exportable de calidad, a la consolidación y diversificación de nuevos mercados, a la generación de condiciones que permitan la facilitación del comercio, al desarrollo de una infraestructura adecuada, a recursos humanos altamente capacitados, así como a un Estado promotor y facilitador. Elementos que actúan no como una sumatoria de factores aislados sino como un complejo, cuya óptima combinación es la gran determinante de su impacto sobre el ritmo de cambio y de desarrollo de una cultura exportadora. (MINCETUR, 2006)	Oferta exportable	Grado de sofisticación
			El entorno empresarial
			Calidad
			Conocimientos y capacitación
			Innovación y tecnología
		Facilitación comercial	Conocimiento de procedimientos
			Financiamiento e infraestructura
		Mercado internacional	Información
			Promoción comercial
			Acceso a mercados
		Educación	La inversión en educación
			El analfabetismo como obstáculo
			La matrícula en educación secundaria y terciaria
			La educación terciaria
			Los idiomas
El rol de los colegios, universidades y centros de formación tecnológica			

Anexo 3: Evidencias del producción y comercialización de palta hass del distrito de Huaylas

Figura 21

Plantaciones de palta hass en el distrito de Huaylas.



Fuente: Municipalidad de Huaylas

Figura 22

Reunión con los productores de palta hass del distrito de Huaylas



Fuente: Municipalidad de Huaylas

Figura 23

Acopio de palta hass del distrito de Huaylas



Fuente: Municipalidad de Huaylas

Figura 24

Planta con fruto de palta hass en el distrito de Huaylas



Fuente: Municipalidad de Huaylas

Figura 25

Acopio de palta hass para su comercialización

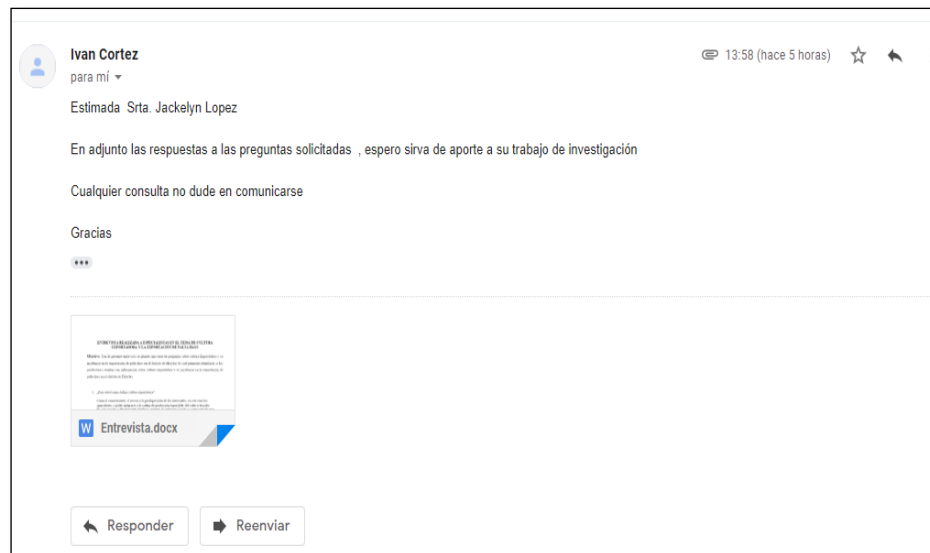


Fuente: Municipalidad de Huaylas

Anexo 4: Evidencias de la entrevista a expertos

Figura 26

Evidencia de entrevista a experto Ing. Ivan Cortez Torres



Fuente: Elaboración propia

Figura 27

Evidencia de la respuesta de entrevista a experto Ing. Ivan Cortez Torres

ENTREVISTA REALIZADA A ESPECIALISTAS EN EL TEMA DE CULTURA EXPORTADORA Y LA EXPORTACIÓN DE PALTA HASS

Objetivo: Con la presente entrevista se plantea una serie de preguntas sobre cultura Exportadora y su incidencia en la exportación de palta hass en el distrito de Huaylas la cual permitirá identificar si los productores cuentan con información sobre cultura exportadora y su incidencia en la exportación de palta hass en el distrito de Huaylas.

1. ¿Para usted cómo define cultura exportadora?

Como el conocimiento, el acceso y la predisposición de los interesados, en este caso los agricultores, a poder integrarse a la cadena de producción exportable del cultivo de palto. En este aspecto es fundamental el trabajo conjunto de gobiernos locales y sector privado para articular un proceso de producción que tenga oferta exportable de acuerdo los estándares de calidad requeridos en los lugares de destino.

2. ¿Cree que existe una cultura exportadora en el distrito de Huaylas?

En mi opinión, hay trabajos que reflejan ese camino, si bien es cierto tal vez parcialmente apoyados por los gobiernos locales (municipalidades distritales y provinciales) y también por sector privado (minerías); existe también un bajo nivel de asociatividad que es fundamental en una agricultura en la sierra que tienen pequeñas áreas de producción y para tener oferta con calidad exportable es necesario homogenizar producción y es básico tener áreas con producciones standarizadas. Existe la entrega de plantones ya injertados de parte de la empresa privada, inmerso en los planes de apoyo a las comunidades, además de compras realizadas con presupuesto de las municipalidades dentro de proyectos para impulsar proyectos locales.

3. ¿En este momento se realiza exportaciones de palta hass en el distrito de Huaylas?

Sierra exportadora y otros programas privados incluyen en su proceso de compras a asociaciones de productores de palta en diversas zonas de la costa y sierra del país, entiendo que ya existe el ingreso de estas empresas para asesorar los planes de cultivo y comprar parte de la producción.

4. ¿Considera que la capacitación sobre cultura exportadora en el distrito de Huaylas tendrá alguna incidencia en el nivel de exportación de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash?

Creo muy importante brindarle información a los productores para realizar un plan de cultivo que pueda culminar en producciones calificadas para ser exportables, además de poder integrarlos en la cadena de exportación que promueve el ministerio de agricultura

5. ¿Considera usted que el nivel de exportación y comercialización de palta hass, en el distrito de Huaylas contribuirá significativamente en el nivel económico del distrito?

La agricultura en gran parte de la sierra del país es de autoconsumo, el núcleo familiar tiene acceso limitado a tecnologías de información (internet, capacitación, centros de educación tecnológicos agropecuarios), estos cambios se realizan en forma muy lenta, están incluidos en los planes de acción del ministerio de agricultura, se ha probado una ley de apoyo a la agricultura familiar que pretende destinar recursos financieros a apoyar proyectos. Al tecnificar la producción de palto, mejorara su producción y rentabilidad y en consecuencia su nivel de ingreso familiar .

6. ¿Cree que la palta hass producida en el distrito de Huaylas es un producto con calidad de exportación y podría ser competitivo en el mercado internacional?

En general las producciones en la sierra del país del cultivo de palto muestran calidades exportables, en el caso del distrito de Huaylas no tendría porque no serlo, considerando los planes de cultivo adecuados y los siguientes factores:

- * Plantas a instalar de viveros certificados
- * Análisis y preparación adecuada de suelo
- * Manejo nutricional y sanitario de acuerdo al formato exportable
- * Manejo hídrico adecuado (considerando la estacionalidad de las lluvias y riego tecnificado)
- * Programas de capacitación
- * Acondicionamiento a las cadenas de producción para tener mercado de entrega .

Fuente: Elaboración propia

Figura 28

Evidencia de entrevista al Sr. Abel Alva Cano

ENTREVISTA REALIZADA A ESPECIALISTAS EN EL TEMA DE CULTURA EXPORTADORA Y LA EXPORTACIÓN DE PALTA HASS

Objetivo: Con la presente entrevista se plantea una serie de preguntas sobre cultura Exportadora y su incidencia en la exportación de palta hass en el distrito de Huaylas la cual permitirá identificar si los productores cuentan con información sobre cultura exportadora y su incidencia en la exportación de palta hass en el distrito de Huaylas.

1. ¿Para usted cómo define cultura exportadora?
Tener conocimiento sobre los beneficios de la exportación, mediante el comercio de productos. Saber sobre conocimiento comerciales y capacitaciones técnicas.
2. ¿Cree que existe una cultura exportadora en el distrito de Huaylas?
Todavía no
3. ¿En este momento se realiza exportaciones de palta hass en el distrito de Huaylas?
No, sólo a nivel nacional en este caso para terceros vienen acopiadores de Huaral
4. ¿Considera que la capacitación sobre cultura exportadora en el distrito de Huaylas tendrá alguna incidencia en el nivel de exportación de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash?
Lo ideal sería que se capacite y que el productor se relacione directo con el comprador para lograr así una mejor comercialización y ganancia
5. ¿Considera usted que el nivel de exportación y comercialización de palta hass, en el distrito de Huaylas contribuirá significativamente en el nivel económico del distrito?
Claro, si vendiendo a terceros hay ingresos mejor es de forma directa
6. ¿Cree que la palta hass producida en el distrito de Huaylas es un producto con calidad de exportación y podría ser competitivo en el mercado internacional?
Si, materia seca su clima su cultivo, su suelo tiene varios tipos de suelo 2600 de altura hasta 2700 se adapta la palta hass.

Señor: Abel Alva Cano
Personal de la Municipalidad de Huaylas
Área de Unidad agropecuaria

Fuente: Elaboración propia

Figura 29

Entrevista al Sr. Abel Alva Cano



Fuente: Elaboración propia

Figura 30

Respuesta de entrevista al Sr. Carlos Alegre

ENTREVISTA REALIZADA A ESPECIALISTAS EN EL TEMA DE CULTURA EXPORTADORA Y LA EXPORTACIÓN DE PALTA HASS

Objetivo: Con la presente entrevista se plantea una serie de preguntas sobre cultura Exportadora y su incidencia en la exportación de palta hass en el distrito de Huaylas la cual permitirá identificar si los productores cuentan con información sobre cultura exportadora y su incidencia en la exportación de palta hass en el distrito de Huaylas.

1. ¿Para usted cómo define cultura exportadora?
Saber sobre técnicas comerciales y exportación.
2. ¿Cree que existe una cultura exportadora en el distrito de Huaylas?
Todavía
3. ¿En este momento se realiza exportaciones de palta hass en el distrito de Huaylas?
Todavía están para organizarse de nuevo
4. ¿Considera que la capacitación sobre cultura exportadora en el distrito de Huaylas tendrá alguna incidencia en el nivel de exportación de palta hass en el distrito de Huaylas, Ancash?
Claro porque a nivel del distrito trae especialistas para el cultivo y eso es importante para desarrollar a nuestros productores
5. ¿Considera usted que el nivel de exportación y comercialización de palta hass en el distrito de Huaylas contribuirá significativamente en el nivel económico del distrito?
Claro, pero has problemas con el agua y mano de obra
6. ¿Cree que la palta hass producida en el distrito de Huaylas es un producto con calidad de exportación y podría ser competitivo en el mercado internacional?
Todavía no, que falta capacitación de técnicas de cultivo para cumplir con los estándares

Carlos Alegre
Presidente de la Asociación de Productores palta del Distrito de Huaylas

Fuente: Elaboración propia

Figura 31

Entrevista al Sr. Abel Carlos Alegre



Fuente: Elaboración propia

Anexo 5: Evidencias de la encuesta a productores de palta hass del Distrito de Huaylas

Figura 32

Evidencia de la encuesta realizada en forms

ENCUESTA CULTURA EXPORTADORA PARA LA EXPORTACIÓN DE PALTA HASS EN EL DISTRITO DE HUAYLAS, ANCASH, PERÚ 2019

Instrucciones:
En la siguiente encuesta lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una X la respuesta que Ud. Considera correcta.

Sexo

Masculino

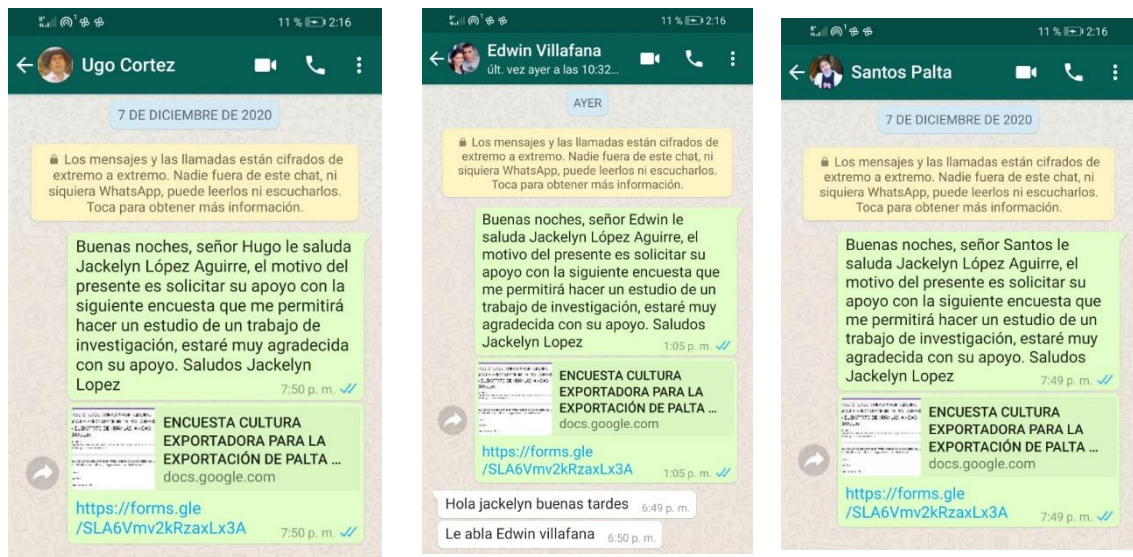
Femenino

Edad

Fuente: Elaboración propia

Figura 33

Evidencia de la encuesta enviada a productores



Fuente: Elaboración propia