



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES



TESIS

“Oferta Exportable de Palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con Destino a Estados Unidos, 2021”

Presentado por:

Bach. Yamira Jamilet Villalba Velasque

Bach. Rodrigo Ibrahin Orosco Sierra

Para optar al título profesional de:

Licenciado en Administración de Negocios
Internacionales

Asesora:

Lic. María del Carmen León Casafranca

CUSCO-PERÚ

2023



PRESENTACIÓN

Sr: Decano de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Andina del Cusco.

En base a las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Andina del Cusco, disponemos el presente trabajo de investigación titulado “Oferta Exportable de Palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con Destino a Estados Unidos, 2021”. Con la finalidad de optar al título profesional de licenciados en Administración de Negocios Internacionales.

Atentamente.

Los tesisistas.



AGRADECIMIENTO

A la Universidad Andina del Cusco y sus docentes por la formación académica brindada, a nuestra asesora la Lic. María del Carmen León Casafranca por la guía incondicional dada durante la realización del presente trabajo de investigación.

A nuestros padres y hermanos por el aliento y apoyo constante que nos brindaron durante toda nuestra formación académica.

Finalmente agradecer al presidente de la Asociación Frutícola y Paltos del Valle de Limatambo, el Sr. Javier Ortega ya que fue quien nos brindó su apoyo y nos colaboró con la información necesaria para culminar nuestra investigación.



DEDICATORIA

A Dios, quien ilumina cada paso que doy. A mis padres, Esther y Genaro, quienes fueron mi motivación constante; además de darme su amor incondicional y apoyo para cumplir cada objetivo trazado. A mi hermana por estar presente en cada etapa de mi vida e impulsarme a aspirar mejores metas. Finalmente, a mi abuelita Antonia, que en paz descanse, quien siempre quiso ver profesionales a todos sus nietos.

Yamira Villalba.

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi padre, por ser el pilar más importante, por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi madre, a pesar de nuestra distancia física, siento que estuvo conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento fue tan especial para ti como lo es para mí. A mi hermano, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesto a escucharme y ayudarme en cualquier momento. A mi asesora, por estar activamente corrigiéndonos y motivándonos. A mi compañera, Yamira por el gran equipo que formamos.

Rodrigo Orosco.



INDICE

PRESENTACIÓN.....	2
AGRADECIMIENTO	3
DEDICATORIA	4
INDICE.....	5
ÍNDICE DE TABLAS	12
ÍNDICE DE FIGURAS.....	13
RESUMEN	1
ABSTRACT.....	2

CAPITULO I

INTORDUCCIÓN

1.1. Planteamiento del Problema.....	3
1.2. Formulación del Problema	8
1.2.1. Problema General.....	9
1.2.2. Problemas Específicos	9
1.3. Objetivos de Investigación.....	9
1.3.1. Objetivo General.....	9
1.3.2. Objetivos Específicos.....	9
1.4. Justificación de la investigación.....	10



1.4.1.	Relevancia Social.....	10
1.4.2.	Implicancias Prácticas.....	10
1.4.3.	Valor Teórico	11
1.4.4.	Utilidad Metodológica	11
1.5.	Delimitación del Estudio	11
1.5.1.	Delimitación Temporal	11
1.5.2.	Delimitación Espacial	11

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de la Investigación	12
2.1.1.	Antecedentes Internacionales.....	12
2.1.1.1.	Antecedente 1.	12
2.1.1.2.	Antecedente 2.	14
2.1.2.	Antecedentes Nacionales	16
2.1.2.1.	Antecedente 1.	16
2.1.2.2.	Antecedente 2.	19
2.1.3.	Antecedentes Locales.....	22
2.1.3.1.	Antecedente 1.	22
2.2.	Bases Teóricas	26



2.2.1.	Exportación	26
2.2.1.1.	Exportación directa.	27
2.2.1.2.	Exportación indirecta.	27
2.2.2.	Oferta	28
2.2.3.	Demanda	28
2.2.4.	Oferta Exportable	29
2.2.4.1.	Definiciones de la oferta exportable.	29
2.2.4.2.	Capacidades de la oferta exportable.	31
A)	Capacidad de satisfacer los requerimientos del Mercado de Destino.	31
➤	Requisitos de calidad.....	32
➤	Requisitos de Envasado y Etiquetado	34
➤	Información que se Ofrece al Potencial Consumidor.....	35
➤	Cuidado Medioambiental	37
➤	Certificados Fitosanitarios.....	38
➤	Volumen de Producción	39
B)	Capacidad Económica y Financiera.	39
➤	Capacidad de Generación de Fondos	40
➤	Calificación Crediticia	41
C)	Capacidad de Gestión.	42



➤ Planeación	43
➤ Organización	43
➤ Ejecución.....	44
➤ Control.....	45
2.2.5. Características de las Asociación	46
2.2.5.1. Razón social y rubro.	46
2.2.5.2. Localización.....	46
2.2.5.3. Reseña histórica.	46
2.2.5.4. Misión y visión.....	48
2.2.5.5. Organigrama.	49
2.3. Marco Conceptual	49
2.3.1. Alianza Estratégica.....	49
2.3.2. Calibre.....	49
2.3.3. Calidad del Fruto.....	50
2.3.4. Capital	50
2.3.5. Certificación.....	50
2.3.6. Competitividad.....	50
2.3.7. Estandarización	51
2.3.8. Fertilizante	51



2.3.9.	Fumigantes	51
2.3.10.	Guadaña	51
2.3.11.	Incoterms.....	52
2.3.12.	Internacionalización	52
2.3.13.	Materia Seca.....	52
2.3.14.	Palta Hass.....	52
2.3.15.	Producto Bruto Interno (PBI).....	53
2.3.16.	SENASA.....	53
2.3.17.	Venta Indirecta	53
2.4.	Variables de estudio	53
2.4.1.	Identificación de la Variable	53
2.4.2.	Conceptualización de la Variable	54
2.4.3.	Operacionalización de la Variable	55
CAPITULO III		
MÉTODO		
3.1.	Alcance del Estudio	56
3.2.	Diseño de la Investigación.....	56
3.3.	Población.....	57
3.4.	Muestra.....	57



3.5.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	57
3.6.	Validez y Confiabilidad de los Instrumentos	57

CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1.	Presentación y Fiabilidad del Instrumento Aplicado.....	58
4.1.1.	Presentación del Instrumento	58
4.1.2.	Fiabilidad del Instrumento Aplicado.....	59
4.2.	Resultados de las Dimensiones de la Variable Oferta Exportable.....	60
4.2.1.	Capacidad de Satisfacer los Requerimientos del Mercado de Destino	60
4.2.2.	Capacidad Económica y Financiera	67
4.2.3.	Capacidad de Gestión.....	72
4.3.	Resultado de la Variable Oferta Exportable	77
4.4.	Resultados Respecto a los Objetivos Específicos.....	80
4.5.	Resultados Respecto al Objetivo General	80

CAPITULO V

DISCUSIÓN

5.1.	Descripción de los Hallazgos Más Relevantes y Significativos.....	81
5.2.	Limitaciones del Estudio	82
5.3.	Comparación Crítica con lo Literatura Existente	83



5.4. Implicancias del Estudio.....	86
CONCLUSIONES	87
RECOMENDACIONES.....	89
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	91
ANEXOS	
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS	105
Entrevista al presidente de la asociación:.....	103



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Conceptualización de la variable.....	54
Tabla 2: Operacionalización de la variable.....	55
Tabla 3: Distribución de los ítems del cuestionario.....	58
Tabla 4: Descripción de la Baremación y escala de interpretación.	59
Tabla 5: Estadísticas de fiabilidad.	60
Tabla 6: Indicadores de la dimensión Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino.	61
Tabla 7: Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos.	64
Tabla 8: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino.....	66
Tabla 9: Indicadores de la dimensión Capacidad económica y financiera.	68
Tabla 10: Capacidad económica y financiera de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos.	70
Tabla 11: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad económica y financiera.	71
Tabla 12: Indicadores de la dimensión Capacidad de gestión.	72
Tabla 13: Capacidad de gestión de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos.....	75
Tabla 14: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad de gestión.	76
Tabla 15: Oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021.....	77
Tabla 16: Comparación promedio de las dimensiones de la variable Oferta exportable.....	79
Tabla 17: Matriz de consistencia.	97
Tabla 18: Matriz del instrumento para la recolección de datos.	99



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo.....	49
Figura 2: Indicadores de la dimensión Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino.	61
Figura 3: Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos.	65
Figura 4: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino.....	66
Figura 5: Indicadores de la dimensión Capacidad económica y financiera.....	68
Figura 6: Capacidad económica y financiera de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos.	70
Figura 7: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad económica y financiera..	71
Figura 8: Indicadores de la dimensión Capacidad de gestión.....	73
Figura 9: Capacidad de gestión de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos.	75
Figura 10: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad de gestión.....	76
Figura 11: Oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021.....	78
Figura 12: Comparación promedio de las dimensiones de la variable Oferta exportable.	79



RESUMEN

El trabajo de investigación realizado, tuvo como principal objetivo “Determinar cómo es la oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021”.

Esta investigación es de enfoque cuantitativo, diseño de investigación no experimental-longitudinal. La técnica empleada es el cuestionario y el instrumento usado la encuesta, esta aplicada a los productores de palta del distrito de Limatambo, la población fue de 96 productores de palta y la muestra de 96 productores. Después de haber realizado la investigación, la sistematización, procesamiento y análisis de datos, como conclusión de los resultados se obtuvo que la oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos es insuficiente, analizada mediante las dimensiones: capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino, capacidad económica y financiera y capacidad de gestión. Esto se debe a que la asociación no cuenta aún con las condiciones favorables que le permitan incursionar competitivamente en el mercado de destino, a pesar de contar con un producto con aceptación y demanda en el mercado de Estados Unidos.

Palabras clave: Oferta exportable, exportación directa, palta Hass.



ABSTRACT

The main objective of the research work was to "Determine what the exportable supply of Hass avocado is like in the Association of Fruit and Avocado Producers of the Limatambo Valley destined for the United States, 2021".

This research is of a quantitative approach, non-experimental-longitudinal research design. The technique used is the questionnaire and the instrument used the survey, it is applied to the avocado producers of the district of Limatambo, the population was 96 avocado producers and the sample of 96 producers. After having carried out the investigation, the systematization, processing and analysis of data, as a conclusion of the results it was obtained that the exportable supply of Hass avocado in the Association of Fruit and Avocado Producers of the Limatambo Valley destined for the United States is insufficient, analyzed through the dimensions: capacity to satisfy the requirements of the destination market, economic and financial capacity and management capacity. This is due to the fact that the association does not yet have the favorable conditions that allow it to enter the destination market competitively, despite having a product with acceptance and demand in the United States market.

Keywords: Exportable supply, direct export, Hass avocado.

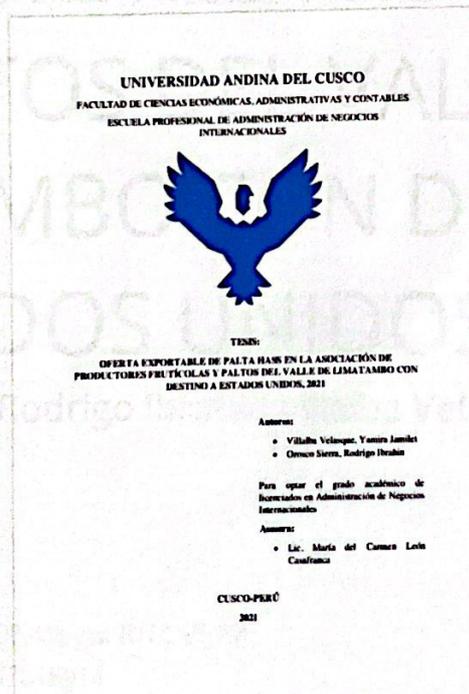


Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Orosco Sierra, Rodrigo Ibrahin Villalba Velasque, Yamira Jam...
Título del ejercicio: OFERTA EXPORTABLE DE PALTA HASS EN LA ASOCIACIÓN DE ...
Título de la entrega: OFERTA EXPORTABLE DE PALTA HASS EN LA ASOCIACIÓN DE ...
Nombre del archivo: TESIS_10-06-22_YAMIRA_Y_RODRIGO.pdf
Tamaño del archivo: 855.21K
Total páginas: 104
Total de palabras: 22,247
Total de caracteres: 129,460
Fecha de entrega: 14-jun.-2022 08:40p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entre... 1857018914



Derechos de autor 2022 Turnitin. Todos los derechos reservados.

María del Carmen León Casafreca



OFERTA EXPORTABLE DE PALTA HASS EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES FRUTÍCOLAS Y PALTOS DEL VALLE DE LIMATAMBO CON DESTINO A ESTADOS UNIDOS, 2021

por Orosco Sierra, Rodrigo Ibrahin Villalba Velasque, Yamira Jamilet

Fecha de entrega: 14-jun-2022 08:40p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1857018914

Nombre del archivo: TESIS_10-06-22_YAMIRA_Y_RODRIGO.pdf (855.21K)

Total de palabras: 22247

Total de caracteres: 129460

María del E. C.



PRODUCTORES FRUTICOLAS Y PALTOS DEL VALLE DE LIMATAMBO CON DESTINO A ESTADOS UNIDOS, 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

22%

INDICE DE SIMILITUD

21%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	floricomer.blogspot.com Fuente de Internet	1%
2	www.cien.adexperu.org.pe Fuente de Internet	1%
3	www.icex.es Fuente de Internet	1%
4	difundenegocio.blogspot.mx Fuente de Internet	1%
5	campovertedesac.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
6	www.ilustrados.com Fuente de Internet	<1%
7	andina.pe Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.uan.edu.co Fuente de Internet	<1%

Maná d[e] hoy C.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del Problema

La palta es una fruta conocida en el mundo con diferentes nombres como aguacate, cura, pagua, avocado, entre otros; con el pasar de los años ha tenido mayor acogida en los mercados internacionales gracias a la creciente demanda que ha generado su consumo por su valor nutricional, su textura y por su sabor. “Existen cerca de 500 variedades de paltas en el mundo. Sin embargo, hay dos tipos que más se cultivan en el Perú: Fuerte y Hass” (La República, 2021). La variedad Hass es la más comercial en el mundo y esto se debe a su tolerancia para ser transportada por largas distancias gracias a que tiene una piel resistente y gruesa. “Este fruto es altamente nutritivo, pues tiene 20% de aceite. Además, su semilla pequeña contribuye a que se pueda aprovechar mayor cantidad de pulpa” (La República, 2021). Los principales destinos de este producto son Estados Unidos, Francia y Países Bajos. En cuanto a la oferta, si bien es cierto la industria productora de palta en el mundo es cada vez más grande ya que el volumen de producción global crece constantemente; sin embargo, aún no cubre por completo la demanda total. México es conocido como el principal país productor de palta en el mundo con una producción de más de 2 millones de toneladas de paltas al año. Por otra parte, en Estados Unidos el consumo de palta se incrementa constantemente teniendo como principal productor al estado de California; no obstante, la oferta de esta fruta no abastece completamente durante todo el año y es la razón por la que se importa de otros países productores. “En abril de 2021, el aguacate alcanzó su precio más elevado en Estados Unidos, una pieza costaba una media de 2,13 dólares. En contraste, el



precio más bajo se registró en febrero de 2021, con 1,68 dólares por unidad” (Statista Research Department, 2022).

“En el Perú, durante el año 2021 se han añadido cinco mil nuevas hectáreas de cultivo de palta Hass, alcanzado de esta forma más de 40 mil hectáreas sembradas” (Redagricola, 2021). Las zonas en donde se produce esta fruta son: Lima, La Libertad, Ica, Lambayeque, Ayacucho, Moquegua, Huancavelica, Ancash y Cusco. Según el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX, 2021), en el año 2021 el Perú se colocó como el cuarto país con mayor cantidad de exportaciones de palta a nivel global lo que significa que la palta peruana tiene cada vez una mayor acogida en los mercados internacionales resaltando que el crecimiento de la oferta en el Perú se debe al trabajo desarrollado por los grandes y pequeños productores. Por otro lado, según (MIDAGRI, 2021) las exportaciones de aguacate en el año 2020 superaron a las de la campaña del año 2019 a pesar de encontrarse en medio de la emergencia sanitaria conocida como Covid-19. Asimismo, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú, el cual es un organismo del estado que controla la inocuidad agroalimentaria y vela por los protocolos fitosanitarios de la agricultura y la ganadería; en el caso de las paltas, es quien certifica los lugares de producción para garantizar la calidad del producto y evita los riesgos sanitarios como las plagas o enfermedades a las frutas destinadas a la exportación. Las tres empresas en el Perú con mayor participación en la exportación de palta son Avocado Packing Company S.A.C., Camet Trading S.A.C. y Camposol S.A.

En la región del Cusco se conoce que los principales productores de palta se encuentran en el distrito de Limatambo que pertenece a la provincia de Anta. Según (SENASA, 2020) actualmente se tiene 18 lugares de producción que se encuentran



certificados para realizar envíos a mercados internacionales lo que beneficia a muchas familias que se dedican a esta actividad. La producción de palta en la región proyecta resultados favorables para la agricultura peruana porque las exportaciones van en aumento cada año ya que del total producido el 70% se destina a los mercados internacionales teniendo de ejemplo el año 2018 en donde se envió 1 258 toneladas al extranjero. La palta Hass se considera como el principal producto agroexportable en la región del Cusco porque es la segunda fruta peruana con mayor demanda en los mercados internacionales. Por tal motivo la elección del mercado de destino para el presente proyecto es Estados Unidos ya que es uno de los principales compradores de palta peruana y es líder económico a nivel mundial, influyendo de manera importante el hecho que exista el acuerdo de promoción comercial PERÚ-EEUU que permite aprovechar el arancel preferencial (Ad Valorem 0.00%) entre ambos países ya que esto permite que exista una exportación más dinámica y fluida teniendo en cuenta que la clasificación arancelaria de la palta se encuentra en la sección II como un producto del reino vegetal y dentro del capítulo 8 como una fruta comestible teniendo la partida arancelaria 0804.40.00.00; otra ventaja de exportar a Estados Unidos es la demanda en aumento que da la posibilidad del crecimiento de las exportaciones peruanas gracias al marketing interno que genera el país para el consumo de esta fruta; también se toma en cuenta que el Perú es el tercer principal exportador de palta Hass en Estados Unidos, si bien es cierto existen países que tienen ventaja en cuanto a volumen de exportación como México y Chile, es importante resaltar porque México está delante de Perú en las exportaciones de palta Hass, es principalmente porque en México existe una mayor competitividad y está demostrado por un informe que según estudios dice que el costo de oportunidad de producir de México es mucho menor que el de otros países



que se encuentra dentro de la exportación de palta hass, es relevante mencionar que México mostró un índice de lafay superior al de otro países y es ahí donde se refleja una alta competitividad, pero Perú cumple un rol muy importante en el mercado americano ya que ayuda a cubrir la cuota de la demanda existente en el mercado de California donde también producen palta Hass pero no logran abastecer a todo el mercado, permitiendo así que Perú tenga una mayor oferta exportable y una mayor participación en Estados Unidos.

Para el cultivo de palta existen diversas formas de organización: individual y colectiva, una de ellas es la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo que está conformada por 96 socios que agrupa grandes y pequeños productores dedicados a la producción de palta Hass que posteriormente es exportada a Europa, Estados Unidos y Países bajos mediante las empresas Westfalia Fruit Perú, Verdeflor S.A.C., J.L. Corporation S.A.C. e Incabo S.A. que se encargan de vender la palta de los asociados a mercados internacionales logrando su exportación. Cabe resaltar que en el año 2020 los socios tuvieron una alta producción; no obstante, por la emergencia sanitaria que se vivió los precios de compra fueron muy bajos para ellos ya que las empresas antes mencionadas compraron su producto a 3.50 soles el Kilo cuando el precio promedio de compra es de 7.30 soles el Kilo aproximadamente.

Por lo antes explicado se deduce que las empresas Westfalia Fruit Perú, Verdeflor S.A.C., J.L. Corporation S.A.C. e Incabo S.A. actúan como intermediarios para la exportación de palta Hass que producen los socios pertenecientes a la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo lo que significa que su producto contiene la calidad y los estándares adecuados para ser exportados más no se realiza de forma directa lo que afecta a las ganancias de los productores ya que el valor real de sus productos



es disminuido por la intervención de esas empresas.

La oferta exportable no solo significa tener la cantidad necesaria de un producto para su envío a un mercado internacional, sino que también implica tener la capacidad de planificar, gestionar y desarrollar la exportación. Para los miembros pertenecientes a la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo la exportación directa es un anhelo que aún no llegan a cumplir. El presente estudio busca determinar si la organización está en condiciones de exportar directamente su producción, para lo cual se ha analizado.

Con referencia a la capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino, los productores cuentan con información acerca de las necesidades requeridas por diferentes mercados y las estipulaciones específicas, los productos cumplen con los requisitos fitosanitarios que solicitan los mercados extranjeros ya que cuentan con áreas certificadas por SENASA; sin embargo, no se alcanza los volúmenes de producción en forma constante probablemente debido a la irregular capacidad de controlar las contingencias (plagas, escases de agua y otros) que se puedan suscitar durante la producción.

En relación a la capacidad económica y financiera que se pudo observar en los socios de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo que no todos los miembros podrían solventar la inversión destinada a la exportación con sus propios recursos y al parecer no contarían con el aval de alguna entidad financiera que ayude con la liquidez necesaria con el fin de cubrir los gastos de la internacionalización de su producto.

Y respecto a la capacidad de gestión se observa que la asociación aplica el proceso



administrativo con algunas debilidades como: no tienen definida la misión y la visión, aún no se logra la participación plena de los socios para la planificación de objetivos por lo cual se fijan a criterio de una parte de los socios lo que ocasiona algunos conflictos, los procesos no están estandarizados lo que genera demoras e incumplimientos. Se cuenta con un organigrama; sin embargo, se carece de reglamentos y de un manual de organización y funciones lo que produce desconcierto acerca de las funciones que cada socio debe cumplir. El liderazgo es ejercido por el presidente de la asociación quien al parecer no ha logrado aún convocar la unidad y el trabajo en equipo del total de los socios a pesar de citar a reuniones informativas y para la toma de decisiones, se observa en algunos socios indiferencia y una posición personalista debido a información de capacitaciones que se posee y no se comparte con el resto del grupo lo que afecta el ambiente organizacional. El control es recurrente sin embargo existe resistencia a recibir observaciones; asimismo la organización cuenta con socios capacitados para obtener información y contacto de los mercados estadounidenses sin embargo el tiempo destinado a esta actividad es limitado debido posiblemente a que no es remunerada.

De continuar la situación descrita, la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo seguiría dependiendo de las empresas Westfalia Fruit Perú, Verdeflor S.A.C., JL Corporation S.A.C. e Incabo S.A. para exportar sus productos a los mercados internacionales y continuarán percibiendo ganancias menores a las que realmente podrían alcanzar por la calidad que tienen sus productos por lo cual se plantea la siguiente investigación.

1.2. Formulación del Problema



1.2.1. Problema General

¿Cómo es la oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021?

1.2.2. Problemas Específicos

P.E.1. ¿Cómo es la capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de Estados Unidos en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo, 2021?

P.E.2. ¿Cómo es la capacidad económica y financiera de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021?

P.E.3. ¿Cómo es la capacidad de gestión de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021?

1.3. Objetivos de Investigación

1.3.1. Objetivo General

Determinar cómo es la oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021.

1.3.2. Objetivos Específicos

O.E.1. Determinar cómo es la capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de Estados Unidos de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo, 2021.

O.E.2. Determinar cómo es la capacidad económica y financiera de la



Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021.

O.E.3. Determinar cómo es la capacidad de gestión de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Relevancia Social

La exportación de palta Hass tiene carácter prioritario para los productores, sus familias y para la sociedad en general porque gracias a esta se genera más empleos para las personas y el aumento del Producto Bruto Interno (PBI), con esta investigación se busca determinar cómo es actualmente la oferta exportable de palta Hass de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino al mercado de Estados Unidos de forma que se pueda ayudar a que ellos puedan exportar la palta que producen de forma directa sin la necesidad de usar a un intermediario y también para que puedan mejorar su producción.

1.4.2. Implicancias Prácticas

A través de los resultados de este trabajo de investigación se pretende brindar información relevante que pueda servir a los productores de palta Hass del Valle de Limatambo para la resolución de los problemas relacionados a la oferta exportable de su producto y que se permita desarrollar exportaciones directas al mercado de Estados Unidos, permitiendo que ellos puedan tomar decisiones que aporten a la mejora de las dificultades que se puedan presentar para llegar a



internacionalizar su producto.

1.4.3. Valor Teórico

La presente investigación servirá para reforzar y ampliar los conocimientos acerca de la oferta exportable que permitirá desarrollar la exportación directa de palta Hass al mercado de Estados Unidos por parte de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo. Además, este trabajo podrá ser utilizado.

1.4.4. Utilidad Metodológica

Los procedimientos y métodos usados en el presente trabajo de investigación son técnicos y confiables acordes al método de investigación, además que se diseñó un instrumento para la medición de la variable lo que permitió desarrollar una fuente confiable que podrá servir a investigaciones futuras. También esta investigación contribuye a analizar la oferta exportable de la palta Hass producida en el Valle de Limatambo para ayudar a desarrollar la exportación directa al mercado de Estados Unidos.

1.5. Delimitación del Estudio

1.5.1. Delimitación Temporal

La información que se utilizó para el presente trabajo de investigación corresponde al año 2021.

1.5.2. Delimitación Espacial

El espacio geográfico donde se realizó la investigación es en el Valle de Limatambo que es una localidad peruana que está ubicada en la región del Cusco, en la provincia de Anta y en el distrito de Limatambo.



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

2.1.1.1. Antecedente 1.

Según Rodríguez de Ávila (2003) en la tesis titulada “Oferta Exportable de mango en el departamento de Bolívar con destino al mercado Norteamericano” de autor Guillermo Rodríguez de Ávila, realizado en la Universidad Tecnológica de Bolívar para obtener el título profesional de licenciado en Administración de Empresas cuyo objetivo de investigación fue identificar la oferta exportable de mango del departamento de Bolívar con destino al mercado norteamericano; que tiene enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y diseño no experimental, concluye lo siguiente:

- Los nuevos cultivos deben centrarse en el mango tipo Tommy y Kent, debido a que la mayoría de las importaciones de mango en los Estados Unidos son de esta especie.
- El departamento de Bolívar, a través de los entes nacionales como el ICA, SENA y los territoriales como el URPA de la secretaria de Agricultura de la Gobernación de Bolívar, cuenta con los recursos logísticas, técnicos y de formación, para que los campesinos productores de mango del departamento de Bolívar; reciban



capacitación sobre técnicas, cuidados, uso de productos y controles de calidad que permitan optimizar la producción con el fin de aumentar la oferta exportable del mango.

- Referente a las políticas de financiación de cultivos, el departamento de Bolívar por intermedio del Banco Agrario, cuenta con un plan de financiamiento agrario, con recursos necesarios para financiar las cosechas de mango.
- El Departamento de Bolívar por intermedio de la Secretaria de Agricultura está apoyando los proyectos que generen desarrollo, especialmente a los del sector agrícola.
- Se detectó que los productores de mango del departamento, en su mayoría, están cultivando el mango de forma tradicional, lo que no les genera crecimiento en cuanto a calidad y competitividad en la producción.
- A pesar de la gran infraestructura portuaria con la que cuenta la capital del departamento Bolivarense, no existe una empresa en el departamento encargada de la comercialización internacional de mango, por lo que se está desaprovechando esta ventaja competitiva frente a los diferentes productores nacionales.
- El mercado Norteamericano es muy exigente con la calidad del fruto que ingresa al país, razón por la cuál es importante que se destaque las exigencia en las condiciones de calidad y requerimientos fitosanitarios para las importaciones de frutas, con el fin de evitar el ingreso de



plagas y enfermedades que afecten la vida o integridad física de los Estadounidenses, en Bolívar la mayoría del producto no se cultiva con estas características.

- Las regiones del Departamento de Bolívar con mayor producción de Mango, son Zambrano, Mahates y Santa Catalina; por su posición geográfica están cerca de la Capital y tienen buenas vías de acceso que le facilitan el transporte del producto a los puertos de la ciudad, generando grandes ventajas y rapidez en el proceso de exportación.
- El medio de transporte marítimo es el más adecuado, para el transporte internacional de la fruta. Porque genera menores costos al comerciante y garantiza condiciones óptimas para el traslado del producto.
- El campo nacional ha sido golpeado por la inseguridad, razón por la cual el gobierno nacional ha decretado todas estas zonas como zonas de rehabilitación, lo que genera mayor seguridad a las productoras de Mango del departamento de Bolívar.

2.1.1.2. Antecedente 2.

Según Paredes Carrillo (2016) en la tesis titulada “Oportunidades comerciales de la oferta exportable (piña y sus derivados) ecuatoriana en el mercado chileno en base al acuerdo de complementación económica, ACE N°65”, realizado en la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE para obtener el título profesional de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Internacional cuyo objetivo de investigación fue identificar oportunidades comerciales para la oferta exportable de la piña y sus



derivados en el mercado chileno en base al acuerdo de Complementación Económica N°65 firmado entre Chile y Ecuador; que tiene enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y diseño no experimental concluye lo siguiente:

- La integración económica en América Latina, es de vital importancia para el desarrollo económico y social de las naciones que la conforman, de esta manera el Acuerdo de Complementación Económica N°65 firma entre Chile y Ecuador ha generado una serie de beneficios para los productores y exportadores de piña en Ecuador. El ACE 65 mantiene la tarifa arancelaria en el 6% mientras que el volumen de producción de piña en el 2014 aumentó en 3.98%.
- La demanda de piña ecuatoriana por parte Chile en el año 2013 fue de 14.721 mil de dólares que representó el 94% del mercado del país vecino en ese mismo año. El porcentaje restante le correspondió a Colombia, Costa Rica y Perú. Los principales canales de distribución de la piña en Chile son los supermercados y mercados. Los precios de la fruta se mantuvieron a la baja debido al aumento de la oferta por parte de Costa Rica.
- Las variables que influyen en el estudio del comercio exterior son la evolución de las importaciones, exportaciones e importaciones de ambos países y su comparación. En los últimos años las exportaciones ecuatorianas y chilenas se han dirigido principalmente hacia Estados Unidos, mientras que la principal procedencia de las importaciones del



Ecuador ha sido desde China y Rusia mientras que las de Chile fueron de Estados Unidos. En el caso de la balanza comercial entre Chile y Ecuador, el país le vendió 2.300.953 dólares mientras que le compro 558.329 dólares en 2014, obteniendo el país un superávit de 1.742.627 dólares.

- A partir del año 2010, fecha en la que se firma el ACE 65 con Chile las exportaciones ecuatorianas hacia Chile aumentan al igual que la venta de la oferta exportable de piña ecuatoriana debido a la preferencia que tiene el país vecino por la fruta ecuatoriana.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

2.1.2.1. Antecedente 1.

Según Ferrara De Fina & Yupanqui Rodríguez (2018) en la tesis titulada “Oferta exportable de palta Hass de la asociación Pro Palto para el mercado español, Chao – La Libertad 2018” de autores Annunziata Ferrara De Fina y Renzo Rodrigo Yupanqui Rodríguez, realizado en la Universidad César Vallejo para obtener el título profesional de licenciados en Negocios Internacionales cuyo objetivo de investigación fue determinar la oferta exportable de palta Hass de la asociación Pro-Palto para el mercado español; que tiene enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y diseño no experimental-transversal, concluye lo siguiente:

- Se realizó el estudio para saber la capacidad productiva de palta Hass de la Asociación Pro Palto que mostro 700 TN por cada una de las



temporadas de la cosecha, donde se pudo encontrar que Pro Palto se adapta a los estándares internacionales, donde está incluida aspectos como los defectos visuales, el proceso de productivo y los exámenes químicos. La asociación en la actualidad cuenta con un control eficaz del proceso de producción con la finalidad de asegurar un óptimo desempeño del producto, que es un requisito indispensable para el cliente europeo, también el personal evalúa la producción en base a medidas de desempeño. En lo que concierne a la relación entre asociación y proveedores se tuvo que desarrollar sus propios proveedores tanto de productos como de servicios. Cabe mencionar que la palta Hass es exportada a los países de la Unión Europea como España debido a los altos índices de calidad que tiene este fruto de palta.

- Se llegó a estudiar la oferta exportable de la Asociación Pro Palto su capacidad económica en la que cuenta con alrededor de 26 terrenos que serían 26,000 metro cuadrados en el cual se demostró que se cuenta con un terreno de cultivo operativo listo para la cosecha de palta. La asociación no cuenta con maquinaria, cuenta con la mano de obra calificada.
- En la Asociación Pro- palto para su parte financiera trae un nivel de riesgo bajo, debido a su alto índice de rotación de trabajo generados en el año 2016 y 2017 su disminuido endeudamiento y sus ratios de liquidez hacen referencia.



- En la Capacidad de gestión esta muestra la mejor gestión ya que existe trabajo en equipo, capacidad para poder tomar buenas decisiones, la iniciativa, habilidades para supervisar y controlar los procesos, capacidad para los cambios, capacidad para el análisis técnico, documentación a nivel mundial y mejoramiento de los precios como reducción en los costos de producción, transporte y otros.
- En el presente proyecto en lo que se refiere a las características del mercado español se pudo encontrar que tiene un PBI que mantiene una variación de 2.9 en el año 2018. Se registró altos porcentajes de importaciones y exportaciones en países de Perú, Chile, Sudáfrica, México, Israel, Kenia y Colombia. El año anterior se lograron a exportar cerca de las 107,000 toneladas de palta español (cerca de un 17% más que el anterior y un 79% más que hace 10 años). El mayor exportador de palta Hass en España es Perú con ventajas claras que son reflejadas a través del tratado con la Unión Europea en el año 2013. Este acuerdo es un conjunto de estrategias comerciales que tienen como finalidad transformar al Perú en un país exportador, trayendo más mercados para sus productos, implementando la oferta exportable competitiva y niveles de vida mejores, así como estabilidad y seguridad jurídica para las inversiones y el comercio. Como el acuerdo. Con este acuerdo con la Unión Europea se pudo obtener un acceso de alrededor del 99,3% de todos los productos agrícolas y alrededor del 100% en productos industriales. Para finalizar, esto trae como



resultada un consumo alto gracias al tratado que se estima que este se seguirá manteniendo.

- Después de haber analizado el perfil del mercado Español para la oferta exportable de palta Hass de la Asociación Pro Palto, se llega la conclusión que el perfil del mercado Español es viable ya que la oferta exportable cuenta con fortalezas en su capacidad financiera y económica así también cuenta con altos estándares de calidad y el nivel alimenticio que este fruto tiene hace que tengan competitividad en el mercado español, esto hace que tenga fortalezas que pueden ser muy bien aprovechadas debido a que el poder del consumo cuenta indicadores altos y esta tendencia tiende a aumentar, por consiguiente la asociación muestra debilidades no favorables debido a la pronta exportación actualmente con cuenta con el conocimiento en lo que se refiere a la inteligencia de mercado y la falta de implementación de tecnología.

2.1.2.2. Antecedente 2.

Según Reyes Cachique (2018) en la tesis titulada “Oferta exportable de arándano fresco de región La Libertad para el mercado estadounidense en el periodo 2015-2018” de autor Johan Sebastián Reyes Cachique, realizada en la Universidad César Vallejo para obtener el título profesional de licenciado en Negocios Internacionales cuyo objetivo de investigación fue determinar la oferta exportable de arándano fresco de la región la libertad para el mercado estadounidense; que tiene enfoque



cuantitativo, alcance descriptivo y diseño no experimental-transversal, concluye lo siguiente:

- En la investigación se analizó las capacidades de la oferta exportable de la región La Libertad, concluyo que en cuanto a su capacidad de producción tiene un nivel alto en toneladas, pero algunas deficiencias con una inspección visual y control de defectos de la futa, cumpliendo con la calidad que exige el mercado estadounidense.
- Se concluye que la capacidad económica también tiene relevancia en este presente estudio, donde la región La Libertad tiene como eje económico el hectareaaje, la infraestructura, equipamiento, activos y capital de trabajo esto gracias al mantenimiento que los cultivadores le dan a la fruta, para tener un producto en óptimas condiciones.
- El estudio pude analizar la capacidad financiera de la región La Libertad donde se identificó que las empresas más importantes como son Camposol, Talsa presentan al modelo financiero que cuenta con el apoyo de entidades bancarias, a su vez de garantías de nuevos créditos que permiten que su reputación financiera genere confianza con los nuevos empresarios que están proyectos a la exportación de arándano fresco.
- Se concluye que la capacidad de gestión de la región La Libertad también guiándose de empresas importante como son Camposol y Talsa, por ser un claro ejemplo de empresa para la exportación de



arándano fresco, nos muestra que cumplen todos los estándares de gestión en la gerencia, control y liderazgo empresarial.

- Se concluye que Estados Unidos es un país donde existen muchas oportunidades ya que con las características que presenta tales como la demanda , riesgo país , precio promedio , pbi , tendencia de consumo , competencia entre otros , son considerados en general un buen mercado para que el empresario liberteños empiece a producir el arándano con miras a exportar al país norte américa , esto gracias a la labora en conjunta de todas las empresas agroindustrial que exportan la fruta , han hecho de este mercado Norteamérica no totalmente muy exigente y a su vez una oportunidad para el empresario de la región.
- Después de analizar las diversas características del mercado estadounidense para la oferta exportable de arándano fresco de la Libertad en el periodo 2015-2018 se concluye que el mercado americano es viable para la oferta exportable ya que tiene fortalezas en la capacidad de producción, económica, financiamiento y de gestión, el empresario de la región tiene como modelo la empresa Camposol que está compitiendo en el mercado, además el consumo al año es elevado por el tema de su crecimiento de población , donde las tendencias de consumo varían y más aún si es una fruta que garantiza al estadounidense tener una vida saludable.



2.1.3. Antecedentes Locales

2.1.3.1. Antecedente 1.

Según Aire Sedano (2018) en la tesis titulada “Factores de la oferta exportable en las empresas agroexportadoras de café en la provincia de Chanchamayo, 2018” de autor Jhon Kenyi Aire Sedano, realizada en la Universidad Continental para obtener el título profesional de licenciado en Administración y Negocios Internacionales cuyo objetivo de investigación fue determinar los factores de la oferta exportable en las empresas agroexportadoras de café en la provincia de Chanchamayo; que tiene enfoque cualitativo, alcance descriptivo y diseño no experimental, concluye lo siguiente:

- Los factores de la oferta exportable en las empresas agroexportadoras de café en la provincia de Chanchamayo, 2018 son: el factor productivo, el factor económico financiero, el factor comercial y el factor de personal y gestión.
- Las características del factor productivo en las empresas agroexportadoras de café en la provincia de Chanchamayo, 2018 son que: la calidad del café se mide a través de estándares como certificados, normas y sellos, además de la calidad en taza, de 84 puntos hacia arriba se consideran cafés especiales; la cantidad de producción anual se estima entre 1'200,000 a 1'400,000 kilos de café, el periodo de cosecha tiene forma de campana, comienza en marzo y culmina en octubre, siendo julio el pico más alto; del 100% de la



producción de café aproximadamente el 80% se destina a la exportación, el 20% restante son cafés de baja calidad que se venden como café instantáneo en el mercado local; si el Perú tuviera hábitos de consumo de café de buena calidad no habría necesidad de exportar el café; el sector café cuenta con tecnología, sin embargo, no es tecnología de última generación, es tecnología que se tiene que mejorar; las empresas reconocen la falta de infraestructura y la necesidad de invertir en ellas; la Roya Amarilla fue una plaga que afectó el año 2013 de manera considerable al café a tal punto que disminuyó la producción en un 70%, las empresas se endeudaron con el sistema financiero, deudas que son arrastradas hasta la actualidad; existen seguros para productos de agro exportación que son ofrecidos por aseguradoras y operadores logísticos, sin embargo no son adquiridos por todas las empresas porque aumenta el costo de producción.

- Las características del factor económico-financiero en las empresas agroexportadoras de café en la provincia de Chanchamayo, 2018 son que: el precio de los cafés convencionales está en función a la Bolsa de Nueva York, los cafés con mejores precios son los especiales; los países que ofrecen mejores precios son los asiáticos, además de Estados Unidos y Europa; las condiciones financieras no son las mejores, las empresas tienen deudas con entidades financieras; el acceso al crédito en entidades internacionales es más fácil y



beneficioso por tener bajas tasas de interés; las empresas agroexportadoras solamente pagan impuesto a la renta, no pagan IGV; existen beneficios arancelarios como el Drawback; si existe apoyo por parte de las instituciones, el tema pasa por el desconocimiento de algunas empresas.

- Las características del factor comercial en las empresas agroexportadoras de café en la provincia de Chanchamayo, 2018 son que: los certificados sirven a la empresa para un tema de competitividad y precio, las certificaciones necesarias para poder exportar van a depender bastante del país o cliente comprador del producto, es así que las certificaciones básicas para exportar desde Perú son BPM, BPA, HACCP y el registro sanitario de SENASA, además existen certificados mejor valorados en el extranjero como son Orgánico y Comercio Justo; en cuanto a normas internacionales dependen de la legislación de cada país; el incumplimiento de los plazos de entrega conlleva a la pérdida del contrato y del cliente; para que la empresa tome una adecuada toma de decisiones es necesario que maneje información actualizada acerca de lo que acontece en el sector café nacional como internacionalmente; la forma más idónea de asociarse para crecer como organización son las centrales; el Perú tiene una buena imagen en cuanto a productos del sector agro exportador, es considerado el primer productor de café Orgánico, incluso PROMPERÚ lanzó la marca Café de Perú cuyo objetivo es



posicionarse en el mercado como un café especial, fino de aroma y de altura; la infraestructura logística es pésima, se tiene una carretera central complicada y saturada, los costos logísticos representan entre el 30 y el 70% de todo el costo de producción, y es altísimo.

- Las características del factor personal y gestión en las empresas agroexportadoras de café en la provincia de Chanchamayo, 2018 son que: en el proceso de exportación la negociación lo hacen directamente las empresas, los temas documentarios, logísticos y portuarios lo tercerizan a un operador logístico; existe resistencia al cambio en la base productiva de la empresa, generalmente son personas mayores que no logran adaptarse a la tecnología; los presidentes de la empresa también son mayores y renuentes al cambio; las capacitaciones deben ser específicas de acuerdo a las áreas y niveles de la organización; los temas de negocios internacionales que deben capacitarse son estrategias comerciales al exterior, cultura del consumidor, el manejo del inglés, conocimiento del Drawback, OCEX y el conocer nuevos mercados para la exportación; las habilidades y destrezas que debe contar una empresa en el sector agroexportador para ser exitosa son que la gerencia debe conocer costos y temas de negociación, el asistente de comercio exterior debe manejar herramientas de inteligencia comercial, por último, la habilidad de ofrecer productos de calidad competitivos en el mercado internacional.



2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Exportación

Daniels Radebaugh & Sullivan (2013) afirma:

La exportación es la venta de bienes o servicios producidos por una empresa con sede en un país a clientes que residen en otro país. La idea de exportar bienes manufacturados presenta una situación clara, como en el caso del envío de automóviles del fabricante japonés Toyota a clientes radicados en Rusia. En este caso, Toyota es el exportador, mientras que los compradores de Rusia son los importadores. Las exportaciones incluyen cualquier bien o servicio comercializado entre vendedores localizados en un país y compradores ubicados en otro país. Las exportaciones incluyen bienes, servicios o propiedad intelectual. (pág. 483)

Técnicamente, un producto no necesita salir en forma física de un país para calificar como una exportación. En vez de eso, únicamente necesita generar ganancias en moneda extranjera. Por ejemplo, normalmente no pensamos en los estudiantes extranjeros que se sientan a nuestro lado en clase como parte de la estrategia de exportación de nuestro país. Sin embargo, la educación superior se encuentra entre las 10 principales exportaciones de servicios de Estados Unidos. La colegiatura y los gastos de manutención que pagan los estudiantes extranjeros y sus familias llevaron casi 20 mil millones de dólares estadounidenses a la economía de Estados Unidos durante el año académico 2009-2010.⁶ Además de educación, los tipos principales de exportaciones de servicios incluyen viajes y turismo,



transportación, banca, servicios de seguros, entretenimiento y servicios profesionales de negocios.

2.2.1.1. Exportación directa.

Daniels, Radebaugh, & Sullivan, (2013) declara:

En este escenario, la empresa vende directamente sus productos a un intermediario independiente, como un agente, distribuidor o minorista ubicado fuera del país de origen del producto, quien luego vende el producto al consumidor final. La exportación directa es un planteamiento ambicioso. Requiere que la empresa gestione el proceso de exportación, ocupándose de los muchos aspectos de la fabricación y comercialización del producto para los compradores extranjeros. (pág. 490)

2.2.1.2. Exportación indirecta.

Daniels, Radebaugh, & Sullivan (2013) sostiene:

En este escenario, la compañía vende sus productos a un intermediario independiente ubicado en el mercado doméstico. El intermediario exporta el producto a sus agentes extranjeros que luego lo venden al consumidor final. La exportación indirecta resulta porque el exportador depende del intermediario, digamos un minorista global, para supervisar el marketing, las condiciones de venta, el embalaje, la distribución y procedimientos de crédito y cobranza. (pág. 491)



2.2.2. Oferta

Astudillo Moya, (2012) analiza:

La oferta se define como el monto que los productores están dispuestos a vender en el mercado durante un periodo dado a un precio específico, "está constituida por todas las mercancías producidas o que se encuentran en el mercado, que pueden ser bienes o servicios y son ofrecidas al consumidor por los productores y distribuidores en los diversos mercados y a distintos precios". Al igual que la cantidad demandada, la cantidad ofrecida se mide en función de la cantidad por unidad de tiempo. Por ejemplo, una fábrica produce una tonelada de papel al día, siete por semana o 365 por año. (págs. 62-63)

2.2.3. Demanda

Astudillo Moya, (2012) declara:

Es la cantidad de bienes y servicios que un consumidor o los consumidores están dispuestos a comprar a un determinado precio en un tiempo dado. Para que una persona demande un bien o servicio es porque le resulta útil, es decir, le sirve para satisfacer alguna necesidad, pero además puede pagarlo. En múltiples ocasiones las personas desean poseer algo "si no fuera tan costoso". Algunos quisieran tener una casa, pero no tienen el dinero para comprarla. Por lo tanto, sólo la demanda de los que pueden pagarla afecta el precio de las casas. Para poder cuantificar la demanda se requiere también una dimensión temporal. Esto es, la cantidad demandada por una persona que toma una taza de leche diario, sería una taza por día, siete por semana o 365 tazas por año. (pág. 57)



2.2.4. Oferta Exportable

2.2.4.1. Definiciones de la oferta exportable.

Ministerio de Desarrollo Agrario y de Riego, (2015) manifiesta:

La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, (2014) propone:

La oferta exportable se refiere a los productos en condiciones de ser exportados (y que además cuentan con potenciales mercados externos) de una empresa. El concepto de “oferta exportable” va más allá del producto en sí, pues involucra cuatro capacidades de la empresa: la productiva, la económico financiera, la comercial y, finalmente, la de personal y gestión. En este conjunto de capacidades, está implícita la posibilidad de ser competitivos en los mercados internacionales. A esto también se le conoce como ser una empresa de categoría mundial. Una empresa califica como tal si: (pág. 42)

- Su producto compite en precio y calidad con los importados.
- El proceso de producción compite en eficiencia y confiabilidad con los extranjeros.



- El control de calidad y de sus proveedores es competitivo respecto de los de sus competidores extranjeros.
- Tiene personal que puede hablar y escribir en inglés.
- Cuenta con materia prima de la calidad requerida para su proceso de producción cerca de su empresa.
- Conoce al personal dónde se está exportando o se pretende exportar.
- Tiene metas y objetivos de productividad claramente conocidos por toda la organización.

“Para aprovechar las oportunidades del comercio internacional es necesario contar con una oferta exportable de bienes y servicios que cuenten con estándares de calidad internacionales, producciones que satisfagan las condiciones de demanda de los mercados” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. , 2020, pág. 53).

El Ministerio de Desarrollo Agrario y de Riego, (2015) menciona los requerimientos de los mercados de destino, la capacidad económica y financiera y la capacidad de gestión.

Entonces podemos entender que oferta exportable es más que solo volumen de un producto para la venta o distribución en el extranjero, ya que se deben considerar factores importantes como la calidad del producto, el tiempo de producción, los requerimientos del mercado a exportar y que el producto sea competitivo también en referencia al precio ya que esa crea una ventaja que nos hace competitivos en el mercado internacional.



2.2.4.2. Capacidades de la oferta exportable.

A) Capacidad de satisfacer los requerimientos del Mercado de Destino.

Organización de las Naciones Unidas & Asociación Latinoamericana de Integración, (2017) ratifica:

Conjunto de disposiciones que reglan los requisitos de calidad de los bienes, los requisitos de envasado y etiquetado, la información que se le debe ofrecer al potencial consumidor del bien (composición, insumos utilizados, etc.), reglamentaciones respecto al cuidado medioambiental, normas que implican requisitos sanitarios y fitosanitarios, licencias, medidas antidumping y compensatorias, entre otras. (pág. 29)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2014) expresa:

Las empresas exportadoras varían en tamaño, y esa no es una condición para poder exportar con éxito. Hay microempresas que cuentan con pocos trabajadores y capital pequeño, que son exitosas en este campo. También, las hay muy grandes, con muchos trabajadores y grandes inversiones. Entonces, ¿qué características tienen las empresas que deciden exportar? (pág. 30).

Podemos afirmar que las condiciones básicas para que una empresa pueda realizar ventas en el exterior son cuatro:

- Ofrecer productos de buena calidad que puedan satisfacer las necesidades de los clientes.



- Tener la capacidad de ofertar un precio competitivo para el mercado al que se dirige.
- Contar con la capacidad de producción del volumen solicitado por el importador.
- Poder ofrecer el servicio de venta cuando sea requerido.

Cada mercado a nivel internacional es diferente y cada uno exige más o menos cosas que otras que ellos consideren de vital importancia para que un producto ingresé y no ocasione ningún problema, por lo que es necesario estudiar detalladamente los requerimientos de nuestro mercado de destino y evaluar en todo caso si el mercado de origen está en la capacidad de poder cubrir dichos requerimientos.

➤ **Requisitos de calidad**

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2014) sostiene:

La tendencia del comercio internacional, en lo que respecta a calidad se basa en el conocimiento de las demandas del cliente, lo cual implica la regulación nacional e internacional que corresponda, así como las normas técnicas nacionales e internacionales aplicables. En este sentido, es importante que la empresa se oriente a trabajar bajo el cumplimiento de estándares consensuados, es decir, normas internacionales reconocidas por el mercado de interés, idóneas para el producto o servicio que se comercializa. (pág. 167)



Organización de las Naciones Unidas & Asociación Latinoamericana de Integración (2017) enfatiza:

Por un lado, muchas empresas suelen indicar como fortaleza la alta calidad de su producto. No obstante, esta afirmación no le garantiza a un comprador internacional que sea efectivamente así. Los compradores reciben diariamente ofertas de empresas cuyos productos son ponderados como de calidad. Sin embargo, saben que esto no siempre es real y, de hecho, pueden corroborar diferentes calidades de productos de acuerdo a sus oferentes. Para que la calidad sea realmente la fortaleza de un producto con miras al comercio exterior, debe estar avalada por una entidad ajena a la empresa, que indique que en su fabricación se respetan determinadas normas de producción. Este proceso se conoce como certificación de calidad. (pág. 40)

A nivel mundial lo que más se le exige a un producto es normalmente que sea de calidad, en la presente investigación es importante reconocer que la palta exportada es de la calidad que requiere nuestro mercado de destino y eso se debe reconocer ya que detrás de un producto de calidad hay tiempo, dedicación y eficacia, y gracias a lo antes mencionado es como se logra el ansiado certificado de calidad y los permisos necesarios para poder exportar el producto peruano.



➤ **Requisitos de Envasado y Etiquetado**

Ministerio de Relaciones Exteriores, (2011) señala:

Las empacadoras registradas para exportar paltas a Estados Unidos solo pueden aceptar fruta proveniente de los lugares de producción registrados que cumplan con las normas del 7 CFR 319.56-50. Luego las paltas deben ser empaquetadas en ambientes libres de insectos, dentro de las 24 horas después de haber sido cosechadas. Para ello, las plantas empacadoras deben estar cubiertas con mallas de 1.6mm o con alguna otra protección a prueba de insectos. También se requiere que las zonas de ingreso de las empacadoras presenten puertas dobles y si adicionalmente tienen cortinas de aire, se debe verificar que el sentido del aire sea hacia el exterior.

Antes del empaque, todas las paltas se limpian para eliminar algunos escombros o malezas que puedan abrigar insectos. Asimismo, deben separarse los frutos con oscurecimiento y descartarlos para exportación. La fruta debe ser empacada en envases nuevos a prueba de insectos.

El embalaje tiene la función principal de proteger la carga y a la vez facilitar el manipuleo y el transporte desde el país de origen hasta el país de destino. (pág. 11)



Daniels, Radebaugh, & Sullivan, (2013) indica:

Algunas adaptaciones, como el etiquetado de envases, son más baratas de hacer que otras, como el diseño de un modelo de automóvil diferente. Sin embargo, incluso los cambios de embalaje pueden requerir de una investigación costosa si el objetivo es transmitir una percepción de producto a un mercado meta con características diferentes a las del mercado original. Por ejemplo, hay evidencia de que los envases pueden influir parcialmente en las decisiones de compra de los consumidores, pero la imagen necesaria para lograrlo puede diferir por mercado meta.

Es necesario trabajar de forma profesional lo que vendría a ser el envasado y etiquetado de un producto de exportación ya que es donde el producto va ser recepcionado para ser exportado al mercado internacional, y se dice trabajar de forma profesional porque existen también requisitos que debe cumplir el envase para cumplir lo que dicta la normativa, en cuanto el etiquetado igualmente ya que es ahí donde se detalla el producto que fue envasado. (pág. 608)

➤ **Información que se Ofrece al Potencial Consumidor**

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, (2016) plantea:

La ficha técnica es una herramienta con la que cuenta el exportador para informar de una manera estandarizada y sencilla las características técnicas de su producto. Esta información tiene utilidad a



nivel comercial y logístico. A nivel comercial informa a los clientes las características de la mercadería, su composición y presentación; a nivel logístico provee a las empresas proveedoras de servicios de información para el transporte (peso, dimensiones, características), el almacenamiento y manipuleo. Es de singular utilidad en ferias y misiones comerciales. La ficha técnica debe contener: (pág. 91)

- Identificación del producto: Nombre comercial, nombre técnico, nombre científico (en el caso de productos de origen vegetal o animal); partidas arancelarias peruanas y del país exportador.
- Información técnica: Composición, características físicas y químicas, densidad.
- Información comercial: Presentación, variedades, usos, empaque, embalaje, unidades por caja.
- Aspectos arancelarios: Si el producto se acoge a algún TLC.

Básicamente se hace referencia a la ficha técnica del producto a exportar ya que sin esta documentación el producto no puede ser exportado porque la ficha técnica facilita el entendimiento de la información y características del producto tanto como los datos necesarios respecto a la aduana.



➤ **Cuidado Medioambiental**

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, (2020) refiere:

En el marco de la Agenda Nacional de Acción Ambiental, el PENX busca contribuir a mejorar la productividad de las exportaciones peruanas de bienes y servicios sobre la base de la mejora en los procesos, adopción de tecnología adecuada, reducir la asimetría de información e impulsar comportamientos empresariales responsables y éticos, compartiendo entre los actores de la cadena exportadora la responsabilidad y el compromiso de manejar sistemas de producción y consumo eco eficientes, que minimicen el uso de recursos y conserven la calidad del suelo, aire y agua. (pág. 75)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, (2014) menciona:

Los acuerdos de la OMC permiten adoptar medidas para proteger no solo el medio ambiente, sino también la salud pública y de los animales, así como preservar los vegetales. No obstante, esas medidas deben aplicarse por igual a las empresas nacionales y a las extranjeras. Los miembros no deben utilizar medidas de protección del medio ambiente como medio para encubrir políticas proteccionistas.

Es importante que la empresa exportadora en este caso de producción de palta Hass aplique metodologías eficaces que no dañen el medio ambiente, ya que es necesario la innovación y tecnificación ya



que eso al ser implementado beneficia de manera importante a la región donde se trabaja el producto. (pág. 226)

➤ **Certificados Fitosanitarios**

(Ministerio de Relaciones Exteriores, (2011) afirma:

Cada envío de palta Hass importada desde Perú a Estados Unidos debe estar acompañado de un certificado fitosanitario expedido por SENASA, el cual debe incluir una declaración jurada que garantice que las paltas comprendidas en dicho envío han sido cultivadas, empaquetadas, inspeccionadas y encontradas libres de plagas en cumplimiento con 7 CFR 319.56-50. (pág. 12)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, (2014) considera:

Este tipo de medidas se establecen con la finalidad de proteger la salud y la vida de animales o preservar vegetales de los riesgos que pueden resultar del ingreso de plagas, enfermedades y organismos patógenos (que producen enfermedades). También, sirven para proteger la salud y la vida de las personas frente a ciertos aditivos, contaminantes, toxinas u organismos peligrosos, que pueden estar presentes en alimentos y bebidas. Las medidas sanitarias o fitosanitarias comprenden todas las reglas y procedimientos como la inspección, certificación, cuarentena, y pautas para transportar animales o vegetales. Además, norman el embalaje y el etiquetado que aseguren la inocuidad de los alimentos. (pág. 47)



➤ **Volumen de Producción**

Díaz Estrada & Ley Borrás, (2012) destaca:

Oferta total, es el volumen de producción (cantidad de producto) que ofrece toda la industria (todas las empresas que ofrecen el mismo tipo de producto) en la región donde se localiza el mercado de la empresa que utiliza el modelo de decisión. (pág. 30)

“El volumen de producción es una medición de cantidad, esto en un plazo de tiempo. La misma que tendría que satisfacer la necesidad de adquisición de bienes por parte de los demandantes” (Fernandez Sanchez, 2008).

El volumen de producción es necesario para cubrir la demanda que requieren los mercados internacionales, ya que sin lograr esto es difícil llegar a un trato comercial estable, el lograr el volumen de producción requerido hace que la empresa se vuelva un proveedor confiable y por consecuencia se vuelva competitivo.

B) Capacidad Económica y Financiera.

Pérez González & Segundo Gallardo, (2018) define:

El análisis económico y financiero se centra en la estimación por un lado de la capacidad de generación de fondos y por otro de las necesidades financieras de la empresa. (pág. 7)

Ministerio de Desarrollo Agrario y de Riego, (2015) agrega:



La empresa debe contar con los recursos necesarios para solventar una exportación, igualmente debe estar en condiciones de contar con precios competitivos. Si la empresa no cuenta con posibilidades de solventar el proceso con recursos propios, deberá contar con capacidad de endeudamiento y conseguir financiamiento externo.

Pérez González & Segundo Gallardo, (2018) mencionan la capacidad de generación de fondos y a las necesidades de la empresa que en este caso será la calificación crediticia. (pág. 7)

➤ **Capacidad de Generación de Fondos**

“Es la capacidad para hacer frente a todas sus deudas, mediante la liquidación de todos sus activos, sin tomar en cuenta el plazo en que las obligaciones son exigibles” (Bello, 2007, pág. 234).

“Comprobar la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones financieras, tanto en su visión estática, como de flujos financieros” (Gallizo Larraz, 2017, pág. 97)

Es beneficioso que una asociación o empresa siempre aspire a superar la capacidad de generación de fondos programada ya sea a semanas, meses o años, ya que esto permitirá que exista una estabilidad económica para hacer frente a las obligaciones, lo que indicaría que la empresa cuenta con un buen flujo de caja y es responsable con sus finanzas.



➤ **Calificación Crediticia**

Diario Gestión, (2018) describe:

La calificación crediticia es una cifra de tres dígitos que les sirve a los acreedores para evaluar la solvencia crediticia de los posibles acreedores y para saber cómo se desenvuelven con el pago de sus deudas. Con esa información los acreedores determinarán si otorgan el préstamo, las tasas de interés que cobrarán y el límite de crédito que fijarán. Las calificaciones crediticias también son determinantes a la hora de solicitar un préstamo para un automóvil o vivienda e incluso influye cuando se postula a un trabajo.

García Fernández & Rodríguez López, (2007) argumenta:

Las calificaciones crediticias (ratings) representan, según Verona Martel (2002) y López Pascual (1996), un indicador expresivo de la mayor o menor capacidad o probabilidad del pago en el tiempo estipulado tanto de los intereses como de la devolución del principal que toda deuda comporta, es decir, del riesgo crediticio que soporta el inversor que ha prestado sus fondos a la entidad que los ha recibido.

En el ámbito empresarial estar bien calificado por las entidades bancarias es de vital importancia para poder crecer porque como asociación o empresa, y más aún cuando se busca realizar una exportación directa ya que se va a requerir una inversión para poder cumplir los requisitos establecidos por las normativas correspondientes,



es decir que ese dinero prestado de la entidad bancaria va a proporcionar mejoras dentro de la liquidez empresarial. (pág. 1)

C) Capacidad de Gestión.

Castillo Nole, (2014) analiza:

La gestión empresarial es administrar y proporcionar servicios para el cumplimiento de las metas y objetivos, proveer información para la toma de decisiones, realizar el seguimiento y control de la recaudación de los ingresos, del manejo de las cuentas por cobrar, de las existencias, etc. Dentro de la gestión se incluye la planeación, organización, ejecución y control. (pág. 33)

“Es el grado que se debe alcanzar para posicionar un producto de manera competitiva en el mercado internacional, siguiendo objetivos que se logran con el respaldo de profesionales capacitados e idóneos para implementar una estrategia de internacionalización” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo., 2013, pág. 18).

La capacidad de gestionar o dirigir una empresa para que logre sus objetivos y metas no solo se trata de administrarla, sino que va más allá de eso, ya que la gestión empresarial implica también saber trabajar y hacer trabajar de manera eficiente, inteligente y ordenada con el objetivo de lograr la excelencia como empresa o asociación.

Castillo Nole, (2014) incluye la planeación, organización, ejecución y control dentro de la gestión:



➤ **Planeación**

Castillo Nole, (2014), define la planeación como:

La planeación se aplica para aclarar, ampliar y determinar los objetivos y los cursos de acción que deban tomarse; para la previsión; establecer condiciones y suposiciones; seleccionar e indicar las áreas para el logro de los objetivos; establecer un plan de logros; establecer políticas, procedimientos, estándares y métodos de logros; anticipar los problemas futuros posibles; modificar los planes a la luz de los resultados del control. (pág. 33)

Custodio Cadena, 2020, (2020) declara:

La planeación comprende la definición de misiones, objetivos y la definición de las acciones necesarias para lograrlas; requiere tomar decisiones que sean posibles de ejecutar, lo cual consiste en elegir líneas de acción. Los planes proporcionan un enfoque racional para la consecución de los objetivos preseleccionados. (pág. 2)

➤ **Organización**

Castillo Nole, (2014), manifiesta:

La organización se aplica para distribuir el trabajo entre el grupo y para establecer y reconocer las relaciones y autoridad necesarias; subdividir el trabajo en tareas operativas; disponer las tareas operativas de grupo en puestos operativos; reunir las posiciones operativas entre



unidades relacionadas y administrables; definir los requisitos del puesto de trabajo; seleccionar y colocar al elemento humano en puesto adecuado; delegar la debida autoridad en cada miembro de la gestión; proporcionar instalaciones y otros recursos al personal; revisar la organización a la luz de los resultados del control. (págs. 33-34)

“Este concepto se refiere a las reglas que se deben seguir en el proceso de producción que aseguran su éxito. La organización implica coordinación del trabajo individual efectuado coordinadamente” (Astudillo Moya, 2012, pág. 26)

➤ **Ejecución**

Castillo Nole, (2014) propone:

La ejecución se realiza con la participación práctica, activa y dinámica de todos los involucrados por la decisión o el acto gerencial; conduce y reta a otros para que hagan lo mejor que puedan; guía a los subordinados para que cumplan con las normas de funcionamiento; destacar la creatividad para descubrir nuevas o mejores formas de administrar y desempeñar el trabajo; alabar y reprimir con justicia; recompensar con reconocimiento y pago el trabajo bien hecho; revisar la ejecución a la luz de los resultados del control. (pág. 34)

“Ejecución significa hacer una cosa, realizar una tarea, etc. Los directivos, gerentes, gestores, jefes se llaman ejecutivos porque su



función es hacer las cosas o lograr que las tareas y funciones de la empresa se lleven a la práctica” (Ramirez Cardona, 2010).

➤ **Control**

Castillo Nole, (2014), expresa:

El control de las actividades se aplican para comparar los resultados con los planes en general; evaluar los resultados contra las normas de planeación y ejecución empresarial; idear medios efectivos para medición de las operaciones; hacer que los elementos de medición sean conocidos; transferir datos detallados de forma que muestren comparaciones y variaciones; sugerir acciones correctivas, si son necesarias; informar de las interpretaciones a los miembros responsables; ajustar el plan a la luz de los resultados del control. En la práctica gerencial, estas etapas del proceso están entrelazadas e interrelacionadas; la ejecución de una función no cesa enteramente antes de que se inicie la siguiente. La secuencia debe adaptarse al objetivo específico o al proyecto en particular. Típicamente un gerente está comprometido con muchos objetivos y puede encontrarse con cada uno en diferentes etapas del proceso. (pág. 34)

Marcó & Loguzzo, (2013) sostiene lo siguiente:

El control posee la finalidad de verificar los resultados obtenidos por medio de la acción organizacional y de contrastarlos con los planes establecidos. El objetivo de los procesos de control consiste en



identificar los desvíos existentes entre lo que se planeó y los resultados obtenidos, a fin de identificar las causas del desvío y rectificar el curso de acción organizacional por medio de acciones correctivas orientándolo hacia los objetivos establecidos. (pág. 46)

2.2.5. Características de las Asociación

2.2.5.1. Razón social y rubro.

- Razón social: Asociación de productores frutícolas y paltos del valle de Limatambo
- Ruc: 20490264397
- Rubro: Agricultura

2.2.5.2. Localización.

- Ubicación: SN Quinta Alianza (parte baja de las ruinas)
- Departamento: Cusco
- Provincia: Anta
- Distrito: Limatambo

2.2.5.3. Reseña histórica.

Parra, (2021) menciona lo siguiente:

La zona de Limatambo desde hace 7 años atrás integra o es parte del Programa Nacional de Innovación e Industria de Palta Hass y Otros frutales de Sierra Exportadora y al 2020 posee 21 sectores y 85 socios, que forman parte de la Cooperativa de Productores Frutícolas de Palto, quienes



destinan el 70% de su producción al mercado externo y el 30% al mercado nacional y local. La palta en su variedad Hass posee grandes cualidades exportables puesto que se ha comprobado científicamente que no es atacada por la plaga Mosca de la fruta (*Ceratitis capitata*, y el complejo *Anastrepha*); de igual forma y debido a las condiciones climáticas de la sierra, la plaga cuarentenaria *Stenoma catenifer* no afecta el fruto exportable.

En un inicio, el palto crecía rústicamente en el Valle de Limatambo, provincia de Anta, en el Cusco. El productor Jorge Guevara no recuerda que se usaran fertilizantes, solo un poco de abono orgánico. Para el riego era suficiente con el agua de lluvia. No había conocimiento alguno de lo que necesitaba la planta, ya que era suficiente con que brotara de manera natural. Cuando se decidió buscar un aprovechamiento comercial, Guevara recuerda que eran tantas las preguntas sobre cómo regar, cuánto fertilizar o si era necesario podar, que muchos no sabían qué hacer. Por suerte, gran parte de las interrogantes fueron absueltas por los técnicos del programa Sierra y Selva Exportadora junto con el municipio de la zona.

En la actualidad, la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo a la que pertenece Guevara, exporta sus paltas a través de dos agroexportadoras: Camet Trading y Verdeflor. El más complicado para los agricultores de este valle no provino de asimilar el conocimiento técnico para lograr un mejor resultado agrícola, sino de lo difícil de revertir la expectativa de una recuperación económica inmediata.



En la actualidad, existe la proyección de elevar este año de 200 a 300 ha de paltas y han comenzado el proceso de certificación del GLOBAL G.A.P. para garantizar mejores retornos por la fruta.

2.2.5.4. Misión y visión.

2.2.5.4.1. Misión.

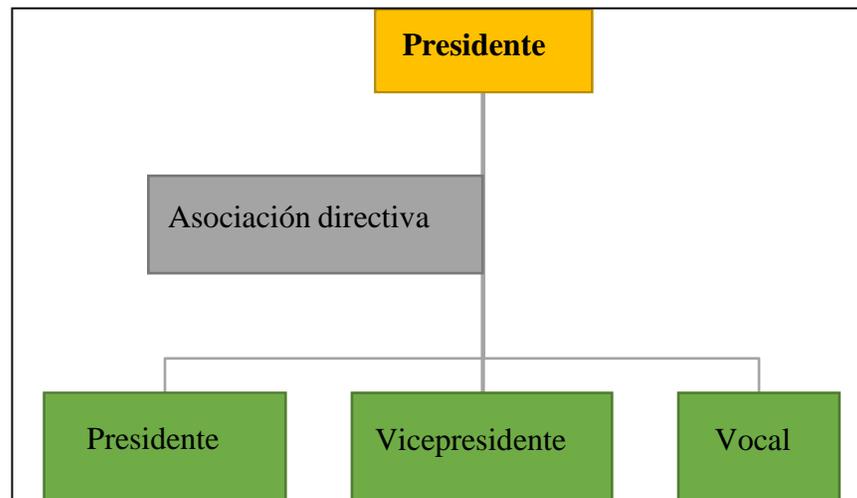
Somos una asociación de productores con el objetivo de fomentar y desarrollar la producción de palta en la región del Cusco, además de representar al sector agrícola para poder generar un crecimiento en la calidad de vida de nuestros asociados y personas en general.

2.2.5.4.2. Visión.

Queremos ser una de las Asociaciones productoras de palta más reconocidas a nivel Nacional, respetando nuestra cultura y tradiciones para impulsar una agricultura eficiente que pueda mejorar y crecer constantemente.

2.2.5.5. Organigrama.

Figura 1: Organigrama de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo.



2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Alianza Estratégica

“Una Alianza Estratégica es una asociación entre dos o más empresas que unen recursos y experiencias para desarrollar una actividad específica, crear sinergias de grupo o como una opción estratégica para el crecimiento” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. , 2014, pág. 137)

Las alianzas siempre son realizadas para conseguir un objetivo que beneficie de manera bilateral a las empresas, las razones pueden ser muchas pero siempre se apunta a un crecimiento de la asociación creada.

2.3.2. Calibre

Según Troncoso, Aguirre, Manriquez, & Mundigo, (2008):

El calibre es una variable importante desde el punto de vista comercial, ya que se usa para clasificar la fruta en los mercados internacionales. Los agricultores pueden influir sobre el calibre de la palta mediante riegos y fertilización y, más



2.3.3. Calidad del Fruto

“La calidad del fruto depende de factores pre cosecha, el momento de cosecha y los tratamientos post cosecha” (Astudillo Ordóñez & Rodríguez, 2018).

2.3.4. Capital

“Inversiones que tiene que hacer la empresa para financiar su producción, desde la compra de materias primas hasta la entrega de los productos al comprador internacional. En otras palabras, es dinero que produce dinero” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. , 2014, pág. 137).

Como bien indica es efectivo que produce dinero ya que la inversión en una empresa siempre se realiza con una proyección o visión que favorezca a la empresa económicamente.

2.3.5. Certificación

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, (2014), señala:

La certificación, es el procedimiento mediante el cual una tercera parte diferente e independiente del productor y el comprador, asegura por escrito que un producto, un proceso o un servicio, cumple los requisitos especificados, convirtiéndose en la actividad más valiosa en las transacciones comerciales nacionales e internacionales. (pág. 49)

2.3.6. Competitividad

Según Universidad en el Campo, (2011):

La competitividad está relacionada con la eficiencia, rentabilidad y sostenibilidad en el largo plazo, en los mercados interno y externo. Las metas de una empresa competitiva deben ser no sólo en términos de rentabilidad, sino en crecimiento de los mercados e innovación en el producto. (pág. 110)



2.3.7. Estandarización

“Es el proceso de adaptación o adecuación a un modelo, norma, patrón o referencia previamente aceptados y normalmente seguidos, para realizar determinado tipo de actividades o funciones” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. , 2014, pág. 199).

2.3.8. Fertilizante

Lluzar Martí, (2019), indica:

Un fertilizante es cualquier tipo de sustancia orgánica o inorgánica que contiene nutrientes en formas asimilables por las plantas. En función de su clasificación existen: fertilizantes orgánicos y fertilizantes químicos, minerales o inorgánicos. Estos últimos se pueden encontrar tanto en formato sólido como líquido. Los principales nutrientes son el nitrógeno (N), el fósforo (P) y el potasio (K), y sirven para el desarrollo vegetativo de todas las partes aéreas de la planta en el caso del nitrógeno, el refuerzo de la resistencia y el desarrollo radicular en el caso del fósforo, y el favorecimiento de la floración y desarrollo de los frutos en el caso del potasio, así como la asimilación de los demás nutrientes. (pág. 1)

2.3.9. Fumigantes

Lara Acedo, y otros, (2017) define:

Los fumigantes son productos fitosanitarios, que son gases clasificados como tóxicos, muy tóxicos o mortales, o generan gases de esa naturaleza. Se pueden presentar en forma gaseosa, sólida o líquida, pero se transforman en gas en contacto con el aire o el agua. La fase que afecta a la plaga es la fase gaseosa. (pág. 38)

2.3.10. Guadaña



Francisco de Paula Santander., 2017, pág. 5)

2.3.11. Incoterms

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, (2013) manifiesta:

Se trata de una serie de términos creados por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) y cuya validez es internacionalmente reconocida. Los INCOTERMS son términos estandarizados que se utilizan en los contratos de compra-venta internacional y que sirven para determinar los costos que asumirán las partes y el momento en que se transfiere el riesgo de pérdida o daño de la mercancía del vendedor al comprador. (pág. 27)

2.3.12. Internacionalización

“Proceso por el cual las compañías aumentan gradualmente su compromiso con el negocio internacional” (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013, pág. 804)

2.3.13. Materia Seca

“El porcentaje de materia seca se refiere a la cantidad de alimento menos el agua contenida en dicho alimento” (Ramírez Ramírez, 2011, pág. 1)

2.3.14. Palta Hass

Según Ministerio de Agricultura y Riego, (2020):

Es la variedad más comercializada en el mundo, originaria de California, sus frutos son de forma oval piriforme, tamaño medio (200 a 300 gr.), excelente calidad, piel gruesa, negra y rugosa, se pela con facilidad y presenta color verde a oscuro violáceo cuando el fruto madura. La pulpa no tiene fibra y su contenido de aceite fluctúa entre 18 y 22%. La semilla es de tamaño pequeño, forma esférica y adherida a la pulpa. El fruto puede permanecer en el árbol un cierto tiempo después de alcanzar la madurez, sin perder su calidad. El árbol es muy sensible al frío y muy productivo.



2.3.15. Producto Bruto Interno (PBI)

“Total de toda la actividad económica en un país, independientemente de quién sea propietario de los activos productivos” (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013, pág. 808)

2.3.16. SENASA

“El Servicio Nacional de Sanidad Agraria – SENASA, es un Organismo Público Técnico Especializado Adscrito al Ministerio de Agricultura con Autoridad Oficial en materia de Sanidad Agraria, Calidad de Insumos, Producción Orgánica e Inocuidad agroalimentaria” (SENASA PERÚ, 2015)

2.3.17. Venta Indirecta

“Venta de mercancía por un exportador a través de otra compañía doméstica que actúa como intermediario” (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2013, pág. 810)

2.4. Variables de estudio

2.4.1. Identificación de la Variable

V.1. Oferta Exportable



2.4.2. Conceptualización de la Variable

Tabla 1: *Conceptualización de la variable.*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	
Oferta exportable	“La oferta exportable se refiere a los productos en condiciones de ser exportados (y que además cuentan con potenciales mercados externos) de una empresa” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2020, pág. 53).	Según (Ministerio de Desarrollo Agrario y de Riego, 2015) la oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa.	Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino	Según (Organización de las Naciones Unidas & Asociación Latinoamericana de Integración, 2017, pág. 29): Conjunto de disposiciones que reglan los requisitos de calidad de los bienes, los requisitos de envasado y etiquetado, la información que se le debe ofrecer al potencial consumidor del bien (composición, insumos utilizados, etc.), reglamentaciones respecto al cuidado medioambiental, normas que implican requisitos sanitarios y fitosanitarios, licencias, medidas antidumping y compensatorias, entre otras. Según (Pérez González & Segundo Gallardo, 2018, pág. 7): El análisis económico y financiero se centra en la estimación por un lado de la capacidad de generación de fondos y por otro de las necesidades financieras de la empresa.	Requisitos de calidad Requisitos de envasado y etiquetado Información que se ofrece al potencial consumidor Cuidado medioambiental Certificados fitosanitarios Volumen de producción Capacidad de generación de fondos
			Capacidad económica y financiera	Según (Castillo Nole, 2014, pág. 33): La gestión empresarial es administrar y proporcionar servicios para el cumplimiento de las metas y objetivos, proveer información para la toma de decisiones, realizar el seguimiento y control de la recaudación de los ingresos, del manejo de las cuentas por cobrar, de las existencias, etc. Dentro de la gestión se incluye la planeación, organización, ejecución y control.	Calificación crediticia
			Capacidad de gestión		Planeación Organización Ejecución Control



2.4.3. Operacionalización de la Variable

Tabla 2: *Operacionalización de la variable.*

Variable	Dimensiones	Indicadores
Oferta exportable	Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino	Requisitos de calidad Requisitos de envasado y etiquetado Información que se ofrece al potencial consumidor Cuidado medioambiental Certificados fitosanitarios Volumen de producción
	Capacidad económica y financiera	Capacidad de generación de fondos Calificación crediticia
	Capacidad de gestión	Planeación Organización Ejecución Control



CAPITULO III

MÉTODO

3.1. Alcance del Estudio

El presente trabajo de investigación es de alcance descriptivo debido a que estudia una única variable la cual es oferta exportable con el objetivo de recolectar información para sujetarlo a un análisis.

Los autores Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2010), señalan lo siguiente:

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, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (pág. 80)

3.2. Diseño de la Investigación

Según el diseño, la presente investigación es no experimental porque no necesita de la manipulación de las variables sino de la observación de los fenómenos en su contexto natural.

Los diseños no experimentales “son aquellos cuyas variables independientes carecen de manipulación intencional; y no poseen grupo de control, ni mucho menos experimental. Analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia” (Carrasco Diaz, 2009, pág. 71)



3.3. Población

“Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2010)

El universo del presente estudio está conformado por todos los socios pertenecientes a la Asociación de Productores de paltos del Valle de Limatambo ubicados en la provincia de Anta de la región del Cusco, los cuales son un total de 96 productores. (pág. 174)

3.4. Muestra

“La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población”. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 173)

En la presente investigación se cuenta con una muestra estadística ya que los sujetos de estudio son todos los individuos de nuestra antes definida población o universo.

Por lo tanto, la muestra para el presente trabajo está constituida por el total de la población que son los 96 socios de la Asociación de Productores del Valle de Limatambo.

3.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

La técnica que se utilizará para la obtención de datos es la encuesta y el instrumento que se empleará será el cuestionario.

3.6. Validez y Confiabilidad de los Instrumentos

El cuestionario utilizado para la recolección de datos de la presente investigación reúne los requisitos de validez ya que su aplicación tiene la capacidad de cuantificar de manera adecuada y confiable porque refleja exactitud.



CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Presentación y Fiabilidad del Instrumento Aplicado

4.1.1. Presentación del Instrumento

Para determinar cómo es la oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021 se aplicó un cuestionario a los 96 socios en el que se considera 37 ítems distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 3: *Distribución de los ítems del cuestionario.*

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Oferta exportable		Requisitos de calidad	p1, p2, p3, p4
	Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de	Requisitos de envasado y etiquetado	p5, p6, p7, p8
		Información que se ofrece al potencial consumidor	p9, p10
	destino	Cuidado medioambiental	p11, p12
		Certificados fitosanitarios	p13, p14, p15
		Volumen de producción	p16, p17
	Capacidad económica y	Capacidad de generación de fondos	p18, p19, p20
financiera	Calificación crediticia	p21, p22, p23, p24	
Capacidad de gestión	Planeación	p25, p26, p27	
	Organización	p28, p29, p30, p31	
	Ejecución	p32, p33	
	Control	p34, p35, p36, p37	

Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de baremación e interpretación.



Tabla 4: Descripción de la Baremación y escala de interpretación.

<u>Promedio</u>	<u>Escala de Interpretación</u>
1,00 – 1,80	Inaceptable
1,81 – 2,60	Insuficiente
2,61 – 3,40	Regular
3,41 – 4,20	Suficiente
<u>4,21 – 5,00</u>	<u>Aceptable</u>

4.1.2. Fiabilidad del Instrumento Aplicado

Para determinar cómo es la oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se considera lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software IBM SPSS versión 25, cuyo resultado fue el siguiente:



Tabla 5: *Estadísticas de fiabilidad.*

<u>Alfa de Cronbach</u>	<u>N° de elementos</u>
<u>0.806</u>	<u>37</u>

Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0.806 por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.

4.2. Resultados de las Dimensiones de la Variable Oferta Exportable

Para determinar la oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021, se describe las dimensiones de: capacidad de satisfacer requerimientos del mercado de destino, capacidad económica y financiera y capacidad de gestión. Los resultados se presentan a continuación:

4.2.1. Capacidad de Satisfacer los Requerimientos del Mercado de Destino

El objetivo es describir la capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de Estados Unidos con respecto a la palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo, 2021, para lo cual se considera los siguientes indicadores: Requisitos de calidad, requisitos de envasado y etiquetado, información que se ofrece al potencial consumidor, cuidado medio ambiental, certificados fitosanitarios y volumen de producción.

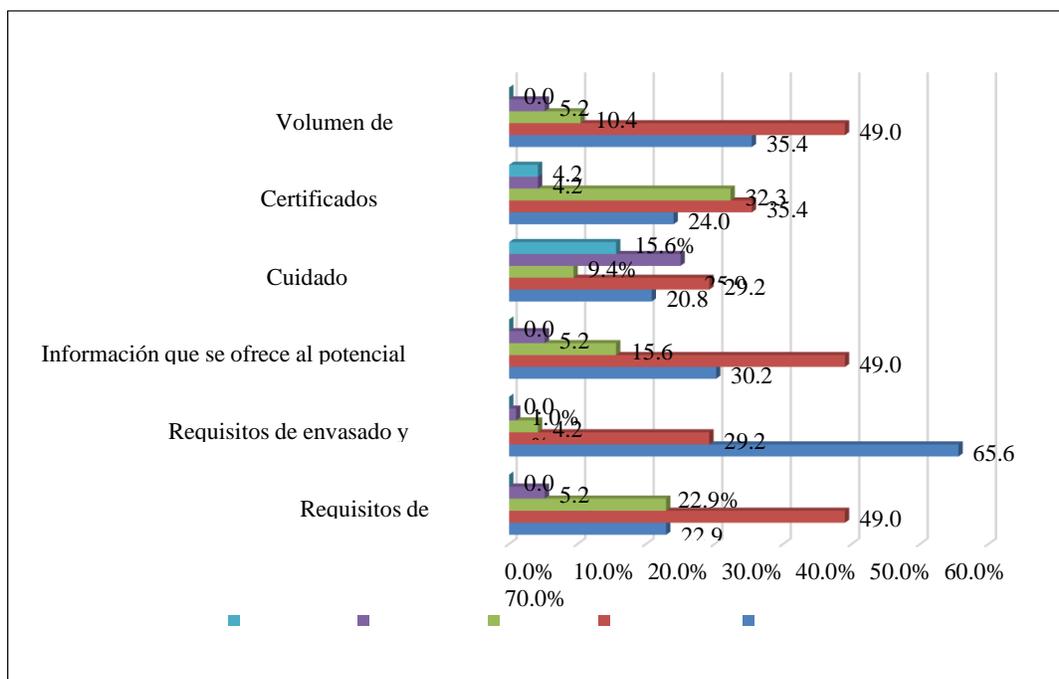


A. Resultados de los indicadores de la dimensión Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino

Tabla 6: *Indicadores de la dimensión Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino.*

	Requisitos de calidad		Requisitos de envasado y etiquetado		Información que se ofrece al potencial consumidor		Cuidado medioambiental		Certificados fitosanitarios		Volumen de producción	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Inaceptable	22	22.9%	63	65.6%	29	30.2%	20	20.8%	23	24.0%	34	35.4%
Insuficiente	47	49.0%	28	29.2%	47	49.0%	28	29.2%	34	35.4%	47	49.0%
Regular	22	22.9%	4	4.2%	15	15.6%	9	9.4%	31	32.3%	10	10.4%
Suficiente	5	5.2%	1	1.0%	5	5.2%	24	25.0%	4	4.2%	5	5.2%
Aceptable	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	15	15.6%	4	4.2%	0	0.0%
Total	96	100%	96	100%	96	100%	96	100%	96	100%	96	100%

Figura 2: *Indicadores de la dimensión Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino.*





Interpretación y análisis:

Para el indicador requisitos de calidad un 49% indica que es insuficiente; un 22.9% indica que es inaceptable; un 22.9% que es regular; un 5.2% suficiente y ninguno indica que es aceptable; los resultados indican que si bien la Asociación de productores frutícolas y paltos del Valle de Limatambo cuenta con la certificación fitosanitaria del Servicio Nacional de Sanidad Agraria del Perú –SENASA junto con las regulaciones nacionales e internacionales que necesitan para exportar, no cuenta con la información actualizada acerca de las regulaciones nacionales e internacionales referidas a la exportación por no tener trato directo con el mercado de destino; cada socio es el encargado de verificar que su producto este en óptimas condiciones para ser exportado, sin embargo, no existe ningún socio encargado de verificar estos requisitos de forma general en la asociación.

Para el indicador requisitos de envasado y etiquetado un 65.6% manifiesta que es inaceptable; el 29.2% que es insuficiente; el 4.2% regular; ninguno; el 1% suficiente y ninguno aceptable; los resultados muestran que en la Asociación de productores frutícolas y paltos del Valle de Limatambo aún no se cumplen los requisitos de envasado y etiquetado que establece el manual de transporte de productos tropicales de la USDA, no cuentan con un especialista en envasado y etiquetado y aun no tienen un diseño distintivo en la etiqueta de su producto en los Estados Unidos, sin embargo para la minoría de socios si se cumple con tales requisitos debido a que actualmente su producto llega a otros países con envase y etiqueta las cuales son de las empresas intermediarias que compran la palta Hass.

Respecto al indicador Información que se ofrece al potencial consumidor, para el 49% es insuficiente; 30.2% que es inaceptable; 15.6% es regular; para el 5.2%

ninguno es aceptable; los resultados muestran que la Asociación de



productores frutícolas y paltos del Valle de Limatambo no entrega a las empresas exportadoras una ficha técnica que contenga información estandarizada referida a las características; composición y presentación de su producto que informe sobre el peso, la dimensión, el almacenamiento y las instrucciones para el manipuleo así como detalles técnicos obligatorios, hasta el momento no se han reportado omisiones en cuanto al contenido de la ficha técnica debido a que las empresas intermediarias se encargan de completar toda la información necesaria que piden los mercados internacionales.

En relación al cuidado medioambiental un 29.2% manifiesta que es insuficiente; un 25% suficiente; un 20.8% inaceptable; un 15.6% aceptable y un 9.4% regular; los resultados muestran que el cuidado medioambiental en relación a los procesos de producción y a la promoción de prácticas éticas en la Asociación de productores frutícolas y paltos del Valle de Limatambo se encuentra en proceso de crecimiento y mejora porque se vienen ejecutando constantemente prácticas medio ambientales que benefician a la comunidad y a la calidad del producto final.

Para el indicador certificados fitosanitarios un 35.4% manifiesta que se cumple insuficiente, para 32.3% es regular, un 24.0% manifiesta que es inaceptable, un 4.2% dice que es suficiente y un 4.2% manifiesta que es aceptable; los resultados muestran que la Asociación de productores frutícolas y paltos del Valle de Limatambo no tiene información sobre los requisitos USDA ORGANIC que necesita su producto para ser exportado debido a que contratan a empresas intermediarias que acreditan esta información por ellos, no obstante cuenta con el certificado fitosanitario expedido por SENASA el cual va acompañado de una declaración jurada que garantiza que las paltas comprendidas en cada producción han sido cultivadas, inspeccionadas y encontradas libres de plagas.



Y en cuanto al volumen de producción un 49% indica que es insuficiente, un 35.4% que es inaceptable, un 10.4% que es regular, un 5.2% que es suficiente y para ninguno es aceptable; según los resultados la producción de palta Hass de la Asociación de productores frutícolas y paltos del Valle de Limatambo no ha alcanzado aún el volumen esperado pese a que se ha implementado un proceso de mejora en tecnologías y mejora de capacidades, sin embargo se prevé que en próximas temporadas se lograra una mayor producción, así mismo la asociación cumple con los compromisos que adquiere con sus clientes en cantidad y plazos convenidos, de acuerdo con la actual producción de palta Hass.

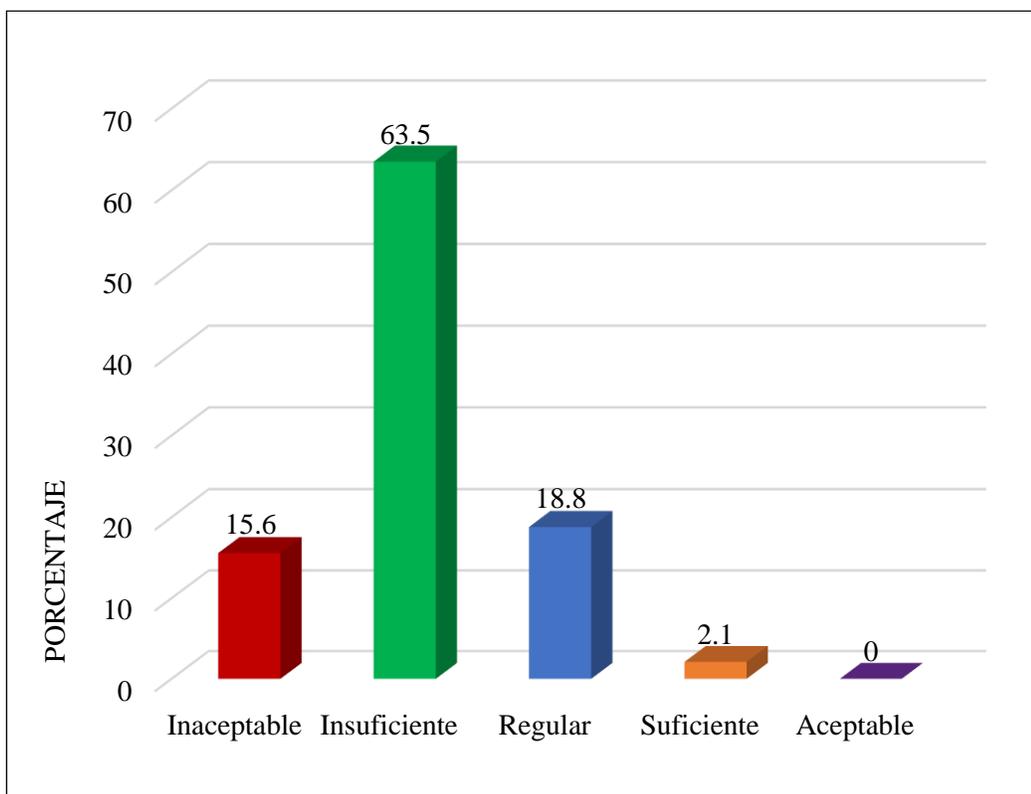
B. Resultados de la dimensión Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino

Tabla 7: *Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos.*

	<u>f</u>	<u>%</u>
Inaceptable	15	15.6
Insuficiente	61	63.5
Regular	18	18.8
Suficiente	2	2.1
<u>Aceptable</u>	<u>0</u>	<u>0.0</u>
<u>Total</u>	<u>96</u>	<u>100.0</u>



Figura 3: Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos.



Interpretación y análisis:

Para la dimensión capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino para un promedio 63.5 es insuficiente, para un promedio de 18.8 es regular, para un promedio de 15.6 es inaceptable, para un promedio de 2.1 es suficiente y para un promedio de 0 es aceptable.

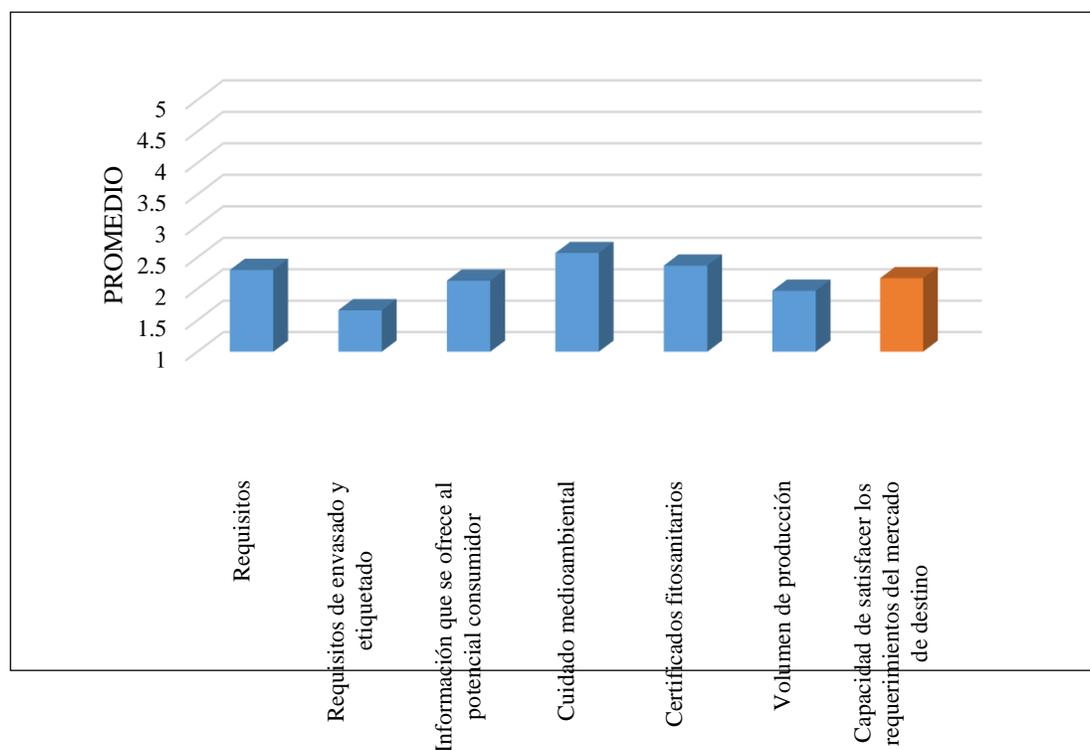


C. Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino

Tabla 8: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino.

	Promedio	Interpretación
Requisitos de calidad	2.30	Insuficiente
Requisitos de envasado y etiquetado	1.66	Inaceptable
Información que se ofrece al potencial consumidor	2.13	Insuficiente
Cuidado medioambiental	2.57	Insuficiente
Certificados fitosanitarios	2.37	Insuficiente
Volumen de producción	1.97	Insuficiente
Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino	2.17	Insuficiente

Figura 4: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino.





Interpretación y análisis:

Para la dimensión capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino se encontró los siguientes resultados con respecto a sus indicadores. Para los socios pertenecientes a la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo el indicador requisitos de calidad es insuficiente con un promedio de 2.30, el indicador requisitos de envasado y etiquetado es inaceptable con un promedio de 1.66, el indicador información que se ofrece al potencial consumidor es insuficiente con un promedio de 2.13, el indicador cuidado medioambiental es insuficiente con un promedio de 2.57, el indicador certificados fitosanitarios es insuficiente con un promedio de 2.37 y el indicador volumen de producción es insuficiente con un promedio de 1.97. Dando como promedio general un 2.17 lo que significa que la capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino es insuficiente.

4.2.2. Capacidad Económica y Financiera

El objetivo es determinar capacidad económica y financiera de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021, para lo cual se considera los siguientes indicadores: Capacidad de generación de fondos, calificación crediticia.

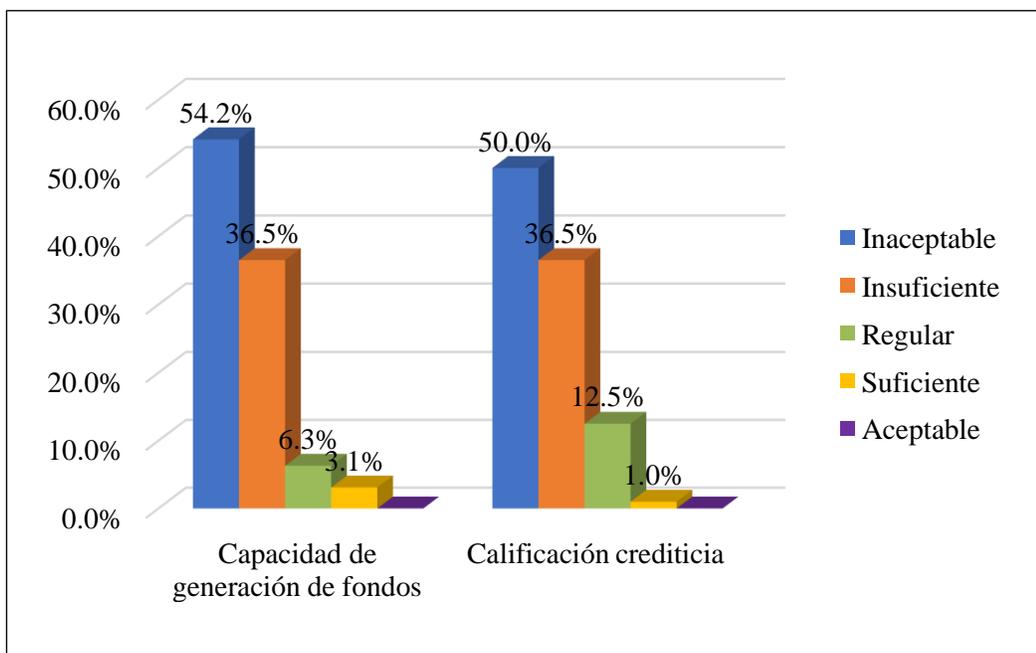


A. Resultados de los indicadores de la dimensión capacidad económica y financiera

Tabla 9: *Indicadores de la dimensión Capacidad económica y financiera.*

	Capacidad de generación de fondos		Calificación crediticia	
	f	%	f	%
Inaceptable	52	54.2%	48	50.0%
Insuficiente	35	36.5%	35	36.5%
Regular	6	6.3%	12	12.5%
Suficiente	3	3.1%	1	1.0%
Aceptable	0	0.0%	0	0.0%
Total	96	100.0%	96	100.0%

Figura 5: *Indicadores de la dimensión Capacidad económica y financiera.*





Interpretación y análisis:

Para el indicador de capacidad de generación de fondos un 54.2% opina que es inaceptable, un 36.5% insuficiente, un 6.3% regular, 3.1% suficiente y a ninguno le parece aceptable, según los resultados obtenidos se puede interpretar que los socios de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo por el momento no tienen obligación financiera alguna; los ingresos de la Asociación provienen además de la venta para exportación, de la venta de productos no clasificados .los cuales son ofertados en el mercado local generando para ellos ingresos extra, sin embargo ésta no es suficiente si se decide incursionar en actividades de exportación y no todos los socios aportan recaudaciones a la asociación para sus actividades en conjunto.

Respecto a la calificación crediticia, para el 50% es inaceptable, un 36.5% es insuficiente, para un 12.5% es regular, un 1% dice que es suficiente y para ninguno es aceptable; según los resultados obtenidos se puede interpretar que la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo no cuenta con una calificación crediticia y esto debido a que ellos no tienen registrada una cuenta como persona jurídica a nombre de la Asociación por lo que nunca han solicitado un préstamo; trabajan indirectamente con entidades bancarias para solventar su inversión de forma personal ya que según los socios aún no veían conveniente una solicitud grupal, sin embargo la asociación está próxima a comenzar a trabajar con entidades financieras para lograr así una excelente calificación crediticia y también para poder crecer empresarialmente, la mayoría de los socios no están dispuestos a



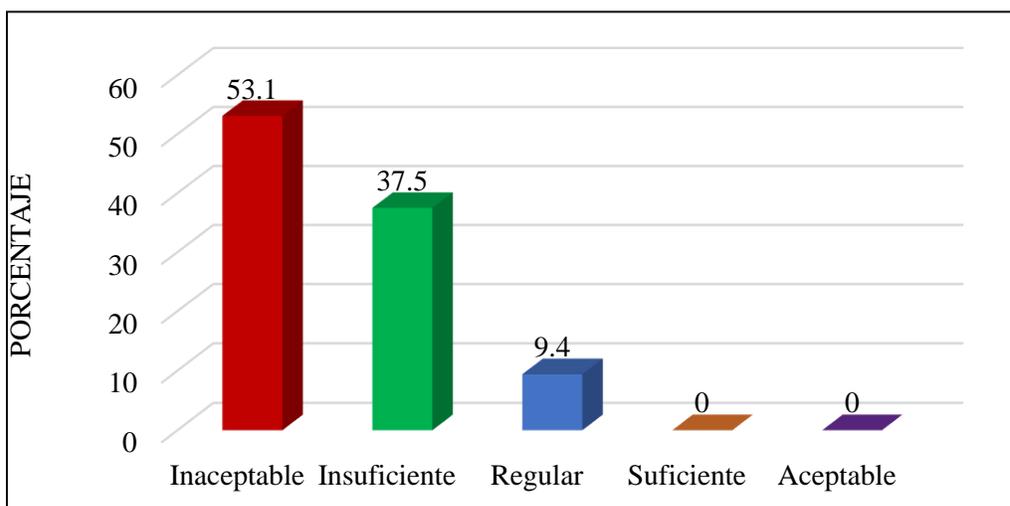
avalar una inversión futura de exportación directa ya que aún tienen dudas sobre ello y son pocos los que si desean.

B. Resultados de la dimensión capacidad económica y financiera

Tabla 10: *Capacidad económica y financiera de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos.*

	f	%
Inaceptable	51	53.1
Insuficiente	36	37.5
Regular	9	9.4
Suficiente	0	0.0
Aceptable	0	0.0
Total	96	100.0

Figura 6: *Capacidad económica y financiera de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos.*





Interpretación y análisis:

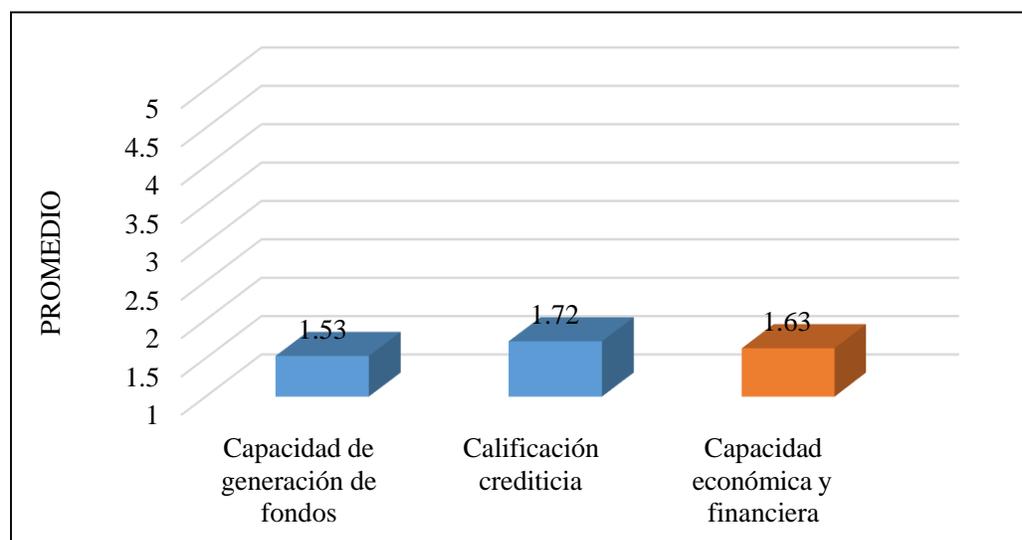
Para la dimensión capacidad económica y financiera para un promedio de 53.1 es inaceptable, para un promedio de 37.5 es insuficiente, para un promedio de 9.4 es regular y para un promedio de 0 es suficiente y aceptable.

C. Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad económica y financiera

Tabla 11: *Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad económica y financiera.*

	Promedio	Interpretación
Capacidad de generación de fondos	1.53	Inaceptable
Calificación crediticia	1.72	Inaceptable
Capacidad económica y financiera	1.63	Inaceptable

Figura 7: *Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad económica y financiera.*





Interpretación y análisis:

Para la dimensión capacidad económica y financiera se encontró los siguientes resultados con respecto a sus indicadores. Para los socios pertenecientes a la asociación de productores frutícolas y paltos del Valle de Limatambo el indicador capacidad de generación de fondos es inaceptable con un promedio de 1.53 y el indicador calificación crediticia es inaceptable con un promedio de 1.72. Dando como promedio general 1.63 lo que significa que la capacidad económica y financiera es inaceptable, por lo cual actualmente la Asociación de productores frutícolas y paltos del Valle de Limatambo no está en condiciones de afrontar la inversión que implica un proceso de exportación

4.2.3. Capacidad de Gestión

El objetivo es determinar la capacidad de gestión de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021, para lo cual se considera los siguientes indicadores: Planeación, organización, ejecución, control.

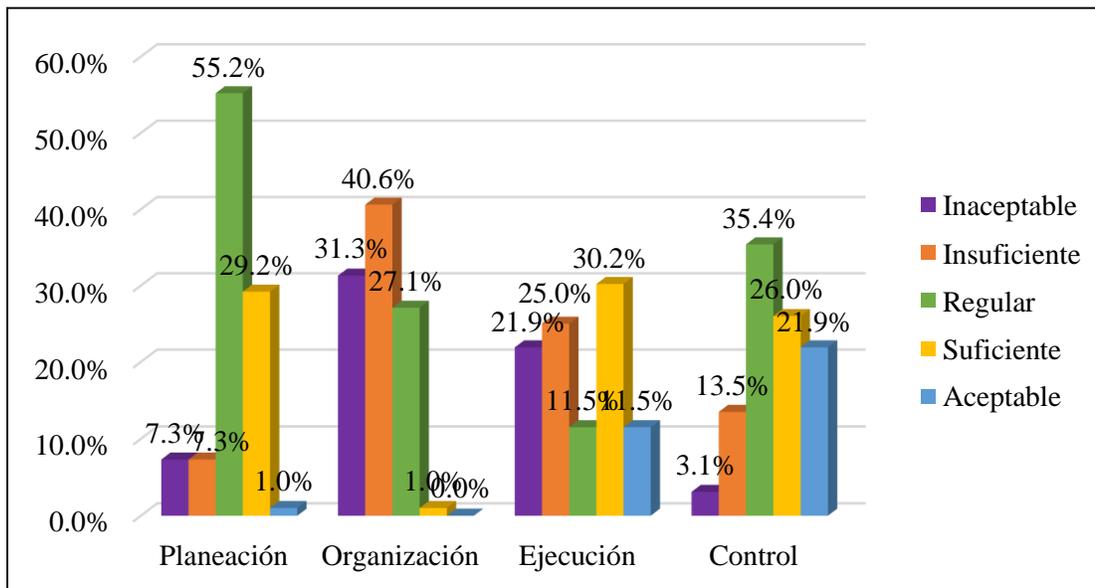
A. Resultados de los indicadores de la dimensión Capacidad de gestión.

Tabla 12: *Indicadores de la dimensión Capacidad de gestión.*

	Planeación		Organización		Ejecución		Control	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Inaceptable	7	7.3%	30	31.3%	21	21.9%	3	3.1%
Insuficiente	7	7.3%	39	40.6%	24	25.0%	13	13.5%
Regular	53	55.2%	26	27.1%	11	11.5%	34	35.4%
Suficiente	28	29.2%	1	1.0%	29	30.2%	25	26.0%
Aceptable	1	1.0%	0	0.0%	11	11.5%	21	21.9%
Total	96	100.0%	96	100.0%	96	100.0%	96	100.0%



Figura 8: Indicadores de la dimensión Capacidad de gestión.



Interpretación y análisis:

Para el indicador planeación un 55.2% indica que es regular, un 29.2% indica que es suficiente, un 7.3% que es inaceptable, otro 7.3% que es insuficiente y un 1% que es aceptable. Los resultados indican que la Asociación de productores frutícolas y paltos del vale de Limatambo realizan el proceso de planeación con la participación de casi todos los socios ya que algunos que no acuden a las reuniones por motivos ajenos; se define un plan anualmente donde casi siempre cumplen la mayoría de sus objetivos, sin embargo dadas las circunstancias no cuentan con un plan de contingencia en el caso de que se presente algún inconveniente en el proceso productivo que afecte el volumen estipulado o en el caso de la demanda de su producto que afecte los ingresos de los socios.



Para el indicador organización un 40.6% indica que es insuficiente, un 31.3% que es inaceptable, un 27.1% que es regular, un 1% que es suficiente y ninguno que es aceptable. Los resultados indican que el organigrama vigente esta desactualizado, no se cuenta con una clara definición de responsabilidades y tareas, tampoco con un manual de organización y funciones lo que genera algunos inconvenientes como duplicidad de funciones, además que la carga de la asociación recae con mayor peso en los directivos ya que ellos asumen la mayor responsabilidad por los resultados que se tienen, tampoco cuentan con alguna asesoría que pueda orientarlos con conocimiento especializado.

Para el indicador ejecución un 30.2% indica que es suficiente, un 25% que es insuficiente, un 21.9% que es inaceptable, un 11.5% que es aceptable y otro 11.5% que es regular. Los resultados indican que las actividades que se llevan a cabo cuentan con la participación de casi todos los socios incluso que todos reconocen a sus directivos como líderes que ponen en marcha los planes para el logro de sus objetivos. Sin embargo, aún no se sienten suficientemente convencidos para emprender un proceso de exportación por su cuenta.

Para el indicador control un 35.4% indica que es regular, un 26% que es suficiente, un 21.9% que es aceptable, un 13.5% que es insuficiente y un 3.1% que es inaceptable. Los resultados indican que regularmente se logra alcanzar las proyecciones anuales en cuanto a la producción de palta Hass teniendo algunas variaciones las cuales no son tan significativas, también que logran alcanzar sus proyecciones anuales en cuanto a ventas y que incluso utilizan las proyecciones anuales para ir mejorando su productividad. Actualmente se sabe que la palta



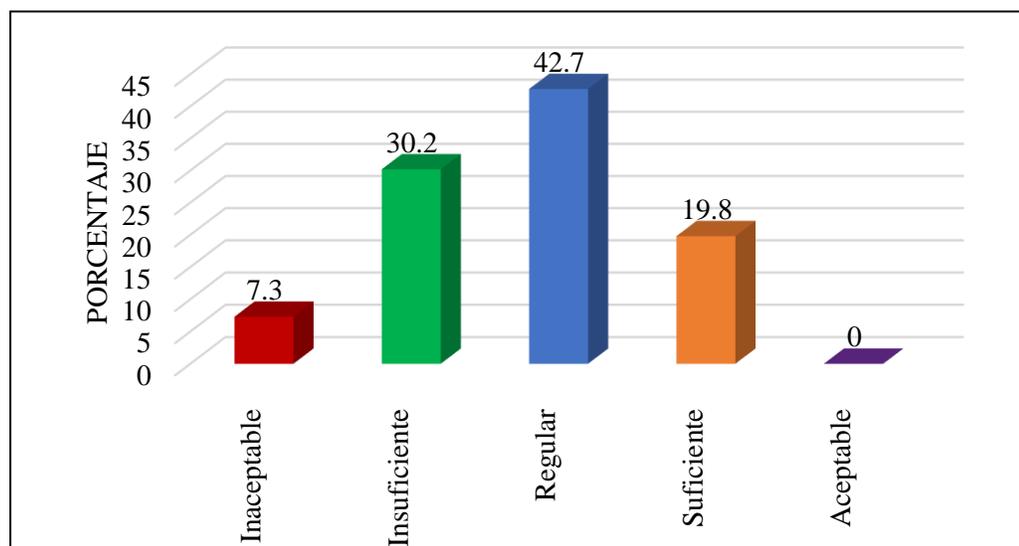
producida por la asociación si satisface las expectativas del mercado Norte americano porque las empresas intermediarias llegan a vender el producto sin ningún inconveniente.

B. Resultados de la dimensión Capacidad de gestión.

Tabla 13: *Capacidad de gestión de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos.*

	f	%
Inaceptable	7	7.3
Insuficiente	29	30.2
Regular	41	42.7
Suficiente	19	19.8
Aceptable	0	0.0
Total	96	100.0

Figura 9: *Capacidad de gestión de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos.*





Interpretación y análisis:

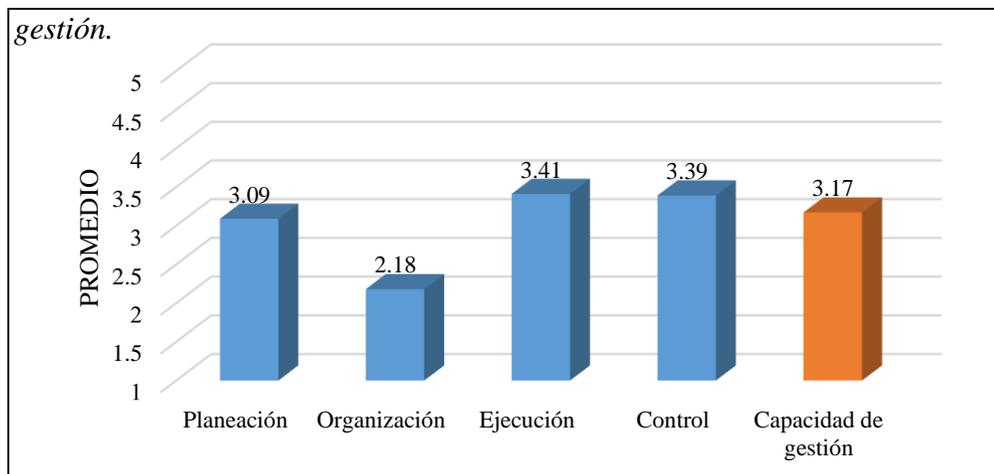
Para la dimensión capacidad de gestión para un promedio de 42.7 es regular, para un promedio de 30.2 es insuficiente, para un promedio de 19.8 es suficiente, para un promedio de 7.3 es inaceptable y para un promedio de 0 es aceptable.

C. Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad de gestión.

Tabla 14: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad de gestión.

	Promedio	Interpretación
Planeación	3.09	Regular
Organización	2.18	Insuficiente
Ejecución	3.41	Suficiente
Control	3.39	Regular
Capacidad de gestión	3.17	Regular

Figura 10: Comparación promedio de los indicadores de la dimensión Capacidad de gestión.





Interpretación y análisis:

Para la dimensión capacidad de gestión se encontró los siguientes resultados con respecto a sus indicadores. Para los socios pertenecientes a la Asociación de productores frutícolas y paltos del Valle de Limatambo el indicador planeación es regular con un promedio de 3.09, el indicador organización es insuficiente con un promedio de 2.18, el indicador ejecución es suficiente con un promedio de 3.41 y el indicador control es regular con un promedio de 3.39. Dando como promedio general un 3.17 lo que significa que la capacidad de gestión es regular debido a que tienen se viene ejecutando de manera parcial en su organización.

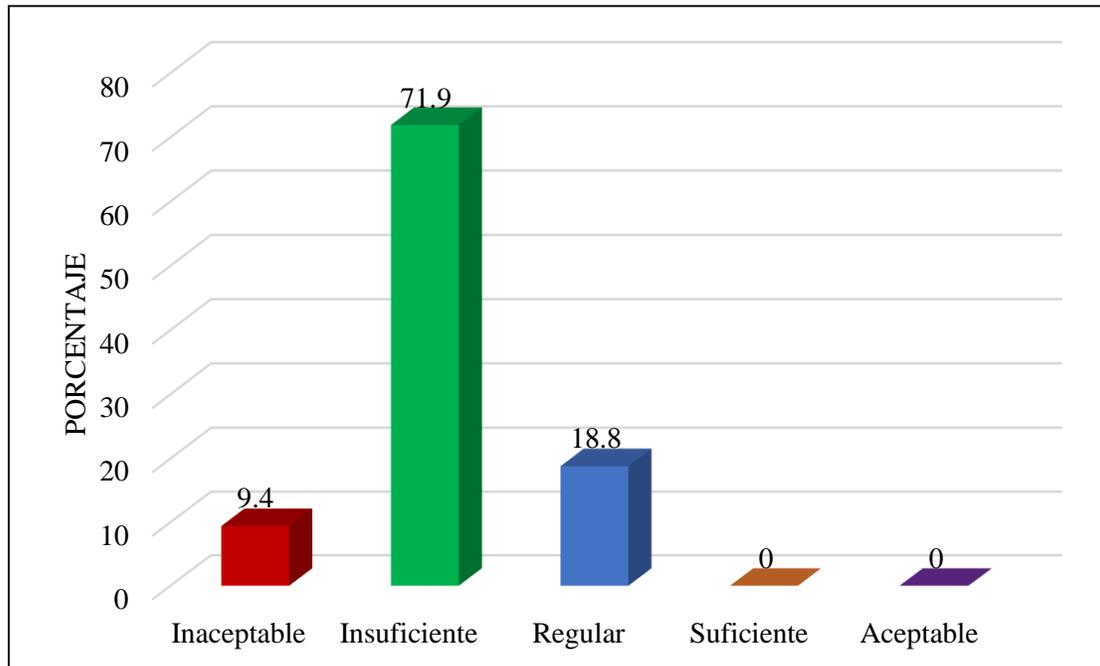
4.3. Resultado de la Variable Oferta Exportable

Tabla 15: Oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021.

	f	%
Inaceptable	9	9.4
Insuficiente	69	71.9
Regular	18	18.8
Suficiente	0	0.0
Aceptable	0	0.0
Total	96	100.0



Figura 11: Oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021.



Interpretación y análisis:

En la variable oferta exportable para un promedio de 71.9 es insuficiente, para un promedio de 18.8 es regular, para un promedio de 9.4 es inaceptable y para un promedio de 0 es suficiente y aceptable. Por lo que la mayoría de los socios opina que por ahora la oferta exportable de la Asociación de productores frutícolas y paltos del Valle de Limatambo es insuficiente.

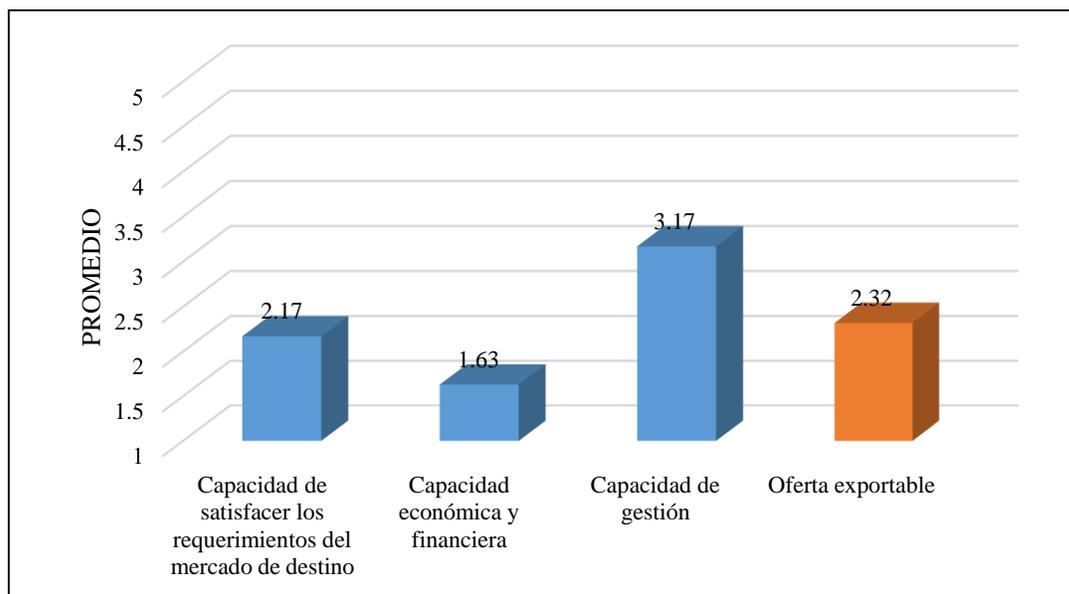


A. Comparación promedio de las dimensiones de la variable Oferta exportable

Tabla 16: Comparación promedio de las dimensiones de la variable Oferta exportable.

	Promedio	Interpretación
Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino	2.17	Insuficiente
Capacidad económica y financiera	1.63	Inaceptable
Capacidad de gestión	3.17	Regular
Oferta exportable	2.32	Insuficiente

Figura 12: Comparación promedio de las dimensiones de la variable Oferta exportable.



Interpretación y análisis:

Para la variable oferta exportable se encontró los siguientes resultados con respecto a sus dimensiones. Para los socios pertenecientes a la Asociación de productores frutícolas y paltos del Valle de Limatambo la dimensión capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino es insuficiente con un promedio de 2.17, la dimensión capacidad



gestión es regular con un promedio de 3.17. Demostrando así que la oferta exportable de plata Hass en la asociación es insuficiente por el momento con un promedio de 2.32.

4.4. Resultados Respecto a los Objetivos Específicos

Culminado el análisis e interpretación de los resultados se afirma:

La capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de Estados Unidos de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo, 2021, es insuficiente, habiendo alcanzado 2.17 en promedio

La capacidad económica y financiera de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021 es inaceptable habiendo alcanzado en promedio 1.63

La capacidad de gestión de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021, es regular, habiendo alcanzado en promedio 3.17

4.5. Resultados Respecto al Objetivo General

La oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021 es insuficiente, habiendo alcanzado en promedio 2.32



CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. Descripción de los Hallazgos Más Relevantes y Significativos

El objetivo de la presente investigación fue describir la oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021, los resultados demuestran que es insuficiente, habiendo alcanzado en promedio 2.32, el análisis se realizó mediante las dimensiones: capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino que obtuvo en promedio de 2.17, la capacidad económica y financiera con un promedio de 1.63 y la capacidad de gestión con un promedio de 3.17, siendo la última mencionada la que obtuvo mayor calificación interpretada como regular, resultado que indica que la asociación muestra una buena ejecución en cuanto a los planes que tiene; sin embargo, aún se debe trabajar en la organización porque muestra debilidades en su estructura, carecen de documentos de gestión como son el manual de organización y funciones, manual de procedimientos, reglamento interno, lo que repercute la asignación de sus funciones, en sus responsabilidades, que no están debidamente establecidas y que generan conflictos, duplicidad de funciones y omisiones.

La dimensión que obtuvo la menor calificación fue la Capacidad económica y financiera, que alcanzó 1.63 en promedio, resultado que revela que cada socio invierte capital propio para realizar la producción de palta por lo que no podrían solventar una exportación como asociación con sus propios recursos; acotando que por el momento no cuentan con una calificación crediticia para solicitar apoyo de alguna entidad financiera, aspectos principales que deberán ser superados para proyectar en el futuro una exportación



, si bien la asociación cuenta con un producto de alta demanda, apreciado en los Estados Unidos,

Gracias a los resultados obtenidos se encontró que la oferta exportable en la asociación de productores frutícolas y paltos del valle de Limatambo no puede realizar una exportación directa por el momento esto debido a que no cuentan con la información necesaria para exportar de manera directa la palta que producen, tampoco tienen algún contacto que pueda ayudar a identificar los requisitos necesarios como asociación. No cuentan con alianzas estratégicas que impulsen el desarrollo de la internacionalización de su producto, no cuentan con una base económica sólida que les permita solventar una exportación directa y finalmente necesitan mejorar aspectos organizacionales de funciones y liderazgo que contribuyan a impulsar la entrada de su producto a Estados Unidos sin la necesidad de intermediarios.

5.2. Limitaciones del Estudio

Durante la aplicación del instrumento, en este caso un cuestionario de 37 preguntas, se encontró resistencia por parte de los socios al principio por no querer completar el cuestionario ya que a muchos de ellos no se les había informado sobre la presente investigación, sin embargo, luego de la explicación de los fines de la encuesta se obtuvo la participación de todos, habiéndose alcanzado completar el instrumento.

Y otra limitación fue el no encontrar a todos los socios en un solo día debido a que no todos asisten a las reuniones que tienen por circunstancias ajenas. Sin embargo, se logró aplicar el instrumento a todos gracias a las diferentes visitas realizadas



5.3. Comparación Crítica con lo Literatura Existente

Se realizó una comparación crítica entre la presente investigación y los antecedentes consultados con la finalidad de contrastar la teoría de otras investigaciones con la realizada, además de poder tener un mejor punto de vista para entender la variable estudiada.

En consideración con la investigación de Ferrara y Yupanqui (2018) se halló que la Asociación Pro Palto en cuanto a su capacidad de producción tampoco contaba con información para ofertar su producto al mercado español, así como la presente investigación en donde tienen información limitada para exportar al mercado estadounidense. Sobre su capacidad económica, contaban con hectáreas de tierra las cuales tenían una muy buena capacidad de producción; pero no tenían maquinarias que ayuden a tecnificar su trabajo; en contraste con la Asociación de Limatambo los socios también cuentan con sus propias hectáreas de tierra las cuales tienen potencial de producción, pero igual que Pro Palto tienen la limitación de maquinaria que ayude a tecnificar la producción. En su capacidad financiera podían hacer frente a un endeudamiento ya que contaban con la capacidad de solventar sus deudas, en contraposición con la presente investigación que aún no podrían solventar sus deudas ya que no tienen el aval de ninguna entidad financiera. Y sobre la capacidad de gestión resaltan su facultad para poder tomar decisiones y su cabida para poder adaptarse al cambio; mientras que en la actual investigación tienen deficiencias en su organización ya que no delimitan correctamente sus funciones generando desconcierto entre los socios.

En consideración con la investigación de Reyes (2018) se halló que en la región de la Libertad se contaba con información constantemente actualizada respecto a los mercados de exportación ya que tenían como modelo de trabajo a la empresa Camposol que es una empresa reconocida con años en el rubro y que representa gran cantidad de lo exportado hacia



el mercado Norteamericano, en cuanto a su capacidad de producción tenían un nivel alto en cantidad de toneladas pero algunas deficiencias en inspección visual y control de defectos de la fruta, de igual forma cumplían con la calidad que exigía el mercado estadounidense; sobre su capacidad económica se encontró que tenían como eje económico el hectareaje, la infraestructura, equipamiento, activos y capital de trabajo esto gracias al mantenimiento que los cultivadores le daban a la fruta para tener un producto en óptimas condiciones; en cuanto a la capacidad financiera se encontró que empresas importantes como Camposol presentan un modelo financiero que contaba con el apoyo de entidades bancarias, a su vez con garantías de nuevos créditos que permiten que su reputación financiera genere confianza con los nuevos empresarios que están proyectos a la exportación de arándano fresco; por último se encontró que la capacidad de gestión en la región de la Libertad al tener como modelos empresas grandes como Camposol y Talsa y ser ejemplos de empresas de exportación en cantidades grandes muestran que cumplen todos los estándares de gestión en la gerencia, control y liderazgo empresarial.

En consideración con la investigación de Rodríguez de Ávila (2003) se halló que en el departamento de Bolívar existían los recursos económicos necesarios para que los agricultores productores reciban constantes capacitaciones sobre técnicas, cuidados, uso de productos y controles de calidad que permitan optimizar la producción con el fin de aumentar la oferta exportable de mango, pero que lastimosamente no son bien aprovechados en su mayoría; en cuanto a la capacidad de producción se seguía cultivando el mango de forma tradicional, lo que no les genera crecimiento en cuanto a calidad y competitividad en la producción; con referencia a la capacidad económica y financiera se encontró que el departamento de Bolívar por intermedio de la Secretaria de Agricultura estaba apoyando los



proyectos que generaban desarrollo, especialmente a los del sector agrícola; usando como intermediario al banco agrario se tenía un plan de financiamiento con recursos necesarios para las cosechas de mango. Por último, se tiene la capacidad de gestión en la que se encontró que si bien es cierto el departamento de Bolívar cuenta con una gran infraestructura portuaria, no existe una empresa en el departamento encargada de la comercialización internacional del mango, por lo que no se aprovecha al máximo esta ventaja competitiva frente a los diferentes productores nacionales.

La presente investigación descubrió que la Asociación de productores frutícolas y paltos del valle de Limatambo presenta una oferta exportable poco viable por el momento ya que en cuanto a la capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino presenta inconvenientes en cuanto a la falta de información sobre los certificados fitosanitarios, las regulaciones nacionales e internacionales, la calidad del producto, el volumen de producción para exportación, requisitos de envasado y etiquetado, entre otros. En cuanto a la capacidad económica y financiera presentan deficiencias para poder solventar una exportación directa con sus propios recursos, además que aún no cuentan con alguna calificación crediticia como asociación que pueda ayudar a respaldar un préstamo de alguna entidad bancaria. Y en cuanto a la capacidad de gestión, la asociación cuenta con bastante viabilidad en cuanto a la ejecución de sus planes; sin embargo, la organización que tienen en conjunto muestra falencias por la falta de reglamentos que delimiten las funciones de cada socio así como la estructura de representantes especializados que guíen a todos los miembros; así mismo aún se debe trabajar en la planeación y control que por ahora se muestran como regulares pero que podrían mejorar para obtener mejores resultados.



En los antecedentes descritos anteriormente se utilizó registros estadísticos de los indicadores de exportación para sus mercados de destinos como población y muestra, gracias a los cuales pudieron obtener sus resultados; sin embargo, en la presente investigación se hace uso de una muestra y población de 96 personas los cuales son los productores pertenecientes a la Asociación.

5.4. Implicancias del Estudio

El presente trabajo de investigación constituye un aporte a los conocimientos en materia de exportación en la ciudad del Cusco, siendo la exportación un tema de interés ya que es una actividad que beneficia el crecimiento económico local. Además, se buscó que la asociación de productores frutícolas y paltos del valle de Limatambo puedan saber en qué estado está la oferta exportable de su organización, de tal forma que puedan implementar lo necesario para realizar una exportación directa en un futuro cercano. También aporta conocimientos que podrán ser utilizados en otras investigaciones referidas al tema de oferta exportable.



CONCLUSIONES

Culminado el estudio se presentan las siguientes conclusiones

PRIMERA. La oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos es insuficiente, habiendo alcanzado un promedio de 2.32 analizada mediante las dimensiones: capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino, capacidad económica y financiera y capacidad de gestión. Esto se debe a que la asociación no cuenta aún con las condiciones favorables que le permitan incursionar competitivamente en el mercado de Estados Unidos, a pesar de contar con un producto con aceptación y demanda en el mercado de Estados Unidos.

SEGUNDA. La capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de Estados Unidos de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo es insuficiente con un promedio de 2.17. Esto se debe a que la producción de la palta Hass actualmente no alcanza los volúmenes necesarios suficientes para la exportación directa, además que la asociación no cuenta con información suficiente acerca de los requisitos que demanda Estados Unidos para el ingreso de palta Hass a su país, ni cuentan con personal dedicado en exclusiva a esa tarea, así mismo no se cuenta con una marca distintiva de exportación ya que utilizan a intermediarios.

TERCERA. La capacidad económica y financiera de la Asociación de productores frutícolas y paltos del valle de Limatambo es inaceptable con un promedio de 1.63. Esto se debe a que cada socio realiza la producción de palta Hass con sus propios recursos, pero como asociación aun no tienen fondos en conjunto para financiar una exportación directa; también que por el momento no cuentan con ninguna calificación crediticia como asociación lo que no ayuda a que alguna entidad financiera desee ayudarlos con liquidez.

CUARTA. La capacidad de gestión de la Asociación de productores frutícolas y paltos del valle



organización no tienen las áreas administrativas básicas se necesitan para realizar una exportación directa además de que no cuentan con reglamentos administrativos que delimiten las funciones de todos los miembros.



RECOMENDACIONES

PRIMERA. Se recomienda a la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo enfocar sus recursos en la mejora de su capacidad económica y financiera con mayor énfasis ya que es la dimensión que tiene el promedio más bajo en los resultados obtenidos, aperturando cuentas como persona jurídica y trabajando con entidades financieras como cooperativas, cajas o bancos; seguidamente enfocar sus recursos en la capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de Estados Unidos implementando su propio envase y etiqueta, además de conseguir aliados fijos en ese país; y finalmente trabajar en la capacidad de gestión mejorando la planificación de las actividades que va a realizar la organización de forma que todas se cumplan en periodos determinados.

SEGUNDA. Afianzar alianzas estratégicas con entidades públicas que promuevan la exportación de los productos peruanos con alto valor en el mercado internacional como MINCETUR y PROMPERU; contratar a un profesional experto en comercio exterior con experiencia internacional en exportación de productos agroindustriales que pueda enseñar a los socios el procedimiento de exportación, logística y negociación internacional; además de adoptar nuevas metodologías tecnificadas para mejorar el proceso e incrementar el volumen de producción.

TERCERA. Generar fondos a nombre de la asociación para que puedan hacer uso de ello como parte de un capital que pueda solventar sus exportaciones directas futuras, y también buscar entidades financieras que puedan avalar a la asociación y ayuden a solventar los costos de financiación de su exportación. Aperturar cuentas de persona jurídica en bancos para empezar a bancarizar sus operaciones.



CUARTA. A los directivos de la asociación se sugiere implementar los documentos de gestión que ayuden organizar a todos los integrantes y a delimitar bien sus funciones como el Manual de Organización y Funciones (MOF), el Reglamento de Organización y funciones (ROF), el Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA), entre otros. También que puedan considerar agregar un área de logística y un área administrativa que tenga personal especializado para desarrollar la exportación directa de palta Hass.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aire Sedano, J. (Cusco). Factores de la oferta exportable en las empresas agroexportadoras de café en la provincia de Chanchamayo, 2018. *Tesis de Pregrado*. Universidad Continental, Cusco.

Amórtegui Ferro, I. (2001). *El cultivo de aguacate Módulo educativo para el desarrollo tecnológico de la comunidad rural*. Ibagué: El Poirá Editores e Impresores S.A.

Astudillo Moya, M. (2012). *Fundamentos de Economía*. México: D.F.: Probooks .

Astudillo Ordóñez, C., & Rodríguez, R. (2018). Parámetros fisicoquímicos del aguacate Persea Americana Mill. cv. Hass (Lauraceae) producido en Antioquia (Colombia) para exportación. *Corpoica Ciencia y Tecnología Agropecuaria*, 383-392. Obtenido de <https://revistacta.agrosavia.co/index.php/revista/article/view/694/527>

Bello, G. (2007). *Operaciones Bancarias en Venezuela: Teoría y Práctica*. Caracas: Texto,C.A. Obtenido de https://books.google.cl/books?id=mOIyeKgtSfkC&pg=PA1&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false

Carrasco Diaz, S. (2009). *Metodología de la investigación científica*. Lima: San Marcos E.I.R.L.

Castillo Nole, J. (2014). Capacidad de gestión y desarrollo empresarial en las Pymes de confecciones del complejo de Gamarra. *Gestión en el Tercer Milenio*, 17(33), 31-38. doi:<https://doi.org/10.15381/gtm.v17i33.11685>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2016). *Manual de Documentos de Exportación*. Lima: Virú S.A.

Custodio Cadena, C. (2020). *Planeación: concepto y modalidades*. Tabasco.

Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2013). *Negocios Internacionales Ambientes y operaciones Decimocuarta Edición*. México: Pearson Educación.

Díaz Estrada, C., & Ley Borrás , R. (2012). Decidiendo el volumen de producción mediante el análisis



Fernandez Sanchez, E. (2008). *Iniciación a los Negocios para ingenieros: Aspectos funcionales*. Madrid: Paraninfo.

Ferrara De Fina, A., & Yupanqui Rodríguez, R. (s.f.). Oferta exportable de palta hass de la asociación Pro Palto para el mercado español, Chao – La Libertad 2018. *Tesis Pregrado*. Universidad César Vallejo, Trujillo.

Gallizo Larraz, J. (15 de Noviembre de 2017). *Ratios de solvencia y rentabilidad en empresas familiares y PYMES*. Obtenido de repositori.udl.cat: <https://repositori.udl.cat/bitstream/handle/10459.1/62571/026545.pdf?sequence=1>

García Cartagena, X. (2017). Oferta exportable de productos priorizados y desarrollo sostenible. *Tesis de Pregrado*. Universidad Peruana Austral del Cusco, Cusco.

García Fernández , O., & Rodríguez López, M. (2007). *Simulación de las calificaciones de ratings de la agencia S&P mediante redes neuronales artificiales y ratios financieros*. Fundación Dialnet.

Gestión, D. (23 de Octubre de 2018). *Gestión*. Obtenido de gestion.pe: <https://gestion.pe/tu-dinero/finanzas-personales/surgen-mas-empresas-zombis-en-eeuu-las-hay-en-peru-noticia/>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL Companies.

La República. . (25 de Noviembre de 2021). *Diario La República*. Obtenido de *Diario La República*. Obtenido de larepublica.pe: <https://larepublica.pe/gastronomia/2021/11/25/variedades-de-palta-clasificacion-y-tipos-en-el-peru-al-2021-evat/>

Lara Acedo, L., Miranda Enamorado, L., Paez Cano, F., Baeza Cano, R., López Infante, I., Ortiz Berrocal, F., & Fernández Fernández, M. (2017). *Aplicación de productos fitosanitarios nivel fumigador*. Sevilla: Gandulfo Impresores.

Lluzar Martí, P. (2019). *Fertilizantes en el Perú*. Lima: ICEX España exportación e inversiones.

Marco, F. (2013). *Introducción a la Gestión y Administración en las Organizaciones*. Buenos Aires:

Arturo Jauretche. Obtenido de <https://biblioteca.unaj.edu.ar/wp->



content/uploads/sites/8/2017/02/Introduccion-gestion-y-administracion-organizaciones.pdf

MIDAGRI- Perú. (17 de Marso de 2021). *Última campaña de exportación de palta peruana superó las 400 mil toneladas.* Obtenido de twitter.com: <https://twitter.com/midagriperu/status/1372282101391884295>

Ministerio de Agricultura y Riego. . (2020). *Análisis de mercado de la palta 2015-2019.* Lima: Servicios Editoriales S.A.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. . (2014). *Comercio Exterior-Texto Educativo.* Lima: GRAPHICS PERÚ S.A.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. . (2020). *Plan Estratégico Nacional Exportador 2025.* Lima: Editorial Virú S.A.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2013). *El ABC del Comercio Exterior, Guia práctica del exportador.* Lima: Dirección Nacional de Desarrollo de Comercio Exterior.

Ministerio de Desarrollo Agrario y de Riego. (31 de Diciembre de 2015). *Ministerio de Agricultura y Riego.* Obtenido de www.midagri.gob.pe: <https://www.midagri.gob.pe/portal/resoluciones-ministeriales/rm-2015>

Ministerio de Relaciones Exteriores. (2011). *Perfil de Mercado de Palta Hass en Estados Unidos.* Los Angeles: Oficina de Promoción Comercial e Inversiones, Los Ángeles. Obtenido de http://www.rree.gob.pe/promocioneconomica/Documents/Estudios_y_Perfiles/Frutos%20frescos/Perfil_de_Mercado-Palta_Hass_en_EEUU_2011.pdf

Organización de las Naciones Unidas & Asociación Latinoamericana de Integración. . (2017). *¿Cómo Exportar? Guía práctica para Pymes y agricultura familiar.* . Montevideo: ALADI.

Paredes Carrillo, B. (2016). Oportunidades comerciales de la oferta exportable (piña y sus derivados) ecuatoriana en el mercado chileno en base al acuerdo de complementación económica, ACE N°65. *Tesis de Pregrado.* Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE, Guatemala.

21). *Limatambo y el otro verde de su tierra.*



Pérez González, A., & Segundo Gallardo, J. (2018). *El análisis económico y financiero que has de realizar en el inicio de un proyecto*. Cádiz: Cátedra de emprendedores Universidad de Cádiz. Obtenido de <https://emprendedores.uca.es/wp-content/uploads/2018/02/5-analisis-econ%C3%B3mico-financiero.pdf>

Ramírez Cardona, C. (2010). *Fundamentos de administración*. Bogotá: Ecoe ediciones.

Ramírez Ramírez, H. (2011). *Sitio Argentino de Producción Animal*. Obtenido de www.produccion-animal.com.ar: https://www.produccion-animal.com.ar/tablas_composicion_alimentos/42-Materia_Seca.pdf

Redagricola. (03 de Noviembre de 2021). *La superficie de palta Hass crece en 5,000 hectáreas durante 2021*. Obtenido de www.redagricola.com: <https://www.redagricola.com/pe/la-superficie-de-palta-hass-crece-en-5000-hectareas-durante-2021/#:~:text=La%20superficie%20de%20palta%20Hass,hect%C3%A1reas%20durante%202021%20%2D%20Redagr%C3%ADcola%20Per%C3%BA>

Reyes Cachique, J. (2018). Oferta exportable de arándano fresco de región La Libertad para el mercado estadounidense en el periodo 2015-2018. *Tesis de Pregrado*. Universidad César Vallejo, Trujillo.

Rodríguez de Avila, G. (2003). Oferta Exportable de mango en el departamento de Bolívar con destino al mercado Norteamericano. *Tesis de Pregrado*. Universidad Tecnológica de Bolivar, Cartagena.

Salas Canales, H. (2020). Agroexportaciones no tradicionales y su contribución al desarrollo económico Peruano. *Revista Científica Dominio de las Ciencias.*, 4-27.

SENASA. (2020). *Cusco: Valle de Limatambo continúa posicionando su palta hass en mercados internacionales*. Lima.

SENASA PERÚ. (2015). *SENASA PERÚ*. Obtenido de <https://www.senasa.gob.pe/senasa/que-es-senasa/>

SIICEX. (2021). *Principales 10 Países Exportadores*. Lima.

Statista Research Department. . (08 de Febrero de 2022). *Precio semanal de una pieza de aguacate en Estados Unidos de mayo de 2020 a abril de 2022*. Obtenido de es.statista.com:



<https://es.statista.com/estadisticas/1263623/precio-promedio-mensual-por-pieza-de-aguacate-eeuu/#:~:text=En%20abril%20de%202021%2C%20el,1%2C68%20d%C3%B3lares%20por%20unidad>

Troncoso, J., Aguirre, M., Manriquez, P., & Mundigo, D. (2008). Influencia del calibre, mercado de destino y mes de comercialización en el precio de exportación de la palta Hass: Un enfoque hedónico. *Ciencia e Investigación Agraria.*, 333-339.

Universidad en el Campo. . (2011). *Economía 1*. Caldas: Espacio Gráfico Comunicaciones S.A.

Universidad Francisco de Paula Santander. (2017). *Trabajo seguro para actividades de guadaña*. Cúcuta:

Vigilada

Mineducación.

Obtenido

de

<https://ww2.ufps.edu.co/public/archivos/contenido/e59cc1e57a244792ba000c94b1228a01.pdf>



ANEXOS



Tabla 17: *Matriz de consistencia.*

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cómo es la oferta exportable de palta Hass en la asociación de productores frutícolas y paltos del valle de Limatambo con destino a estados unidos, 2021?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar cómo es la oferta exportable de palta Hass en la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021.</p>	<p>VARIABLE 1 Oferta exportable</p>	<p>ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN Enfoque cuantitativo</p>
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo es la capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de estados unidos en la asociación de productores frutícolas y paltos del valle de Limatambo, 2021? • ¿Cómo es la capacidad económica y financiera de la asociación de productores frutícolas y paltos del valle de Limatambo con destino a estados unidos, 2021? • ¿Cómo es la capacidad de gestión de la asociación de productores frutícolas y paltos del valle de Limatambo con destino a estados unidos, 2021? 	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar cómo es la capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de Estados Unidos de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo, 2021. • Determinar cómo es la capacidad económica y financiera de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021. • Determinar cómo es la capacidad de gestión de la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del Valle de Limatambo con destino a Estados Unidos, 2021 	<p>DIMENSIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de desino • Capacidad económica y financiera • Capacidad de gestión 	<p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Diseño no experimental</p> <p>ALCANCE DE INVESTIGACIÓN Alcance descriptivo</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA Población y muestra: 96 socios pertenecientes a la Asociación de Productores Frutícolas y Paltos del valle de Limatambo</p> <p>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario</p> <p>PROCESAMIENTO PARA EL ANÁLISIS DE LOS DATOS Se utilizó el software SPSS versión 19 y el programa Microsoft Excel 2019.</p>





Tabla 18: Matriz del instrumento para la recolección de datos.

ANEXO 3. MATRIZ DE INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS						
Variable	Dimensiones	Indicadores	Peso	No. de ítems	Ítems	Criterio de evaluación
Oferta exportable	Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino	Requisitos de calidad	9%	4	1. ¿La asociación se mantiene informada acerca de las regulaciones nacionales que son emitidas por SENASA, DIGESA y ADUANAS que corresponden a la exportación de palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos?	Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca
					2. La asociación se mantiene informada acerca de las regulaciones internacionales emitidas por USDA, FSIS, PPQ, ¿AMAS, FDA, EPA y CBP que corresponden a la exportación de palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos?	
					3. ¿La asociación designa a algún socio la función de verificar el cumplimiento de los requisitos nacionales e internacionales de la exportación de palta Hass?	
					4. ¿SENASA certifica la calidad de la producción de palta Hass proveniente de la asociación?	
	Requisitos de envasado y etiquetado	9%	4	5. ¿La asociación cumple con los requisitos que menciona el manual de transporte de productos tropicales de la USDA en cuanto al envasado?	Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca	
				6. ¿La asociación cumple con los requisitos que menciona el manual de transporte de productos tropicales de la USDA en cuanto al etiquetado?		
				7. ¿La asociación cuenta con un especialista de envasado y etiquetado?		
				8. ¿La asociación trabaja en el diseño de la etiqueta de sus envases que diferencie su producto en el mercado estadounidense?		



Información que se ofrece al potencial consumidor	4%	2	9. ¿La ficha técnica con la que cuenta la Asociación define la información de su producto de manera estandarizada?	Siempre
			10. ¿Se han reportado omisiones en el contenido de la ficha técnica?	Casi siempre
				A veces
Cuidado medioambient al	4%	2	11. ¿La asociación busca de forma permanente la mejora continua en sus procesos para el cuidado del medio ambiente?	Casi nunca
			12. ¿La asociación propone practicas éticas medioambientales en su comunidad?	Nunca
				Siempre
Certificados fitosanitarios	9%	3	13. ¿La asociación se informa sobre los requisitos de USDA ORGANIC para acreditar que sus productos son orgánicos?	Casi siempre
			14. ¿La asociación adjunta un certificado fitosanitario expedido por SENASA en cada envío que realiza?	A veces
				Casi nunca
				Nunca
Volumen de producción	4%	2	15. ¿La asociación incluye una declaración jurada que garantice el cumplimiento de la normativa en cada envío que realiza?	Siempre
			16. ¿La Asociación alcanza el volumen de producción requerido por ciudades potenciales como Miami y Jacksonville?	Casi siempre
			17. ¿La asociación cumple con los plazos de entrega de su producción?	A veces
				Casi nunca



					Nunca
Capacidad económica y financiera	Capacidad de generación de fondos	13%	3	18. ¿La asociación cumple con sus obligaciones financieras?	Siempre
				19. ¿La asociación genera ingresos por la venta de productos no clasificados para la exportación?	Casi siempre
				20. ¿La asociación recauda aportes de los socios para solventar una futura exportación directa?	A veces
					Casi nunca
					Nunca
	Calificación crediticia	4%	4	21. ¿La asociación suele solicitar préstamos a entidades financieras para solventar sus gastos?	Siempre
					Casi siempre



				22. ¿La asociación suele solicitar préstamos a entidades financieras para invertir en capital?	A veces Casi nunca Nunca
				23. ¿La asociación usa su cuenta de persona jurídica para solicitar préstamos?	
				24. ¿Los socios están dispuestos a avalar la inversión para la exportación?	
Capacidad de gestión	Planeación	13%	3	25. ¿La Asociación realiza el proceso de planeación con la participación de todos los socios?	Siempre Casi siempre
				26. ¿La Asociación trabaja en función a un plan para el alcance de sus objetivos?	A veces Casi nunca
				27. ¿La asociación cuenta con un plan de contingencia en caso la producción de un socio afecte el volumen deseado para su exportación?	Nunca
	Organización	13%	4	28. ¿La asociación usa un manual de organización y funciones (MOF) que permita delimitar las funciones de cada miembro de la organización?	Siempre Casi siempre
				29. ¿En la Asociación se cumple con distribuir el trabajo en forma equitativa?	A veces Casi nunca
				30. ¿Los miembros pertenecientes a la asociación cumplen plenamente sus funciones?	Nunca
				31. ¿La asociación contrata personal para cumplir funciones administrativas?	



Ejecución	4%	2	32. ¿La asociación ejecuta sus actividades con la participación del 100% de sus socios?	Siempre Casi siempre
			33. ¿Los socios reconocen a los directivos como líderes que logren con éxito los planes de acción de la asociación?	A veces Casi nunca Nunca
Control	13%	4	34. ¿La asociación logra alcanzar las proyecciones anuales en cuanto a producción?	Siempre Casi siempre
			35. ¿La asociación logra alcanzar las proyecciones anuales en cuanto a ventas?	A veces Casi nunca Nunca



36. ¿La asociación utiliza sus resultados de producción por año para mejorar su productividad?

37. ¿Se tiene información acerca de si la palta Hass producida por la asociación satisface las expectativas del mercado Estadounidense?

TOTAL	100%	37
--------------	------	----



VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

ENCUESTA PARA LOS SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES FRUTÍCOLAS Y PALTOS DEL VALLE DE LIMATAMBO

SOBRE: “Oferta exportable de palta Hass en la asociación de productores frutícolas y paltos del valle de Limatambo con destino a estados unidos, 2021”

Estimado socio de la asociación de productores frutícolas y paltos del valle de Limatambo:

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de cómo percibe usted la Oferta exportable de palta Hass en la asociación de productores frutícolas y paltos del valle de Limatambo con destino a estados unidos, 2021.

Instrucciones:

En la siguiente encuesta se presenta un conjunto de preguntas sobre las capacidades de la oferta exportable, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debe calificar. Responda encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1) NUNCA

2) CASI NUNCA



4) CASI SIEMPRE

5) SIEMPRE.



Nombre:..... DNI:Género: M F

Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	¿La asociación se mantiene informada acerca de las regulaciones nacionales que son emitidas por SENASA, DIGESA y ADUANAS que corresponden a la exportación de palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos?	1	2	3	4	5
2	La asociación se mantiene informada acerca de las regulaciones internacionales emitidas por USDA, FSIS, PPQ, ¿AMAS, FDA, EPA y CBP que corresponden a la exportación de palta Hass hacia el mercado de Estados Unidos?	1	2	3	4	5
3	¿La asociación designa a algún socio la función de verificar el cumplimiento de los requisitos nacionales e internacionales de la exportación de palta Hass?	1	2	3	4	5
4	¿SENASA certifica la calidad de la producción de palta Hass proveniente de la asociación?	1	2	3	4	5
5	¿La asociación cumple con los requisitos que menciona el manual de transporte de productos tropicales de la USDA en cuanto al envasado?	1	2	3	4	5
6	¿La asociación cumple con los requisitos que menciona el manual de transporte de productos tropicales de la USDA en cuanto al etiquetado?	1	2	3	4	5
7	¿La asociación cuenta con un especialista de envasado y etiquetado?	1	2	3	4	5
8	¿La asociación trabaja en el diseño de la etiqueta de sus envases que diferencie su producto en el mercado estadounidense?	1	2	3	4	5
9	¿La ficha técnica con la que cuenta la Asociación define la información de su producto de manera estandarizada?	1	2	3	4	5
10	¿Se han reportado omisiones en el contenido de la ficha técnica?	1	2	3	4	5
11	¿La asociación busca de forma permanente la mejora continua en sus procesos para el cuidado del medio ambiente?	1	2	3	4	5
12	¿La asociación propone prácticas éticas medioambientales en su comunidad?	1	2	3	4	5
13	¿La asociación se informa sobre los requisitos de USDA ORGANIC para acreditar que sus productos son orgánicos?	1	2	3	4	5
14	¿La asociación adjunta un certificado fitosanitario expedido por SENASA en cada envío que realiza?	1	2	3	4	5
15	¿La asociación incluye una declaración jurada que garantice el cumplimiento de la normativa en cada envío que realiza?	1	2	3	4	5
16	¿La Asociación alcanza el volumen de producción requerido por ciudades potenciales como Miami y Jacksonville?	1	2	3	4	5
17	¿La asociación cumple con los plazos de entrega de su producción?	1	2	3	4	5



Capacidad económica y financiera		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
18	¿La asociación cumple con sus obligaciones financieras?	1	2	3	4	5
19	¿La asociación genera ingresos por la venta de productos no clasificados para la exportación?	1	2	3	4	5
20	¿La asociación recauda aportes de los socios para solventar una futura exportación directa?	1	2	3	4	5
21	¿La asociación suele solicitar préstamos a entidades financieras para solventar sus gastos?	1	2	3	4	5
22	¿La asociación suele solicitar préstamos a entidades financieras para invertir en capital?	1	2	3	4	5
23	¿La asociación usa su cuenta de persona jurídica para solicitar préstamos?	1	2	3	4	5
24	¿Los socios están dispuestos a avalar la inversión para la exportación?	1	2	3	4	5
Capacidad de gestión		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
25	¿La Asociación realiza el proceso de planeación con la participación de todos los socios?	1	2	3	4	5
26	¿La Asociación trabaja en función a un plan para el alcance de sus objetivos?	1	2	3	4	5
27	¿La asociación cuenta con un plan de contingencia en caso la producción de un socio afecte el volumen deseado para su exportación?	1	2	3	4	5
28	¿La asociación usa un manual de organización y funciones (MOF) que permita delimitar las funciones de cada miembro de la organización?	1	2	3	4	5
29	¿En la Asociación se cumple con distribuir el trabajo en forma equitativa?	1	2	3	4	5
30	¿Los miembros pertenecientes a la asociación cumplen plenamente sus funciones?	1	2	3	4	5
31	¿La asociación contrata personal para cumplir funciones administrativas?	1	2	3	4	5



32	¿La asociación ejecuta sus actividades con la participación del 100% de sus socios?	1	2	3	4	5
33	¿Los socios reconocen a los directivos como líderes que logren con éxito los planes de acción de la asociación?	1	2	3	4	5
34	¿La asociación logra alcanzar las proyecciones anuales en cuanto a producción?	1	2	3	4	5
35	¿La asociación logra alcanzar las proyecciones anuales en cuanto a ventas?	1	2	3	4	5
36	¿La asociación utiliza sus resultados de producción por año para mejorar su productividad?	1	2	3	4	5
37	¿Se tiene información acerca de si la palta Hass producida por la asociación satisface las expectativas del mercado Estadounidense?	1	2	3	4	5

Gracias por su participación



Entrevista al presidente de la asociación:

1. Capacidad de satisfacer los requerimientos del mercado de destino

- ¿Qué característica tiene la palta Hass que produce la asociación?

Referente a las características de la palta es la variedad del Hass, esta palta tiene en primer lugar la cascara que en primer lugar es rugosa y gruesa, y la pulpa es netamente consistente, tiene más grasa, más cremoso, por ello su calidad se impone ante el mercado internacional.

La cascara es rugosa y grueso esto permite que sea trasladado a lugares más lejanos, a diferencia de las paltas que tienen las cascarás más delgadas y fácilmente se pueden dañar.

En cuanto a la maduración, es decir, desde la etapa de la cosecha; de acuerdo a la materia seca hace que tenga un tiempo de unos 48 o 35 días, para que pueda llegar al mercado y sea óptimo para el consumidor.

- ¿Cómo se realiza el envasado y etiquetado de la palta Hass que produce la asociación?

El envasado y el etiquetado todavía no hemos llegado a esa etapa del proceso, ya que en la actualidad producimos y vendemos a los acopiadores, y ellos son los que prácticamente exportan a través de diferentes plantas de procesamiento que tienen packing, en Ica en San Fruit y otros lugares en la costa, y a través de eso hacen todo el procedimiento para que todo esto ya este empacado y apto para la importación al país que requiere.

- ¿Qué información se detalla en la ficha técnica que utiliza la asociación?

La información técnica todavía no la están haciendo, por eso es que están preocupados y en la actualidad están en proceso de construcción la planta de procesamiento de la palta para poder así realizar el packing, para que recién podamos ser productores y exportadores.



- ¿Qué acciones realiza la asociación para promover el cuidado medioambiental?

Mucho, ya que hacen charlas de concienciación, capacitación a todos los productores y asociados en las diferentes reuniones que tenemos, les decimos que tengan mucho cuidado porque de esto depende la inocuidad de nuestro producto para que llegue al público consumidor.

- ¿Cómo obtuvieron el certificado fitosanitario expedido por SENASA?

Hicimos un trámite sencillo, para esto también todos los productores se les ha impartido en las charlas de capacitación y no tengan problemas en el trámite, ya que se presenta un formulario, luego se presenta a SENASA, posteriormente SENASA programa y vienen los técnicos a verificar en el campo, y en el momento de verificación ellos ven la veracidad de la extensión del terreno, la cantidad de producción y luego después de esta verificación se da el código de lugar de producción de la palta.

- ¿Cuál es el volumen de producción aproximado de palta Hass por periodo(campaña)

La producción que tenemos es por campaña, ahora estamos prácticamente en cosecha y no podemos darle una cantidad exacta ya que cada año se van incrementando, van ampliando sus campos de producción, el año pasado tenemos un promedio de 1800 toneladas de palta en el valle, pero esto solo contando con los pequeños y medianos productores sin contar con dos propiedades que tenemos de forma particular, que es casnayac y molloc, estas se importan de forma particular.

2. Capacidad económica y financiera

- **¿Cuáles son los ingresos con los que cuenta la asociación?**

En nivel de asociación, netamente solo tenemos cuotas, las mismas cuotas ordinarias para los trámites de gestión y todos los trámites que se realizan a nivel de asociación.

- **¿Cómo solventan la producción de palta Hass en la asociación?**



Los productores son individualmente, ellos cada productor solventa en todo el manejo de la palta en cuanto a fertilización, abonamiento, mano de obra, lo hacen de forma personal, es algo que todos los productores hacemos, en este punto quisiera hablar sobre el olvido total del gobierno, porque dicen que van a hacer la segunda reforma agraria, ahora con las informaciones que tenemos prácticamente se han olvidado lo que realmente nosotros los productores compramos, así como los fertilizantes, abonos y pagamos nuestros impuestos, sin embargo ahora hay bonos para los que tienen más de dos hectáreas, pero el 85% o 90% son los que estamos en la agricultura familiar, tenemos menos de dos hectáreas, no sé de qué planeta o lugar son las personas que trabajan en el gobierno, ignoran esto, no conocen, sería bueno que den a conocer la realidad, estamos abandonados, nosotros corremos riesgos, por diferentes temas, como el clima, no hay un apoyo real o efectivo que necesitamos, inclusive en la actualidad nosotros trabajamos así arriesgando nuestra inversión, haciendo los riegos como los incas a través de canales abiertos, tales que hoy día estamos abocados hoy día en la faena de limpieza de nuestro canal principal, que dentro de poco las lluvias se van y en prevención de esto estamos haciendo nuestros trabajos, así que la inversión y riegos que tenemos que correr es de forma individual.

3. Capacidad de gestión

- ¿Cómo planificar el funcionamiento de la asociación?

Esto debido a la necesidad que se nos ha presentado, hemos organizado una cooperativa que a nivel de asociación estas gestiones son limitadas, pero a nivel de cooperativa ahora es más amplio; por eso ahora nos encontramos en una etapa de transición de asociación a cooperativa, con los mimos integrantes, los mismos productores, la misma directiva que integramos para que podamos por lo menos ampliar nuestros campos de producción, sobre todo

que este producto pueda ser sostenible y a futuro.



- ¿Cómo es la organización de la asociación?

Esto es elegido en asamblea única y tiene un periodo de 02 años y es renovado a través de una asamblea general, todos los trámites se hacen como en todas las asociaciones, se hace la minuta, la escritura, está la etapa de Registros Públicos, la partida registral y SUNARP.

- ¿Cómo ejecutan y controlan las actividades de la asociación?

No hay control directo, se ha entregado a la conciencia de cada productor porque aquí también tenemos la participación de SENASA que da charlas y también tenemos el apoyo del municipio a través del sub gerente del desarrollo económico y también tenemos el apoyo del Ministerio de Agricultura, esto nos orienta, a través de charlas que tenemos en las diferentes reuniones y asambleas generales.