



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LAS
EXPORTACIONES DE PALTA HASS EN EL PERÚ,
2013-2017**

**INFORME FINAL DE TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO
PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR:

BACH. CRISS STHEFFANY LOZANO RODRIGUEZ

BACH. NILTON ARON AGUILAR FLORES

ASESOR:

Mg. AUGUSTO FERNANDO BAZALAR QUIROZ

LIMA –PERÚ

2019



ACTA DE SUSTENTACIÓN

N° 048-2019-OGYT-FCE-UMA

PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

En San Juan de Lurigancho, a los 28 días del mes de octubre del año 2019 en los ambientes de la Sala de Grados; se reunió el Jurado de Sustentación integrado por:

Presidente : Dr. José Agustín Oruna Lara.

Integrante : Mg. Elizabeth Haydee Alba Trinidad.

Integrante : Mg. Víctor Humberto Chero Pacheco.

Para evaluar la Tesis:

“Análisis del comportamiento de las exportaciones de Palta Hass en el Perú, 2013-2017”; presentado por: Bach. CRISS STHEFFANY LOZANO RODRIGUEZ. Participando en calidad de asesor: Mg. Augusto Fernando Bazalar Quiroz.

Los señores miembros del Jurado, después de haber atendido la sustentación, evaluar las respuestas a las preguntas formuladas y terminada la réplica; luego de debatir entre sí, reservada y libremente lo declaran Aprobado
(Aprobado/Desaprobado) por Unanimidad (Unanimidad/Mayoría)
con el calificativo de Notable [Mención Sobresaliente(18-20)/
Mención Notable(16-17)/ Aprobado(11-15)/ Desaprobado], equivalente a 17....., en
fe de lo cual firmamos la presente Acta, siendo las 4:40 horas del mismo día,
con lo que se dio por terminado el Acto de Sustentación.

Dr. José Agustín Oruna Lara
Presidente

Mg. Elizabeth Haydee Alba Trinidad
Integrante

Mg. Víctor Humberto Chero Pacheco
Integrante



ACTA DE SUSTENTACIÓN

N° 049-2019-OGYT-FCE-UMA

PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

En San Juan de Lurigancho, a los **28** días del mes de **octubre** del año **2019** en los ambientes de la **Sala de Grados**; se reunió el Jurado de Sustentación integrado por:

Presidente : **Dr. José Agustín Oruna Lara.**

Integrante : **Mg. Elizabeth Haydee Alba Trinidad.**

Integrante : **Mg. Víctor Humberto Chero Pacheco.**

Para evaluar la Tesis:

“Análisis del comportamiento de las exportaciones de Palta Hass en el Perú, 2013-2017”; presentado por: **Bach. NILTON ARON AGUILAR FLORES.** Participando en calidad de asesor: **Mg. Augusto Fernando Bazalar Quiroz.**

Los señores miembros del Jurado, después de haber atendido la sustentación, evaluar las respuestas a las preguntas formuladas y terminada la réplica; luego de debatir entre sí, reservada y libremente lo declaran Aprobado
(Aprobado/Desaprobado) por Unanimidad (Unanimidad/Mayoría)
con el calificativo de Notable [Mención Sobresaliente(18-20)/
Mención Notable(16-17)/ Aprobado(11-15)/ Desaprobado], equivalente a 14....., en
fe de lo cual firmamos la presente Acta, siendo las 4:40..... horas del mismo día,
con lo que se dio por terminado el Acto de Sustentación.

Dr. José Agustín Oruna Lara
Presidente

Mg. Elizabeth Haydee Alba Trinidad
Integrante

Mg. Víctor Humberto Chero Pacheco
Integrante

DEDICATORIA

A mis padres y hermanas por brindarme su apoyo incondicional para seguir adelante en este camino de ser una gran profesional.

Criss Steffany Lozano Rodriguez

A mis padres quienes me forjaron para ser la persona que soy.

Nilton Aron Aguilar Flores

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, damos gracias a Dios por darnos la vida, salud y fortaleza para lograr nuestros objetivos.

A nuestro maestro Víctor Humberto Chero Pacheco por su apoyo, paciencia, ánimo, amistad y conocimiento brindado a lo largo de nuestra carrera y en el desarrollo de nuestra tesis.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE PALTA HASS EN EL PERÚ, 2013-2017, tiene como objetivo principal identificar cómo ha sido el comportamiento de las exportaciones de Palta Hass en el Perú en el periodo comprendido entre los años 2013-2017.

El presente estudio considera la investigación básica debido a que se brindará información respecto a las características de las exportaciones de palta Hass en el Perú, es de nivel descriptivo porque se dará a conocer las características de la variable implicada en el estudio, además se considera el diseño no experimental, puesto que la variable no será manipulada. Se consideró como población a aquella comprendida por las unidades de análisis correspondientes a documentos cuyo contenido hace referencia a las exportaciones de palta Hass en el Perú, periodo comprendido entre los años 2013-2017. Para la recolección de datos se empleó una ficha de registro cuya distribución y organización sea acorde a las dimensiones e indicadores considerados en la investigación, el cual ha sido validado por especialistas.

El resultado final de esta investigación concluye que existe una tendencia de crecimiento del valor y peso de las exportaciones de palta Hass, las principales regiones productoras son La Libertad, Lambayeque, Ica y Lima. Asimismo, nuestros compradores más frecuentes son los países europeos y Estados Unidos, con respecto a los medios de transporte, el más utilizado es el marítimo.

Palabras claves: Exportación, Tendencia, Crecimiento.

ABSTRACT

The present research work entitled: ANALYSIS OF THE BEHAVIOR OF EXPORTS OF PALTA HASS IN PERU, 2013-2017, has as main objective to identify how the behavior of Palta Hass exports in Peru has been in the period between the years 2013-2017.

The present study considers Basic Research because information will be provided regarding the characteristics of Hass avocado exports in Peru, of descriptive level because the characteristics of the variable involved in the study can be known, in addition, the design is considered not experimental since the variable will not be manipulated. The population included in the analysis units corresponding to documents whose content refers to Hass avocado exports in Peru was considered a period 2013-2017. For the collection of data, a registration form was used whose distribution and organization is in accordance with the specific dimensions and indicators in the investigation, which has been validated by specialists.

The final result of this investigation, concludes that there is a trend of growth in the value and weight of Hass avocado exports, the main producing regions of La Libertad, Lambayeque, Ica and Lima. Also, our most frequent buyers are the European countries and the United States, with respect to the means of transport, the most used is the sea.

Keywords: Export, Trend, Growth.

ÍNDICE

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE	vi
LISTA DE FIGURAS Y TABLAS	viii
INTRODUCCIÓN	1
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	2
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Formulación del problema.....	4
1.2.1 Problema general	4
1.2.2 Problemas específicos.....	4
1.3 Objetivos.....	4
1.3.1 Objetivo general	4
1.3.2 Objetivos específicos	4
1.4 Justificación	5
2. MARCO TEÓRICO	6
2.1 Antecedentes.....	6
2.2 Base teórica.....	19
2.2.1 Comercio	19
2.2.2 Comercio internacional.....	20
2.2.3 Exportaciones	20
2.2.3.1 Clasificación de exportaciones	21
2.2.3.2 Costos de exportación.....	22
2.2.3.3 Precio de exportación	22
2.2.3.4 Medios de transporte	23
2.2.4 La Exportación de palta en el Perú.....	26
2.2.4.1 Valor nutricional.....	27
2.2.4.2 La variedad de palta peruana	28
2.2.5 Rol de las Entidades que Intervienen en la Exportación de Palta Hass.....	29
2.3 Definición de términos básicos.....	32
2.4 HIPÓTESIS	34

2.4.1	Hipótesis general	34
2.4.2	Hipótesis específicas.....	34
3.	METODOLOGÍA.....	35
3.1	Tipo de investigación	35
3.2	Nivel de investigación	35
3.3	Diseño de la investigación.....	35
3.4	Área de estudio	35
3.5	Población y muestra: Criterios de inclusión y exclusión.....	35
3.6	Variables y operacionalización de variables	37
3.7	Instrumentos de recolección de datos.....	38
3.8	Validación de los instrumentos de recolección de datos	38
3.9	Procedimientos de recolección de datos.....	38
3.10	Componente ético de la investigación	38
3.11	Procesamiento y análisis de datos	38
4.	RESULTADOS	40
5.	DISCUSIÓN	48
6.	CONCLUSIONES	51
7.	RECOMENDACIONES	52
8.	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	53
9.	ANEXOS	57
9.1	Matriz de consistencia	57
9.2	Instrumento de recolección de datos	58
9.3	Consentimiento informado	62

LISTA DE FIGURAS Y TABLAS

Tabla 1. Valor de las Exportaciones de Palta Hass en el Perú	40
Tabla 2. Peso De Las Exportaciones De Palta Hass En El Perú	42
Tabla 3 Países Destino De Las Exportaciones De Palta Hass En El Perú.....	44
Tabla 4. Medios De Transportes De Las Exportaciones De Palta Hass En El Perú	46
Tabla 5. Origen De Las Exportaciones De Palta Hass En El Perú	62
Tabla 6. Valor Mensual De Las Exportaciones De Palta Hass En El Perú	63
Tabla 7. Valor FOB De Las Exportaciones De Palta Hass Por Los Principales Países En US\$	63
Tabla 8. Frecuencia Del Medio De Transporte Por País En La Exportación De Palta Hass Peruana	64
Tabla 9. Producción Mensual De Palta Hass En El Perú	65
Gráfico N° 1. Valor de las Exportaciones de Palta Hass en el Perú.....	40
Gráfico N° 2. Peso De Las Exportaciones De Palta Hass En El Perú.....	42
Gráfico N° 3.Países Destino De Las Exportaciones De Palta Hass En El Perú.....	44
Gráfico N° 4.Medios De Transportes De Las Exportaciones De Palta Hass En El Perú.....	46
Gráfico N° 5 Origen De Las Exportaciones De Palta Hass En El Perú	62
Gráfico N° 6.Estacionalidad De Las Exportaciones De Palta Hass De Perú y México	65

INTRODUCCIÓN

El comercio mundial de palta ha estado creciendo cada año, ubicándonos dentro de los 5 cinco primeros productores y exportadores de palta. En este escenario, la palta es una oportunidad para el Perú y sus productores, debido a la creciente demanda de Palta Hass peruana en los mercados internacionales, las firmas de acuerdos comerciales con países desarrollados, han motivado que cada vez sean más los agricultores que siembren y cosechen la palta de las diferentes regiones como Lambayeque, Ica, Lima, contando con condiciones ambientes y climáticas favorables para la producción de palta.

De esta manera, la presente investigación surge para dar a conocer cómo han sido las exportaciones de palta Hass, teniendo en cuenta que existe una situación problemática respecto a la alimentación saludable; es por ello en la actualidad se evidencia a nivel mundial la toma de conciencia respecto a la alimentación e importancia de ingerir alimentos sanos, lo que ha generado se ofrezcan en mayor medida; Perú es uno de los países de una gran diversidad de productos que ofrece al mercado internacional, una amplia oferta exportable respecto a lo sano y saludable que hoy en día se demanda.

El siguiente trabajo de investigación ha sido estructurado de la siguiente manera:

Primera parte: Se describe el planteamiento del problema y la formulación de problema general y específicos, así también como el objetivo general y objetivos específicos.

Segunda parte: Comprende los antecedentes de estudio relacionadas a la investigación, la bases teóricas y definición de términos.

Tercera parte: Contiene el tipo, nivel y diseño de investigación, así también como las variables e indicadores a estudiar y por ende la operacionalización de la misma. Los instrumentos de recolección de datos y la validación de los instrumentos empleados.

Cuarta parte: Se muestra la discusión, conclusiones y recomendación del estudio, todo ellos obtenidas mediante las tablas y gráficas. Además, se detallan la información bibliográfica y anexos respectivos.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

En la actualidad nos hayamos incluidos en un entorno complejo que está en cambio constante y donde existe una variedad de oportunidades de negocio, diferentes culturas, recursos naturales entre otros, estas variaciones que se presentan dependen muchas veces de las decisiones tomadas por las autoridades que dirigen y controlan las políticas gubernamentales, depende además del manejo de los recursos y la economía, las cuales están relacionados con las organizaciones, y son parte fundamental de cada nación; en este contexto, Llanos & Tirado (2015) menciona que el comercio internacional juega un papel muy importante, puesto que si hay estancamiento en el mercado nacional, las empresas pueden beneficiarse explorando nuevos mercados y ampliar su cartera de clientes, reduciendo dependencia del mercado local, a través de las exportaciones, lo cual contribuye al crecimiento económico de un país.

Tomando en cuenta, lo mencionado en el párrafo anterior, es importante la participación de las diversas entidades en el crecimiento y desarrollo de las exportaciones; como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) que tiene como función principal el promover los Tratados de Libre Comercio, así mismo, coordina con el Ministerio de Relaciones Exteriores y la Comisión de Promoción del Perú, el posicionamiento de nuestro país en el mundo. En ese sentido, el titular del MINCETUR destacó por ejemplo el TLC entre Perú y China se ha convertido en un instrumento clave para el fortalecimiento de la relación comercial entre ambos países. En el año 2018 el comercio creció 15%, superando los US\$ 20.000 millones entre Perú y China manteniendo una relación activa que se renueva de manera constante, por ello, ambos países acordaron optimizar el TLC con el objetivo de maximizar los beneficios del acuerdo. El Comercio (2019)

Por ello, en el Perú el resultado de las exportaciones en relación a los sectores económicos representa un objeto de una amplia investigación, sobre todo, en identificar aquellos factores que resultan explicativos de la decisión de exportar y el esfuerzo

exportador, expresado por el porcentaje de las ventas totales que los sectores económicos destinan a los mercados exteriores. Llanos & Tirado (2015)

Asimismo, se puede mencionar que uno de los sectores con mayor crecimiento e impacto en la economía es el sector agropecuario, debido a su inmensa variedad de productos como son los espárragos, alcachofas, uvas, bananos orgánicos, mangos, etc.

Además, según datos y cifras de MINCETUR en los primeros nueve meses del año 2018, las agroexportaciones representaron el 42% de las exportaciones no tradicionales, superando los US\$4,000 millones. Con esto, reportaron un crecimiento interanual de 16.1%, en dicho sector destacaron las paltas, que mostraron exportaciones por US\$775 millones y con ello reportaron un crecimiento de 25%; las uvas por US\$310 millones (33%); mangos por US\$289 millones (36%), arándanos por US\$207 millones (67%) y castañas por US\$56 millones (45%). La mandarina alcanzó récord de exportación por US\$177 millones, y con dicha suma alcanzó un incremento interanual de 13%.

Con respecto a la palta, en los últimos años se puede evidenciar una tendencia de crecimiento mundial en su consumo debido a que en la actualidad las personas optan por consumir productos frescos y saludables. En el año 2006 se encontraba en el puesto seis en el ranking mundial y en la actualidad se encuentra en el segundo puesto. El Perú es un país con una economía emergente que está explorando cada vez más las enormes riquezas que produce sus tierras para el mundo y que debe considerarse ser una herramienta de inclusión y desarrollo para la sociedad campesina generándoles oportunidades de crecimiento.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo ha sido el comportamiento de las exportaciones de Palta Hass en el Perú en el periodo comprendido entre los años 2013-2017?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cómo ha sido el valor de las exportaciones de Palta Hass en el Perú, en el periodo comprendido entre los años 2013-2017?
- ¿Cómo ha sido el peso de las exportaciones de Palta Hass en el Perú, en el periodo comprendido entre los años 2013-2017?
- ¿Cuáles han sido los países de las exportaciones de Palta Hass en el Perú, en el periodo comprendido entre los años 2013-2017?
- ¿Cuáles han sido los medios de transporte de las exportaciones de Palta Hass en el Perú, en el periodo comprendido entre los años 2013-2017?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Identificar cómo ha sido el comportamiento de las exportaciones de Palta Hass en el Perú en el periodo comprendido entre los años 2013-2017.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar el valor de exportaciones de Palta Hass en el Perú, en el periodo comprendido entre los años 2013-2017.
- Identificar el peso de las exportaciones de Palta Hass en el Perú, en el periodo comprendido entre los años 2013-2017.
- Identificar los países de destino de las exportaciones de Palta Hass en el Perú, en el periodo comprendido entre los años 2013-2017.
- Identificar los medios de transporte de las exportaciones de Palta Hass en el Perú, en el periodo comprendido entre los años 2013-2017.

1.4 Justificación

Hoy en día nos encontramos en un entorno competitivo y globalizado que está en constante cambio, donde existen grandes oportunidades de negocio; y una de las más resaltantes son las exportaciones, ya que representan el mayor porcentaje de ingreso económico de un país. Partiendo de ello, esta información aportará a los conocimientos teóricos considerados en la actualidad en cuanto a las exportaciones de productos no tradicionales, tomando en cuenta el sector agropecuario como aquel mayor crecimiento los últimos años y en donde la palta en sus diversas variedades se presenta como uno de los productos con mayor impacto.

Por ello, la presente investigación contribuirá con la población en general, puesto que, las pequeñas y grandes empresas del rubro, podrán identificar cómo se han registrado las exportaciones de palta en los últimos cinco años, dando oportunidad a que puedan explorar nuevos mercados, incrementar sus ventas, innovar sus productos y generar más oportunidad de empleo.

La información que deriva del presente estudio, podrá ser empleada en investigaciones futuras considerando los criterios que menciona Hernández (2013), puesto que posibilitan la evaluación de las variables con sus respectivas dimensiones e indicadores.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

INTERNACIONALES

Castañeda Espinoza, Janeth Andrea y Mariles Manjarrez Elisa (2018), en su tesis titulada Proyecto de Exportación de Aguacate Hass del Estado de Michoacan a Francia, como Oportunidad de Negocio (2017), tuvo como objetivo demostrar la viabilidad y rentabilidad de aplicar una metodología de diagnóstico para la eficiente toma de decisiones sobre la exportación de aguacate Hass hacia Francia, tomando en cuenta un marco teórico de referencia para el desarrollo del proyecto de exportación del aguacate Hass que fortalece la importancia del comercio exterior.

Se concluye que Francia demostró ser una opción de alta rentabilidad y viabilidad debido a que es el segundo importador de aguacate Hass michoacano y por las condiciones que ambos gobiernos han generado en cuestión de intercambios comerciales, así mismo en términos financiero se considera un proyecto factible a realizarse y en términos de rentabilidad viable.

Rivas Hernández, Arturo y Vázquez Lazo, Jocelyn Ariadna (2016), en su tesis titulada Aguacate Orgánico Mexicano, Nueva Brecha de Oportunidad en el Mercado Estadounidense, tuvo como objetivo determinar la demanda de aguacate orgánico por parte de EUA procedente del estado de Michoacán, con la cual se muestra a los productores que la producción de aguacate orgánico es creciente y es altamente competitiva además permitirán al productor contraer beneficios y de esta manera crear un producto limpio que cumpla con los estándares establecidos en el mercado estadounidense, que satisfaga la demanda y exigencias del cliente. La investigación se realizó de forma directa con las personas que intervienen en el proceso de comercialización lo cual permitió evaluar la demanda de este producto.

Se concluye que el panorama de la demanda de aguacate orgánico a EUA es favorable para México, ya que con el paso del tiempo la demanda de este producto ha crecido considerablemente, a su vez los productores en México intentan satisfacerla cada vez de una manera más eficiente, cumpliendo con los procedimientos requeridos para su comercialización, dentro del proceso de exportación es necesario que los productores

cumplan con ciertas normas impuestas por organizaciones de salud a nivel internacional para verificar que los productos cuenten con una certificación de calidad requerida para su destino, en este caso para EUA, interviniendo de manera directa las empacadoras y empresas dedicadas a la certificación de huertos.

Lopez Alvarez, Carolina y Maldonado Ordoñez, Alvaro (2014), en su tesis titulada *Análisis de Viabilidad de Exportación de Aguacate Fresco Hacia Aruba y Curazao*, tuvo como objetivo describir la situación en que se encuentra el mercado de Aguacate en Colombia con el fin de diseñar una estrategia de comercialización de ésta fruta, sembrada en el municipio de Fresno Tolima, para ser exportada hacia la isla de Aruba y Curazao, con el fin de mejorar la rentabilidad en el precio de venta del aguacate y la metodología que se utilizó para el desarrollo del trabajo, es no probabilística; la recolección de información fue de fuente primaria y secundaria, con profundización en producción agrícola, comercialización nacional e internacional, mercado del turismo, barreras de acceso y preferencias culturales. Como consecuencia de lo anterior, se formulará una estrategia de comercialización, que permita esclarecer desde el punto de vista económico, la validez de la hipótesis favorable de la competitividad de producto seleccionado.

Se concluye que Aruba y Curazao se convierten en una gran oportunidad de exportación para los productores de aguacate del país, principalmente porque son islas que importan la mayoría de los alimentos que consumen; además del aumento de llegadas de turistas hacia las zonas hoteleras, conduce la disponibilidad permanente de estos productos durante todo el año, además se considera que la estrategia exportadora es la solución más adecuada para mejorar los ingresos de los productores de la región del norte del Tolima.

María Salcedo, Pedro (2011), en su tesis titulada *El Marketing Internacional Aplicado a las Exportaciones de Aguacate Mexicano a Francia*, tuvo como objetivo proponer una estrategia de mercadotecnia internacional que se puede aplicar a las exportaciones de aguacate mexicano a Francia con la finalidad de incrementar las exportaciones a este producto a ese país, además esta investigación corresponde al tipo bibliográfico no

experimental, en tanto que la base que le da sustento al trabajo son las fuentes de información bibliográfica y documental.

Se concluye que puede resultar viable el uso de estrategias de mercadotecnia no solo financieras sino también operativas, así mismo la aplicación de dichas estrategias da una mayor seguridad en que la exportación del fruto.

Castillo Olvera, Carolina (2009), en su tesis titulada El TLCUEM. Una oportunidad de fomento a las exportaciones de México: El caso del Aguacate, tuvo como objetivos analizar de qué manera el TLCUEM permite a los empresarios nacionales invertir en proyectos de exportación, identificar oportunidad de negocios y nuevos destinos de mercados, el método de investigación fue deductivo ya que parte de lo general a lo particular, el planteamiento se llevó a cabo utilizando el razonamiento lógico partiendo de verdades previamente establecidas que fueron planteadas a través de las preguntas de investigación, y de hipótesis básicas, constituidas por principios generales. La técnica de investigación empleada es documental, la cual consiste utilizar documentos de toda índole apoyándose en información bibliográfica, hemerográficas y ciberográfica, entre otras.

Se concluye que el desarrollo de la investigación permite presentar un panorama de exportación que ocupa actualmente México debido a la inserción del acuerdo TLCUEM, cuya finalidad principal es fortalecer las relaciones comerciales, atraer oportunidades de negocio e impulsar a los empresarios mexicanos a industrializar los productos principalmente del rubro agropecuario, además todo aquel interesado en el mercado Europeo tiene la oportunidad de diversificar, aumentar las ventas, incrementar rentabilidad, ganar prestigio, creación de más empleo, un reto empresarial, entre otros.

NACIONALES

Accame, Blanco, Sancho, & Vásquez Arias (2018), en su tesis titulada Análisis de los pequeños productores de palto en el Perú, propuestas para la mejora de su rendimiento productivo, tuvo como objetivo Identificar los determinantes del rendimiento de los pequeños productores de palto en el Perú, caracterizar al productor del palto en Perú, analizar del mercado del palto, buscar políticas de fomento en otras

regiones o países que hayan impulsado la producción del palto, proponer soluciones de fomento para promover el incremento del rendimiento productivo del palto en el Perú, proponer soluciones para el incremento de la competitividad de los pequeños productores de palto en el Perú.

Tuvo como conclusiones que el país ha escalado a la posición n°2 en superficie cosechada y a la posición n°3 en exportación a nivel mundial. En cuanto al rendimiento productivo en t/ha, ocupa el 5° lugar a nivel mundial es decir nuestra palta es un fruto aceptado por el mercado internacional con rendimientos por encima del promedio mundial pero como lo mencionamos anteriormente solo en una proporción muy reducida de agricultores. A esto le sumamos nuestra ventaja de estacionalidad respecto a México quien exporta grandes volúmenes de palta en los meses de enero a mayo y de octubre a diciembre mientras que el Perú tiene en esos meses de ventana en la baja de producción mexicana su producción constante y sostenida por nuestra ventaja climática en la costa. Con ello se desprende una gran oportunidad para los agricultores de Perú, donde pueden lograr tener una buena rentabilidad de un cultivo que es ampliamente aceptado a nivel mundial.

Moreno Codina, Mayra Valentina (2017), en su tesis titulada Políticas de Promoción del Estado Peruano Para las Exportaciones 2004-2016, tuvo como objetivo determinar la influencia de las políticas de promoción del estado peruano en las exportaciones, durante el período 2004- 2016. Para ello ha sido necesario desagregar las políticas de promoción en las dimensiones: políticas de promoción para el desarrollo de la oferta exportable, políticas de promoción para el desarrollo de los mercados internacionales y políticas de promoción para la facilitación del comercio exterior, así mismo se analizó las exportaciones en las dimensiones: exportación de productos agro no tradicional, exportación de productos pesca no tradicional y exportación de productos textiles confecciones, para lo cual en el desarrollo de la investigación se ha visto la necesidad de extraer información de diferentes fuentes, entre ellas tesis relacionadas a la temática, libros relacionados al rubro promoción y exportaciones, así como información recopilada publicaciones realizadas por entidades públicas relacionadas al comercio exterior a través de páginas web confiables.

Para llevar a cabo esta investigación se utilizó el diseño de investigación no experimental, para el análisis de datos el método estadístico, el cual se basa en organizar los datos por medio de cuadros y presentar estos datos a través de gráficos de línea y describir los resultados por medio de un análisis comparativo por el período de 5 años.

Tuvo como conclusiones, que los tratados de libre comercio como parte de las políticas de promociones del Estado Peruano han generado una mayor participación de nuestro mercado en otros países, es así que se ha logrado la expansión. Esta medida adoptada resulta de la suscripción de un tratado comercial que permite la apertura de un nuevo mercado para captar potenciales clientes. La política de promoción de los productos no tradicionales resulta necesaria, ya que estos productos se exportan con muy poca frecuencia. A través de esta medida el sector no tradicional ha obtenido una mayor demanda, lo cual se ve reflejado con las exportaciones de las uvas frescas, papa congelada y t-shirt de algodón, que son los productos bandera en su sector no tradicional.

La intervención del gobierno peruano resulta importante para el sector exportador de productos no tradicionales, ya que dirigen sus esfuerzos en fortalecer las medidas adoptadas como políticas de promoción y actividades que intensifican la demanda de estos productos.

Loo Sarmiento, Winny Ayline (2017), en su tesis titulada: Exportación mundial de la Palta Hass, 2008 – 2016, tuvo como objetivo determinar la evolución de los cinco principales exportadores del comercio internacional con respecto al volumen exportado, cantidad producida, precios unitarios y principales mercados destino de la palta Hass en el periodo 2008 – 2016.

El método desarrollado para la siguiente investigación fue no experimental, de tipo ex post-facto, considerando la exportación. Para el análisis se eligieron los cinco primeros exportadores mundiales de la palta Hass los cuales son México, Perú, Países Bajos, Chile y España; obteniéndose con respecto a ellos datos sobre los indicadores de la presente investigación.

La presentación de los datos se realizó mediante el uso de tablas y gráficos, donde se indicó la tendencia en el periodo estudiado de los indicadores de volumen de exportación, valor de exportación, nivel de producción, precios de exportación y principales mercados.

De acuerdo, a los resultados de la investigación, se demuestra que el desarrollo de los cinco principales exportadores del mercado mundial de la palta Hass ha sido positiva en volúmenes de producción y volúmenes exportados, los volúmenes de producción de la palta Hass obtienen tendencia positiva de las exportaciones generadas por los principales países exportadores, los volúmenes exportados de palta Hass en el periodo 2008 – 2016 obtuvieron una tendencia positiva generada por los cinco principales países exportadores, los precios de las exportaciones de la palta Hass obtuvieron una tendencia positiva para los cinco principales exportadores, los valores de exportación obtuvieron una tendencia positiva en el periodo 2008 – 2016 generada por los cinco principales exportadores y los principales importadores de la palta Hass son EEUU. y Países Bajos concentrando los mayores volúmenes exportados, los cuales en el periodo 2008 – 2016 obtienen una tendencia positiva.

Reyes Romero, Teresa (2017), en su tesis titulada: Análisis del comportamiento de las exportaciones de palta y su contribución al crecimiento económico en la región Ancash en el periodo 2012- 2016, tuvo por finalidad analizar el comportamiento de las exportaciones de palta y su contribución al crecimiento económico en la región Ancash en el periodo 2012- 2016. Se empleó un diseño no experimental descriptivo y longitudinal de tendencia y como instrumentos de recolección de datos, guías de análisis documental aplicadas a la información proporcionada por las principales empresas exportadoras de palta en la Región Ancash respecto a las variables “exportaciones” y “crecimiento económico”. Los resultados obtenidos permitieron identificar las características de las exportaciones de palta en la región Ancash en el periodo 2012- 2016, así como los resultados económicos de estas exportaciones en dicho periodo. Finalmente se comprobó la hipótesis de investigación “El comportamiento de las exportaciones de palta ha sido dinámico y ha contribuido al crecimiento económico en la región Ancash en el periodo 2012- 2016” dado que al inicio del periodo de análisis (2012), las exportaciones de palta, no tenían un gran

impacto sobre el PBI regional ni nacional, sin embargo, durante el 2014 cobraron gran importancia a nivel regional sobre todo por significar una gran fuente de ingreso para las familias ancashinas.

Se concluye que la producción de palta en la región de Ancash ha ido creciendo a lo largo del periodo: 2012-2016, excepto en el año 2015, donde registró una disminución de 1,811 toneladas con respecto al 2014; pero que se recuperó en el 2016, ascendiendo a un total de 28,540 toneladas de producción. Por otro lado, el 2013 (donde alcanzó una producción de 26,218 toneladas) fue el año donde se registró el mayor incremento de la producción de palta en Ancash (3,118 toneladas más que en el 2012). Mientras que en el 2014 alcanzó las 27,927 toneladas de producción, superando en 1,079 toneladas a lo registrado en el 2013. Además, las exportaciones de palta han venido registrando un crecimiento continuo a lo largo de este periodo. Así se muestra que en el año 2016 llegó al volumen más alto de exportación (2,750 toneladas) representando una variación porcentual de 21% con respecto al año anterior.

Suarez Mendoza, Gianella Estefany (2016), en su tesis titulada; Estrategias de Diferenciación para la Exportación de Palta Hass (Persea Americana Mill) de la Empresa Negociación Agrícola Yotita S.A. con destino a Alemania – 2016, tuvo como objetivo proponer estrategias de diferenciación para mejorar la exportación de palta Hass de la empresa Negociación Agrícola Yotita con destino a Alemania 2016”. Para ello se enfocó en las estrategias de diferenciación de Keller & Kotler, las cuales determinan que una empresa puede percibirse ante los clientes como único.

Ademas tuvo como conclusiones, que para lograr la diferenciación de la empresa Negociación Agrícola Yotita S.A es necesario aplicar las estrategias de diferenciación Keller & Kottler enfocados principalmente los siguientes aspectos: producto, personal, imagen. la tendencia es positiva para los próximos años.

Espinoza Arellano, Lupe y Manco Taboada Victor (2016), en su tesis titulada: Viabilidad de crecimiento de una agroexportadora de paltas a través de la internacionalización, considero objetivos claros, pero se pudo identificar un caso de una experiencia fallida de la empresa Agroindustrias Verdeflor y la empresa

AGROEXPORTADORA PERUANA de operar desde Colombia replicando su exitoso modelo. Concluyeron que una empresa que decide internacionalizarse, debe dedicar tiempo y recursos al análisis interno del punto de partida de la organización en cuanto a su estrategia, capacidades y recursos. El modelo de negocio de Verdeflor aplicado en Colombia no fue exitoso porque decidieron internacionalizarse identificando y evaluando algunos de los factores críticos de la estructura para la estrategia de internacionalización relacionados al proceso de acopio, sin considerar los demás procesos del modelo de negocio.

El éxito del modelo de negocio de una empresa depende de cómo esta interactúa con su contexto. Por tanto, si un modelo de negocio es exitoso y se replica un nuevo contexto, no se asegura el éxito del mismo.

Gonzales Alarcón, Kleine Jomarie y Vargas Flores, Jose Alberto (2016), en su tesis titulada: Plan de Negocios para la Exportación de Palta Hass para el mercado de Canadá de la Asociación de productores Augusta Lopez Arenas De Pitipo – Ferreñafe 2016, tuvieron por objetivo demostrar la facilitación e ingreso de la palta Hass mediante la exportación directa hacia el mercado de Canadá. Asimismo, tuvieron como conclusiones que el plan de negocios al mercado de Canadá tiende a ser viable y esto no beneficiará solo a los agricultores, sino que genera mayor inclusión social por brindar mano de obra, mejorando la calidad de vida en la población del Distrito de Pítipo con la exportación directa.

López Córdova, Daniel Germán y Ruiz Córdova, Jaime Américo (2016), en su tesis titulada: Propuesta de un Plan De Exportación a las Asociaciones Productoras de Palta Hass del Distrito De Motupe – Lambayeque hacia el Mercado de Amsterdam - Holanda 2015-2016, tuvo como objetivo determinar la exportación como una herramienta impulsora para la comercialización de Palta Hass del distrito de Motupe, departamento de Lambayeque año 2015.

Asimismo, tuvieron como conclusiones que los productores agrícolas creen que se debe dar impulso al plan de exportación con la finalidad de superar deficiencias y restricciones del sector, convenciéndose así el productor que la exportación es la mejor

forma de afrontar su situación actual. Además, consideran a la palta Hass es un producto que el público consume a veces, una gran parte de ellos ha comprado o escuchado en alguna ocasión sobre dicha variedad; no obstante, la palta es considerada un fruto costoso y las personas la adquieren guiándose por el tamaño y color. La palta Hass es una variedad hasta hace unos años desconocida por muchos holandeses, pero gracias a campañas de promoción emprendidas por empresas peruanas e internacionales, su consumo ha ido aumentando y además, no existen requisitos para la venta directa de palta al consumidor.

Ibañez Alvarado, Verónica Mercedes (2015), en su tesis titulada: La influencia de la marca país en las exportaciones de palta a los Estados Unidos, tuvo como objetivos determinar si la Marca País ha tenido influencia en las exportaciones de palta a Estados Unidos. Utilizaron un diseño exploratorio documental y fenomenológico; al realizar un estudio analítico de la información histórica de la Marca País, del mercado nacional e internacional, de la exportación de palta, la imagen país y el caso Marca País Chile. Se realizaron entrevistas a profundidad y cuestionarios a empresas exportadoras de palta. Además, sus conclusiones fueron que los exportadores y asociación de productores de palta, no identifican beneficios concretos de la Marca país hacia la exportación de palta. Los exportadores y productores de palta realizan sus actividades sin ayuda o impulso del estado, incluso la reciente Estrategia de penetración al mercado de Estados Unidos “Avocados From Perú” se ha realizado sin participación del estado peruano, MINCETUR o PromPerú. Hay desconocimiento acerca de la Marca Perú en el sector de exportación de palta. La percepción es que la Marca Perú está enfocada principalmente a incentivar el turismo.

Landa Vizcarra, Susan Felipa y Villena Oviedo, Renato Alberto (2013), en su tesis titulada: “Identificación de Oportunidades de Exportación de Palta Hass de la Región Arequipa al Mercado de Miami – Estados Unidos”, tuvieron por finalidad identificar nuevas oportunidades de exportación de la palta Hass a través de un análisis del mercado objetivo “Miami – Estados Unidos”, utilizando esta investigación como herramienta de información y promoción de las exportaciones para transformar las

ventajas comparativas en ventajas competitivas. La investigación estuvo dirigida a los productores de palta de la región Arequipa, así como al gremio de productores y exportadores de la palta peruana de exportación, agrupados en la Asociación de Productores de Palta Hass, encargada de consolidar la producción y comercialización de sus asociados a fin de fortalecer su posición internacionalmente. Asimismo, estuvo dirigida a inversionistas, organismos e instituciones relacionados a la promoción de la palta peruana de exportación. Además, tuvo como conclusiones principales que el mayor importador mundial de aguacate durante los últimos cinco años es Estados Unidos, seguido de Francia y Holanda, con lo cual se determina que el 64% de las importaciones mundiales están estimadas a los países en mención.

A pesar de que Estados Unidos es uno de los principales productores de palta del mundo, también es el mayor mercado con una demanda promedio de 1,863,007 toneladas (2007-2009), la cual ha mantenido en estos últimos años una tendencia creciente (19.08%) aun por la crisis que está atravesando.

Capcha de la Cruz Raul, Rodriguez Castillo Einer y Rojas Vázquez Marino (2013):

En su tesis titulada: Planeamiento Estratégico de la Palta, tuvo como objetivo desarrollar el Planeamiento Estratégico de la Palta, a efectos de mejorar el desarrollo obtenido involucrando a todos los productores sean estos medianos y/o pequeños agricultores, así como lograr un posicionamiento acorde con la calidad del producto en el mundo. Los principales países productores con los cuales salieron a competir en el mundo han construido en el tiempo una serie de ventajas competitivas que los diferencian del resto y que debemos de conocer, para determinar si aplican a nuestra realidad y si fuera el caso, tomarlas como punto de partida. La ejecución de las estrategias recomendadas permitirá al Perú posicionarse al 2023 como el segundo productor a nivel mundial, para lo cual se sugiere la formación del Comité Peruano de la Palta (CPP) entidad estatal adscrita a la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM) quien deberá asumir el rol de liderazgo para la obtención de la visión propuesta, así como lograr que este auge económico también llegue al resto de peruanos que integran la cadena de abastecimiento de la Palta e incentivando al resto de agricultores para que reconviertan sus cultivos hacia este producto rentable. El CPP tendrá la ardua tarea de

generar un trabajo en conjunto entre peruanos de diferentes idiosincrasias, llegando posiblemente a lugares donde la presencia del Estado no ha sido visible.

Además, sus conclusiones fueron que la Palta peruana se posiciona como un producto que tiene una importante participación en la producción y exportación de productos no tradicionales; por ello, se considera que es un producto clave y estratégico para consolidar el mercado exportador de este tipo de producto. Es importante que todas las instancias que intervienen en forma directa o indirecta en la cadena productiva y comercializadora (i.e., Estado, empresas privadas, asociaciones, instituciones y productores) tomen conciencia de que es un producto que, por características propias, puede lograr obtener un desarrollo sostenible y crecimiento constante. Por otro lado, existen muchos y grandes mercados internacionales que están abriendo sus fronteras comerciales, debido al crecimiento mundial, los que son potenciales destinos para la exportación de la Palta. También se debe resaltar que el Perú viene consolidándose como un consumidor de Palta importante a nivel mundial con un per cápita por encima del promedio, por lo que existe un mercado interno aun por desarrollar. La tendencia del mundo moderno, especialmente de países europeos y EE.UU., es buscar bienestar y salud, y esto hace que cada vez la tendencia del consumo de productos saludables se incremente, en consecuencia, en estos mercados también hay un gran potencial de desarrollo, pero con una estrategia diferente a la de los nuevos mercados.

Vidal Gómez, Liz Fiorella (2010), en su tesis titulada: Estudio de Pre-factibilidad para la exportación de palta Hass a Estados Unidos, tuvo como objetivo describir las razones de la elección del producto, palta variedad Hass, y país destino, Estados Unidos, y presenta un análisis de los diversos factores del ambiente externo e interno, así como la formulación de la estrategia más adecuada, que se basa en calidad del producto exportado. Del mismo modo, se analiza el mercado meta y perfil del consumidor estadounidense, estableciendo la demanda insatisfecha que se ha de cubrir, llegando a ser en el primer año, 1250 toneladas de palta. Se presenta además el estudio técnico del proyecto, ubicando a la planta empaquetadora en Lima, Huaral.

Asimismo, se desarrolla la evaluación y definición de los requisitos técnicos como operacionales para la constitución de la empresa, y se establece la capacidad

productiva, de 3 toneladas por hora. También se presentan los requisitos legales para el funcionamiento de la organización y el tipo de sociedad que se emplea, así como las necesidades de personal y funciones de cada integrante. La evaluación económica y financiera de los flujos de caja del proyecto muestran su factibilidad en diversos escenarios, con un Valor Actual Económico de \$558,874, un Valor Actual Neto Financiero de \$543,725, y un valor de recuperación de 3 años. La inversión para la puesta en marcha del proyecto es de \$657 715.26, del cual un 52% será financiado por préstamos bancarios y por COFIDE, y un 48% será financiado con aporte de capital, de accionistas. El presente estudio pretende ser además una guía para agricultores e inversionistas, quienes son finalmente los que por medio de un trabajo asociativo lograrían posicionar el producto en el mercado objetivo, y sacar provecho de lo que el producto puede ofrecer al país y a la empresa privada.

Además, sus conclusiones fueron que la preferencia de los consumidores norteamericanos por una alimentación más saludable, las variables macroeconómicas y crecimiento de las importaciones de palta Hass, hacen considerar este proyecto como una excelente oportunidad de negocio. Para este proyecto, la actividad exportadora se realizará por medio de la puesta en marcha de la planta procesadora y con ayuda de una agencia comercializadora que permita colocar el mercado de una forma más adecuada. Por ello, la inversión en publicidad y ventas es elevada, dado que se gestionará la colocación de anuncios en diversos medios, lo cual será una ventaja competitiva frente a los demás exportadores, y de alguna forma, al ser también una novedad, en cuanto a país exportador, se pretende obtener un mayor porcentaje del mercado. La demanda potencial o proyectada fue calculada en base a históricos y a expectativas u objetivos de participación de mercado, por este último parámetro, los valores podrían variar un poco, y esto fue estudiado en el análisis de sensibilidad.

El punto principal a tomar en cuenta para tener una mayor acogida es la calidad del producto, y la estrategia a emplear es la de precios más bajos que la competencia. Para esto, se cuenta con un tamaño de planta de 8 TM/día aproximadamente, lo que representa un 20% de utilización en el primer año, aproximadamente. Según lo estudiado en el análisis de sensibilidad, a excepción de un solo escenario pesimista, sigue siendo un proyecto rentable, es decir, una oportunidad de negocio a explotar.

En un futuro podría también exportarse palta procesada, aprovechando la capacidad de planta, pero por ahora Perú solo tiene una participación de 0.31% en el rubro.

Carreras Polack Susana, Dolorier Orellana Yuri, Horna Torres Jorge y Landauro Carrasco Rafael (2007), en su tesis titulada Planeamiento Estratégico Para La Palta De Exportación Del Perú, tuvieron como objetivo realizar un planeamiento estratégico para la palta de exportación del Perú a efectos de promover el desarrollo de la cadena agroexportadora y lograr un posicionamiento satisfactorio en el mundo. Para concretar el objetivo propuesto se desarrolló el análisis del medio externo e interno, llegando a determinar que las exportaciones de palta han crecido de manera significativa en los cinco últimos años, estando entre los diez principales productores del mundo. En el ámbito externo se resalta el incremento sostenido de la demanda por las tendencias de consumo y una mayor promoción.

Se concluye que las agro exportaciones en el Perú han mostrado una evolución significativa en los últimos años, convirtiéndose en una alternativa rentable para la reconversión agrícola, descentralización, generación de empleo y divisas. Las experiencias exitosas de productos de agro exportación como el espárrago han repercutido en otros como la palta. Así, la palta de exportación del Perú ha mantenido similar tendencia habiendo crecido significativamente en los últimos cinco años. Esto por una mayor demanda del consumo en el mercado internacional (por tendencias de consumo), y una mayor oferta por parte de los agroexportadores nacionales. El conocimiento y experiencia de estos es una fortaleza importante para el ingreso a nuevos mercados. El mayor consumo también se debió al esfuerzo de promoción en los mercados de destino por parte de los principales exportadores (México y Chile), habiéndose beneficiado el Perú por estas acciones. La exportación de la palta Hass es un negocio rentable, por lo que la planificación y el trabajo asociado es fundamental para mantener la oferta exportable y lograr precios atractivos en los mercados internacionales.

2.2 Base teórica

2.2.1 Comercio

Cornejo (2010) menciona que el comercio es una actividad humana muy antigua y que los primeros intercambios se hicieron sobre la base del trueque (p. 51).

Con la creación de la organización multilateral del comercio liderada por la Organización Mundial del Comercio (OMC). El comercio internacional de fines del siglo XX es un comercio global, con mercados relativamente más abiertos, con consumidores más exigentes y mejor informados, con tecnologías que cambian aceleradamente y con nuevos temas, como los servicios, la protección de los derechos de la propiedad intelectual y el medioambiente. Se requieren, en este marco, empresas y entornos cada vez más competitivos.

(p.52)

Además, según Vázquez & Madrigal (2011) el comercio en todos los tiempos ha estado asociados con la prosperidad de los pueblos y su auge o retroceso se relaciona con la forma de organización política, economía y social de las comunidades o sea como el sistema imperante en cada una de las etapas de la historia. (p.7).

Asimismo, Lafuente (2012) menciona que el comercio es la actividad profesional con fines lucrativos de vender, comprar o intercambiar mercancías y servicios. Esta actividad es consecuencia natural y resultante de la división del trabajo inherente a todo tipo de sociedad. En sentido funcional, se trata del intercambio de bienes económicos mediante la transacción de mercancía por dinero o por cambio en especies (p.16).

Según Greco (2005) el comercio es el conjunto de operaciones de compra-venta a título oneroso de bienes, derechos y servicios. Es una actividad propia, inherente, del intercambio. Es la negociación que realizan las personas físicas y/o jurídicas y los Estados, vendiendo, cambiando o permutando bienes (p.16).

2.2.2 Comercio Internacional

Según, Mercado (2013) el comercio internacional es el intercambio de bienes, servicios, ideas y otros, entre dos o más países que incluyen a diversos agentes económicos de diferentes nacionalidades (p.15).

Asimismo, el término *internacional* es utilizado al referirse a la actividad que involucra dos o más países, además, se puede atribuir como el conjunto de actividades relacionadas con la compra venta de bienes y servicios con la finalidad de obtener o incrementar las ganancias.

2.2.3 Exportaciones

Lafuente (2012) menciona que es la venta de bienes y servicios comerciales producidos por un país a socios extranjeros, lo cual origina operaciones transfronterizas y créditos.

Vázquez & Madrigal (2011) las exportaciones representan el valor de las mercancías producidas en el país y que se venden en el exterior (p.19).

A demás, Caselli (2008) define la exportación como la salida física y legal de las mercancías hacia el territorio aduanero de otros países para su uso y consumo definitivo en dichos mercados (p.5).

Asimismo, Hernández (2013) afirma que es el régimen aduanero que permite la salida de mercancías nacionales o nacionalizadas del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior (p.25).

De la misma manera considera que las organizaciones toman la desición de exportar con el fin de lograr mayores beneficios y ganancia por la colocación de sus productos o servicios en el extranjero. Por ello, es imprescindible determinar los potenciales clientes o los países destino.

Para Cecilia (2012) la comercialización internacional, de productos normales o especiales, marcas, diseño de envases y empaques, precios, canales de distribución, promoción de ventas, publicidad, ventas, entre otros, se tendrá que adaptar a las operaciones en un mercado internacional, donde se tendrán que tomar

en cuenta, aspectos, económicos, políticos y sociales, completamente diferentes a los de los mercados para los que fueron creados y diseñados originalmente, esto con lleva en ocasiones hasta cambios estructurales, por lo tanto, cuando una empresa decide incursionar en el camino de la comercialización internacional, debe estar dispuesta a realizar cambios incluso estructurales, que le permitan cumplir con los requerimientos internacionales y los nuevos mercados.

A continuación, se describirán criterios que Hernández (2013) considera importante en una exportación.

2.2.3.1 Clasificación de exportaciones

Por otra parte, Hernández Dextre (2013) indica dos formas de exportación, la exportación directa e indirecta. Por lo que lo define sus aspectos de la siguiente manera (p.50):

- ***Exportación Indirecta***

Generalmente son empresas sin experiencias o que recién se inician en la actividad exportadora, dado que supone menor riesgo: Dentro de este tipo de exportación hay algunas modalidades:

- ***Exportación Directa***

La empresa acepta el compromiso de manejar todo el proceso, desde la identificación del mercado hasta el cobro de la mercancía colocada en el extranjero. Con ello, se logra el control de todo el proceso, se generan mayores ganancias y se permite establecer relaciones directas con los mercados y los clientes.

Otra clasificación de las exportaciones

- ***Exportaciones Tradicionales***

Hernández (2013) menciona que son las exportaciones de mercancías de mayor explotación en un país y que por lo general, no cuentan con un valor agregado o tal vez muy poco.

Los productos tradicionales son aquellos que no tienen un valor agregado en el proceso de producción y su obtención no es suficientemente importante como para transformar la esencia natural. Ejemplos de productos tradicionales: azúcar, cacao, palta entre otros.

- ***Exportaciones No Tradicionales***

Hernández (2013) menciona que son todos los bienes que cuentan con valor agregado o nivel de elaboración, producción o transformación.

Kouzmine (2000), se asociaban a los productos de exportación manufacturados y nuevos, cuyas ventas debían aumentarse de modo sustancial, en otras palabras, los productos exportables no tradicionales eran definidos por los objetivos de la política de comercio exterior de cada país, orientada a diversificarlos.

2.2.3.2 Costos de Exportación

Según Hernández (2013) representa todos aquellos gastos en lo que incurre una compañía para llevar a cabo los trámites de una exportación. Los costos varían en función a los términos negociados (incoterms) y los pasos que estos involucran.

Además se deben considerar otros costos como embalaje, envases de la mercadería, el medio de transporte, si al ingresar la mercadería tendrá algún beneficio de tipo arancelario.

2.2.3.3 Precio de Exportación

Según Hernández (2013) es el valor monetario requerido al comprador a cambio de la entrega en venta de un bien o servicio exportado y esto es importante, ya que es la base para determinar la rentabilidad del negocio y la sostenibilidad de la empresa a la largo plazo.

La fórmula para obtener el precio FOB es:

$$\text{Precio FOB} = \text{CX} / 1 - (\text{GI} + \text{U})$$

Donde:

CX: Es el costo de exportación (Costo de producción más gastos de exportación).

GI: Son gastos de exportación indirectos (se expresa en porcentajes del valor FOB)

U: Utilidad (expresado en porcentajes)

Además, Villalobos (2006) menciona que el precio representa una de las variables controlables de la mezcla comercial, uno de los primeros pasos para lograr la conquista nuevos clientes en nuevos mercados es el fijarlos con base en un concepto pragmático. El objetivo de los costos y precios de exportación es obtener el valor FOB sobre la base de datos conocida.

Por otro lado, Cabrera (2013) hace referencia que el valor FOB es el valor de transacción que incluye el costo de seguro y el transporte hasta la frontera del país o territorio de exportación.

2.2.3.4 Medios de transporte

Para Hernández (2013), es importante considerar el medio el transporte internacional dentro de una exportación ya que permite analizar la carga a transportar, acondicionar la mercancía, elegir el correcto medio de transporte, definir costos y preparar la documentación necesaria.

- **Transporte Marítimo:** Utiliza el mar como medio de desplazamiento. Es el de mayor aceptación por el tema de costos y la cantidad de carga que puede recibir, pues transporta más que otros medios.

Ventajas:

- Cuenta con tarifas más bajas, por lo que mercaderías de mayor peso o volumen son más económicas.

- Se puede transportar todo tipo de productos en contenedores.
- Transporta grandes volúmenes de mercadería.
- Cuanta con una gran diversidad y tipos especiales de buques.

Desventajas

- Tiene tiempo de tránsito más prolongado.
- No es conveniente para envío en menor escala.
- El seguro y los costos portuarios son más caros.

- **Transporte Aéreo:** Es más rápido y el flete es más costoso que el marítimo. Se puede apreciar ahorro de tiempo y embalajes. Se aplica la mercadería de poca relación, peso/ volumen y de gran valor.

Ventajas:

- Rapidez, tiempo de transito más corto.
- Mayor confiabilidad.
- Mayor seguridad.
- Menores costos de seguro.

Desventajas:

- Es el más costoso.
- Capacidad limita.
- Restringidos para ciertos productos peligrosos.

- **Transporte Terrestre:** Es la modalidad que emplean los camiones como medio de transporte.

Características:

- Aplica para transporte por vías y carreteras.
- Es idóneo para transportar de puerta en puerta.
- Es rápido y seguro.
- Las tarifas varían mucho por lo que el exportador debe informarse bien antes de contratar este módulo.
- No tiene restricciones para productos peligrosos.

- La carga se transporta en contenedores especializados de acuerdo a sus características.
- Según las distancias pueden ser menos costosos que el aéreo, pero más costosos que el marítimo

- **Transporte Fluvial:** Se realiza utilizando los ríos como vía de navegación. Es una modalidad de transporte más lento. Se utiliza para transportar grandes volúmenes de mercancías, resulta más económico. El documento que se emite es el conocimiento de embarque o Inland Waterway Bill Of Lading.

En el transporte fluvial se desarrolla el traslado de carga o pasajero de un punto a otro utilizando ríos de una profundidad adecuada.

- **Transporte Ferroviario:** Esta clase de transporte es lenta, pero adecuada para el manejo de grandes volúmenes de cargas por su tarifa económica. El documento que lo respalda es el Carta Porter.

Se realiza en vagones a tracción, halados por locomotoras, sobre rieles, recorren rutas bien delimitadas. Las conexiones más usuales se realizan entre los países con lo que limitan. La agilidad del transporte ferroviario no es comparable a la de transporte terrestre porque las mercaderías deben ser llevadas a él.

- **Transporte Multimodal:** Es la combinación de dos o más modalidades de transporte de mercancías de un país a otro. Se acostumbra a usar los contenedores para facilitar el cambio de medio de transporte. El documento que resguarda este medio de transporte combinado es el conocimiento de embarque multimodal.

Por otro lado, menciona que la carga no es otra cosa que la mercancías, bienes o productos que se encuentran reunidos acondicionados en

embalajes adecuados a sus características con la finalidad de facilitar su manipulación y ágil movilización

Lo cual se clasifica de la siguiente manera:

De acuerdo a tipo de carga: Carga general, carga suelta, carga unitarizada y carga a granel.

De acuerdo a su naturaleza: Perecedera, frágil, peligrosa y sobredimensionada.

Además, tomando en cuenta el tipo de carga y el medio de transporte mencionado en los párrafos anteriores considera los tipos de contenedor más adecuado para una eficaz exportación.

Según el tipo de contenedor se consideran los siguientes criterios:

-Transporte Aéreo: Dimensiones, volumen disponible, tara, peso bruto máximo, compatibilidad.

-Transporte Marítimo: Medidas, largo, ancho, alto, volumen y peso.

Considerar el peso es importante para el cálculo del flete nacionalices e internacionales.

Asimismo, DHL (2017) menciona que es fundamental calcular el peso dentro del proceso de exportación ya que este determinará el coste del mismo. El peso indica el espacio real que el embalaje del producto ocupa en el medio de transporte y es un indicador más importante que el peso real.

2.2.4 La Exportación de Palta en el Perú.

En el Perú se exportó 247 mil toneladas de palta en el 2017 por un valor de US\$ 580 millones, posicionando al país como el segundo proveedor mundial de este fruto, informó el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI).

Asimismo, se reportó que las exportaciones de palta, principalmente variedad Hass, en 2017 crecieron 27% en volumen y 46% en valor frente al 2016. Los principales países destinos que importaron la palta en el periodo antes mencionado fueron Holanda, EEUU, España, Inglaterra, China y Chile, que compraron el 95% del valor exportado.

Además, la producción nacional de palta superó en el 2017 las 470 mil toneladas, un 3,4% más respecto al 2016, siendo La Libertad, Lima, Ica y Junín, que explican el 80% del total, La República (2019).

Por ello las ciudades, añadiendo a lo mencionado en el párrafo precedente la Palta Hass registra los más elevados niveles de producción y exportación en los meses comprendidos entre abril y agosto, los cultivos en el Perú se han desarrollado entre La Libertad, Lima, Ica y los valles interandinos, la palta ocupa el tercer lugar en envíos de productos agropecuarios a nivel mundial, solo por detrás de las uvas y los espárragos, así mismo, en el 2016 se logró exportar 370 millones de dólares. Esto representó un 29 % más con respecto al 2015 (Sierra y Selva Exportadora).

Por otro lado, respecto al origen de la palta, encontramos antecedentes en Centro América y México, con una antigüedad que fluctúa alrededor de los 8 mil años. Se fue difundiendo hacia el sur del continente americano incluyendo el Perú, de lo cual se tienen testimonios de cronistas e historiadores de la colonia. Posteriormente se diseminó hacia los cinco continentes del planeta en los que mayormente es cultivado para su consumo interno.

2.2.4.1 Valor Nutricional

Según Romero (2019) el consumo de palta registro un crecimiento en los últimos años, debido a su sabor y sus propiedades nutritivas. Convirtiéndose en un alimento de moda en países desarrollados y presentando una mayor demanda de consumidores en los países emergentes. No ajeno a esto, es considerado una fruta con mayor cantidad de proteínas, además, gracias a su alto contenido en aceites vegetales, posee un gran contenido calórico y graso, y beneficiosas propiedades antioxidantes, gracias a todo ello se cree que ayuda a reducir el riesgo de desarrollar cáncer y enfermedades cardíacas. Asimismo, (Escobedo, 2019) afirma que las cualidades nutracéuticas que tiene la palta son importantes para conquistar mercados. La tendencia mundial por consumir alimentos saludables y nutritivos ha

hecho que consumidores en todo el mundo consideren a este producto como uno de sus favoritos.

2.2.4.2 La variedad de palta peruana

Según el, reconoce las siguientes variedades de palta:

La palta o aguacate, es el fruto de un árbol originario de México y Centroamérica .

- Hass

Son aquellos frutos de forma oval con tamaño mediano, su peso es entre 200 y 300 gramos. Corresponde a la variedad más importante en el mercado mundial y cuenta con buena resistencia. En el Perú, a mediados de los 90 se empezó a cultivar la palta Hass. PROHASS (2019)

- Fuerte

Es nativa de México, presenta características entre la raza mexicana y la guatemalteca, su peso es entre los 300 y 400 gr, su tamaño es de 10 a 12 cm. Asimismo, tienen poca fibra y semillas pequeñas, su contenido de aceite varía entre 18 y 26%.

- Nabal

Su fruto redondo, de raza guatemalteca, tamaño medio con un peso de 450 a 550 grs. Su cáscara es ligeramente rugosa y gruesa; su color es verde oscuro con semilla pequeña, su pulpa es de buena calidad.

- Ettinger

Su fruto de forma oval alargada, presenta un tamaño mediano y tiene una cáscara lisa y color verde brillante; asimismo tiene una pulpa sin fibra de muy buena calidad.

- Edranol

De acuerdo con, su árbol es de desarrollo medio, frutos piriformes, presenta cáscara rugosa color verde, de tamaño medio y peso oscila entre los 260 y 300 gr.; pulpa de buen sabor con un contenido de aceite de 22%.

- Bacón

Su origen es de California, presenta una buena resistencia al frío; su fruto tiene forma oval y tiene un tamaño medio, su peso es entre 250 a 300 gr, tiene una cáscara verde, fina y brillante.

- Negra de la Cruz

Indica que también se le conoce como Prada o Vicencio, se considera un híbrido guatemalteco mexicano, fruto periforme de cáscara de morada a negra. Tiene un árbol de crecimiento rápido y muy cargado.

Distribución geográfica del cultivo y estacionalidad de la Palta

Sierra exportadora menciona que los departamentos que tienen mayor producción de palta a nivel nacional son Piura, Áncash, la libertad, Lima, Ica, Arequipa, Huancavelica, Ayacucho, Apurímac, Junín y Moquegua.

Además, en los meses de enero, marzo, abril, mayo, junio, julio y agosto es donde existe una mayor producción de palta hass, y en los meses de setiembre, octubre, noviembre y diciembre hay una producción baja.

Según Romero (2019) en relación a la estacionalidad de las exportaciones de la palta Hass, presenta el siguiente comportamiento: los niveles más elevados de producción y exportación se registran entre los meses de abril y agosto, además, los cultivos de La Libertad y Lima son los más exportados en dichas fechas. Asimismo, con el tiempo se registraron una mayor producción de Ica y algunos vales interandinos, que está expandiendo el período de las exportaciones de palta Hass hasta los meses de febrero-marzo y setiembre, aunque los niveles de exportación son aún modestos. Por otro lado, en enero y entre octubre y diciembre aún no se observa cifras de exportación. Sin embargo, nuestro país produce palta durante todo el año.

2.2.5 Rol de las Entidades que Intervienen en la Exportación de Palta Hass

SENASA: El Servicio Nacional de Sanidad Agraria, quien brinda los servicios de inspección, verificación y certificación fitosanitaria y zoonosanitaria, diagnóstica, identifica y provee controladores biológicos. Y dentro de sus funciones es de mantener actualizado los registros de los lugares de producción y los inspecciona, asimismo, puede rechazar envíos que no cumplan con las condiciones establecidas del país importador

DIGESA: tiene facultas de otorgar, reconocer derechos, certificaciones, emitir opiniones técnicas, autorizaciones, permisos y registros en el marco de sus competencias, ejerce la autoridad nacional de salud ambiental e inocuidad alimentaria. Dirección General de Salud Ambiental e Inocuidad Alimentaria (2019)

PROMPERÚ: tiene como misión desarrollar estrategias para posicionar una imagen integrada y atractiva del Perú que permitan desarrollar el turismo interno y promoverlo ante el mundo como un destino privilegiado para el turismo receptivo y las inversiones. Igualmente tiene como función la promoción de las exportaciones que realiza este país. La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2019)

PROHASS PERÚ: se dedica a representar los intereses de sus asociados y consolidar esfuerzos en las áreas de producción, comercialización, promoción e investigación, además de fortalecer nuestra posición internacionalmente. Asimismo, apoya y promueve todo esfuerzo del Estado, de instituciones privadas nacionales o internacionales, destinado al cumplimiento de normas sanitarias o de cualquier otra índole, que repercuta en el eficiente desarrollo del cultivo de palta Hass y de sus derivados. Asociación de Productores de Palta Hass del Perú (2019)

MINAGRI: es un organismo del Poder Ejecutivo, ente rector en materia agraria, con personería jurídica de derecho público, y constituye un Pliego Presupuestal y tiene como parte de su misión Conducir, fomentar y promover el desarrollo competitivo, sostenible y descentralizado del sector agrario, articulándolo al mercado nacional e internacional. El Ministerio de Agricultura y Riego (2019).

MINCETUR: tiene como una de sus funciones dirigir, coordinar, elaborar y ejecutar los planes y programas nacionales sectoriales de desarrollo en materia de comercio exterior, integración, promoción de exportaciones, turismo y artesanía. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2019)

CÁMARA DE COMERCIO DE LIMA: La CCEX brinda asesoría en importaciones/exportaciones y cuenta con las herramientas necesarias para el mejor aprovechamiento de las oportunidades comerciales existentes en el mercado internacional

ADEX: Asociación de Exportadores Gremio empresarial líder en el desarrollo nacional y promoción del comercio exterior peruano que trabaja por la defensa del sector exportador, su competitividad y el fomento de la cultura exportadora.

COMEX PERÚ: Es el gremio privado que agrupa a las principales empresas vinculadas al Comercio Exterior en el Perú. Tiene tres principales líneas que es promover el desarrollo del comercio exterior, defensor el libre mercador y alentar la inversión privada.

INDECOPI: El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual tiene como mandato aplicar los instrumentos de defensa comercial para evitar y corregir el daño en el mercado provocado por prácticas de dumping o subsidios; actuar como autoridad investigadora en procedimientos conducentes a la imposición de medidas de salvaguardia; y efectuar el control posterior de aquellas disposiciones de la administración pública que afecten la importación o exportación de bienes en el país.

AGAP PERÚ: La Asociación de Gremios Productores Agrarios del Perú – AGAP, es una asociación civil sin fines de lucro. Que tiene como objetivos promover e incentivar la producción y la agroexportación dentro de un marco jurídico inclusivo y estable, contribuyendo a mejorar la competitividad del sector, promover acuerdos con gremios de productores agrarios, en diferentes países del mundo.

CONVEAGRO: La Convención Nacional del Agro Peruano, es un foro de diálogo y análisis en el que comparten expectativas y metas comunes, gremios agrarios,

instituciones de la sociedad civil, académicas, expertos e interesados en el tema agrario. Es el principal referente nacional de los productores agrarios.

2.3 Definición de términos básicos

- **Administración Aduanera:** Órgano competente para aplicar la legislación aduanera, recaudar los derechos arancelarios y demás tributos aplicables a la importación para el consumo. Se ocupa también de los recargos que corresponden, aplicar otras leyes y reglamentos relativos a los regímenes aduaneros y ejercer la potestad aduanera. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria SUNAT (2019)
- **Arancel:** Es un impuesto que paga el importador al introducir productos en un país. Estos impuestos se encuentran establecidos en el arancel de aduanas.
- **Comercio:** Es el intercambio de bienes y servicios, o la negociación de estas que realizan las personas físicas y/o jurídicas y los Estados vendiendo, cambiando o comprando bienes.
- **Comercio Internacional:** Es el conjunto de transacciones económicas, financieras y comerciales entre los estados o la negociación de productos de distintos países, regiones o zonas. Los cuales pueden ser de exportación y/o de importación.
- **Crecimiento:** se le considera al incremento del PIB por persona de un país o una región o un grupo de países, en un tiempo determinado. Lo más común es que la medición se realice anualmente y por persona para que sea real la comparación con otros países.
- **Globalización:** Nombre de la época económica que se está viendo actualmente (fines de los noventa y en el tercer milenio) en el mundo de las finanzas, el comercio y la economía y que significa el desarrollo de los mercados mundiales, la eliminación de las fronteras y el establecimiento de tratados de libre comercio. Rodriguez (2012).
- **Incoterms:** Es el conjunto de reglas internacionales, donde se mide la participación o la responsabilidad que tiene cada una de las partes, las cuales están plasmadas en las cláusulas del contrato de compraventa internacional.
- **Mercancía:** Bien susceptible de ser clasificado en la nomenclatura arancelaria y que puede ser objeto de regímenes aduaneros. Hernández Dextre, (2013)

- **Peso Neto:** Se refiere, aquella mercancía a quien se le deduce su caja, envoltura, recipiente. Es decir, es el peso bruto menos la caja.
- **Peso Bruto:** Se refiera, aquella mercancía que tiene su caja envoltura, recipiente, o tara.
- **Políticas Gubernamentales:** Son acciones emitida por el gobierno, que busca cómo dar respuestas a las diversas demandas de la sociedad.
- **Precio:** Cuantificación del valor de un producto y del establecimiento de los descuentos, bonificaciones, fletes, etc. Valor de un bien, servicio o derecho, expresado en dinero. Cantidad de dinero o bienes que hay que dar para proporcionarse otros bienes de distinta naturaleza. Hernández Dextre, (2013)
- **Producto:** existe desde que se genera una necesidad o deseo en el mercado, el cual cumple un conjunto de características y atributos tangibles como la forma, tamaño, color e intangible como marca, imagen de empresa, entre otros.
- **Tendencia:** Se refiere al sentido en que se mueven los precios, es decir, cuando la demanda supera a la oferta los precios tienden a subir, y a esto se le conoce como la tendencia alcista. Caso contrario, se hace referencia la tendencia bajista, cuando hay más oferta que demanda
- **Territorio Aduanero:** Parte del territorio nacional que incluye el espacio acuático y aéreo, dentro del cual es aplicable la legislación aduanera y se puede dividir en zona primaria y zona secundaria.
- **Transporte:** Se puede definirse como el movimiento de personas y bienes a lo largo del espacio físico, mediante los modos terrestre, aéreo o marítimo, o alguna combinación de éstos.
- **Valor:** Se considera el grado para medir los bienes, productos y servicios, comparados con su utilidad y beneficio, dando referencia al monto en que se calcula el precio o costo en dinero de una cosa en el mercado.
- **Volumen:** Denota el nivel de actividad de la empresa. Bulto de una cosa. Grosor de moneda o medalla. Nivel de actividad empresarial de cualquier clase. Cantidad de unidades físicas, en kilogramos, litros, metros, toneladas, etcétera.

2.4 HIPÓTESIS

2.4.1 Hipótesis General

De acuerdo al carácter descriptivo del presente estudio no ha sido formulada la hipótesis general.

2.4.2 Hipótesis Específicas

De acuerdo al carácter descriptivo del presente estudio no ha sido formulada la hipótesis específica.

3. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

El presente estudio considera la Investigación Básica debido a que se brindará información respecto a las características de las exportaciones de palta Hass en el Perú, además, la característica respecto sobre la investigación básica es mencionada por Carrasco, S (2014) en su obra Metodología de la investigación.

3.2 Nivel de investigación

El presente estudio considera la Investigación a un nivel descriptivo debido a que se dará a conocer las características de la variable implicada en el estudio. Dichas características respecto a los niveles de investigación son consideradas por Hernández, R (2014) en su obra Metodología de la investigación.

3.3 Diseño de la investigación

En el presente estudio se considera el diseño no experimental, debido a que la variable no será manipulada. Adicionalmente, la investigación es de carácter retrospectivo debido a que la información será obtenida a partir de registros ya organizados correspondientes a intervalos de periodos anteriores. Dichas características respecto al diseño de la investigación son mencionadas por Gómez, W (2015) en su obra Metodología de la Investigación.

3.4 Área de estudio

El presente estudio considera el área de investigación dentro de las Ciencias Empresariales, que a su vez corresponde a la Ciencias Sociales, y respecto al espacio territorial

3.5 Población y muestra: Criterios de inclusión y exclusión

El presente estudio, considera como población a aquella comprendida por las unidades de análisis correspondientes a documentos cuyo contenido hace referencia a las exportaciones de palta Hass en el periodo comprendido entre los años 2013-2017, dicha información será obtenida a partir de base de datos de entidades como Instituto Nacional de Estadística e Información (INEI), La Superintendencia Nacional

de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y Asociación de Exportadores (ADEX) mediante su sistema Adex Data Trade

3.6 Variables y Operacionalización de Variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Valor
EXPORTACIONES DE PALTA HASS	(Caselli, 2008) Define la exportación como la salida física y legal de las mercancías hacia el territorio aduanero de otros países para su uso y consumo definitivo en dichos mercados.	Las características respecto a las exportaciones Palta Hass pueden considerarse de acuerdo a al valor, volumen y lugar de destino.	Valor	FOB	1	Cuantitativa	Unidad de medición según la característica del indicador
			Peso	NETO	2	Cuantitativa	Unidad de medición según la característica del indicador
				BRUTO	3	Cuantitativa	Unidad de medición según la característica del indicador
			País	ORIGEN	4	Nominal	Unidad de medición según la característica del indicador
				DESTINO	5	Nominal	Unidad de medición según la característica del indicador
			Medios de Transporte	AÉREO	6	Nominal	Unidad de medición según la característica del indicador
				MARÍTIMO	7	Nominal	Unidad de medición según la característica del indicador
				TERRESTRE	8	Nominal	Unidad de medición según la característica del indicador

3.7 Instrumentos de recolección de datos

El presente estudio considera el empleo de una ficha de registro cuya distribución y organización es acorde a las dimensiones e indicadores considerados en la investigación.

3.8 Validación de los instrumentos de recolección de datos

La ficha de registro empleada en el presente estudio fue evaluada por especialistas correspondientes a las áreas de investigación, quienes brindarán su conformidad para el empleo de dichos instrumentos.

3.9 Procedimientos de recolección de datos

La información registrada implicó el desarrollo de parámetros o actividades previas que incluyen lo siguiente:

- Búsqueda de información en fuentes confiables como Instituto Nacional de Estadística e Información (INEI), La Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), Ministerio de Agricultura (MINAGRI) y Asociación de Exportadores (ADEX).
- Efectuar un pago para acceder a la plataforma y base de datos ADEX DATA TRADEX.
- Una vez obtenido los elementos de estudio se procedió a descargar la información de acuerdo a nuestras dimensiones, variables e indicadores.
- Después se procedió a trasladar la información para su tabulación y análisis.

3.10 Componente ético de la investigación

Debido a las características del estudio, la información registrada fue fiel respecto a las fuentes originales, no modificándose los datos. Además, toda información considerada en el presente estudio se incluye tomando en cuenta el respeto por autoría hacia las fuentes originales.

3.11 Procesamiento y análisis de datos

Los datos obtenidos a partir de la ficha de registro sirvieron para crear una matriz principal por medio del programa Excel, posteriormente dichos datos serán

organizados empleando el programa estadístico SPSS en su versión 21, lo cual permitirá el desarrollo del análisis estadístico descriptivo, en base a las características de la información obtenida a partir de la variable.

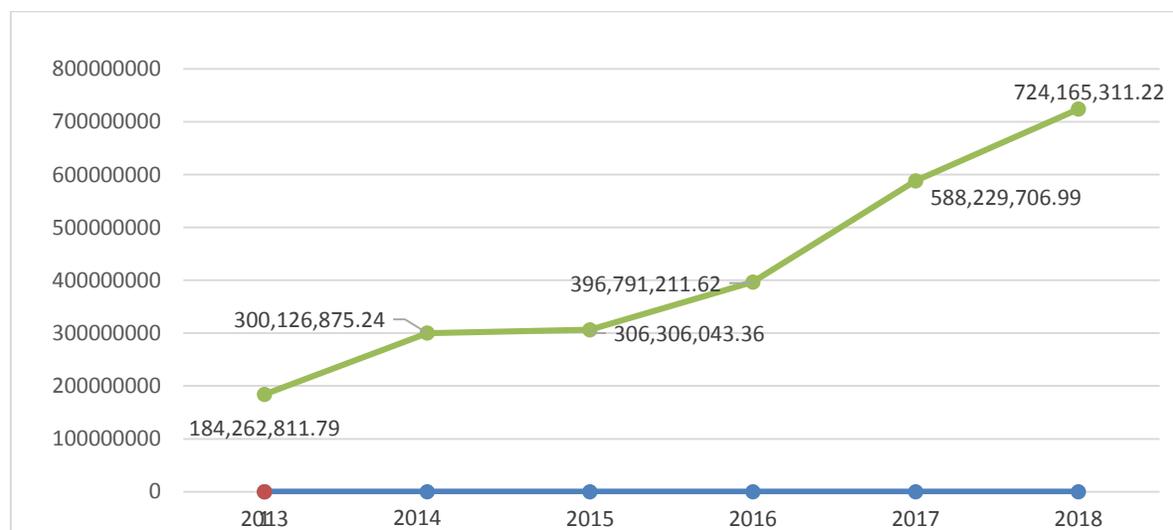
4. RESULTADOS

Objetivo Específico N° 1: Identificar el valor de las exportaciones de palta Hass en el Perú, en el periodo comprendido 2013-2018.

Tabla 1. Valor de las exportaciones de palta Hass en el Perú

AÑOS	VALOR FOB (\$)
2013	184,262,811.79
2014	300,126,875.24
2015	306,306,043.36
2016	396,791,211.62
2017	588,229,706.99
2018	724,165,311.22
TOTAL GENERAL	2,499,881,960.22

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 1. Valor de las exportaciones de palta Hass en el Perú

Interpretación:

En la tabla N° 1 respecto al valor FOB, se observa como han sido las exportaciones de palta Hass en el Perú en los años 2013 al 2018, donde se registró un ingreso, en el año 2013, de US\$ 184,262,811.79 y para el año 2018 dicho ingreso se vio valorizado en US\$ 724,165,311.22, identificando un incremento de 75%.

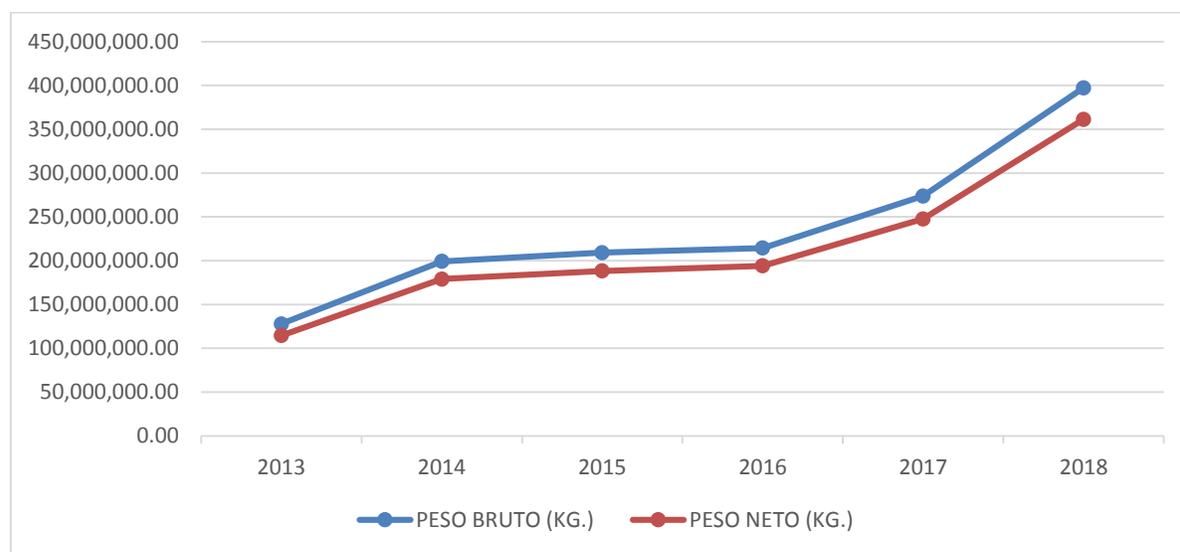
En el gráfico N° 1 se visualiza una tendencia de crecimiento promedio anual de 23% en los periodos 2013-2018, en la cual, el año 2014 se registró un incremento de 39% respecto al año anterior, en el 2015 se registró un leve pero significativo incremento de 2%, el 2016 se evidenció un incremento de 23%, en el año 2017 dicho incremento fue del 33% y en el año 2018 el incremento fue del 19%.

Objetivo Específico N° 2: Identificar el peso de las exportaciones de palta Hass en el Perú, en el periodo comprendido entre los años 2013-2018.

Tabla 2. *Peso de las exportaciones de palta Hass en el Perú*

AÑO	PESO BRUTO (KG.)	PESO NETO (KG.)
2013	127,843,554.24	114,670,102.22
2014	199,150,375.96	179,109,688.43
2015	209,104,798.96	188,276,990.47
2016	214,466,672.19	194,073,562.39
2017	273,898,781.87	247,624,114.20
2018	397,316,123.74	361,388,291.63
TOTAL GENERAL	1,421,780,307.0	1,285,142,749.3

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 2. *Peso de las exportaciones de palta Hass en el Perú*

Interpretación:

En la tabla N° 2 respecto al peso, se observa como han sido las exportaciones de palta Hass en el Perú en los años 2013 al 2018, donde se registró una producción representada en peso en el año 2013 con 114,670,102.22 y para el año 2018 presentó una producción en 360,388,291.6322, identificando un incremento de 68% con respecto al año 2013.

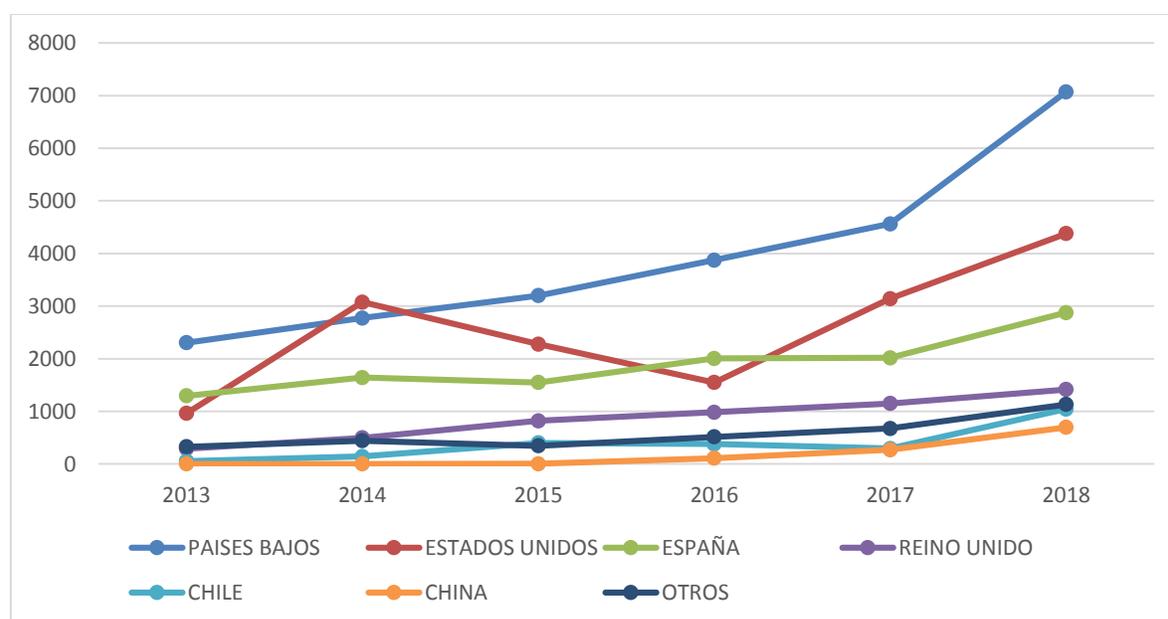
En el gráfico N° 2 se visualiza una tendencia de crecimiento promedio anual de 20% en los años 2013-2018, evidenciándose en el año 2014, el mayor índice de crecimiento con un 36%.

Objetivo Específico N° 3: Identificar los países destino de las exportaciones de palta Hass en el Perú, en el periodo comprendido entre los años 2013-2018.

Tabla 3 Países destino de las exportaciones de palta Hass en el Perú

PAISES	FRECUENCIAS POR AÑOS					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PAISES BAJOS	2303	2772	3199	3874	4564	7073
ESTADOS UNIDOS	961	3076	2276	1549	3141	4377
ESPAÑA	1295	1641	1549	2006	2016	2875
REINO UNIDO	290	495	819	983	1149	1416
CHILE	56	142	400	377	295	1042
CHINA	1	1	3	108	270	697
OTROS	326	443	345	515	676	1130

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 3. Países destino de las exportaciones de palta Hass en el Perú

Interpretación:

En la tabla N° 3 respecto a los países destinos, se observa como han sido las exportaciones de palta Hass en el Perú en los años 2013 al 2018, donde se registró que los principales mercados destinos son Países Bajos, Estados Unidos y España, siendo Países bajos quien tuvo una mayor frecuencia de exportación en el año 2013 con 2303 importaciones y para el año 2018 registro un incremento de sus importaciones de palta Hass con 7073, registrándose un incremento 33% con respecto a los años 2013-2018.

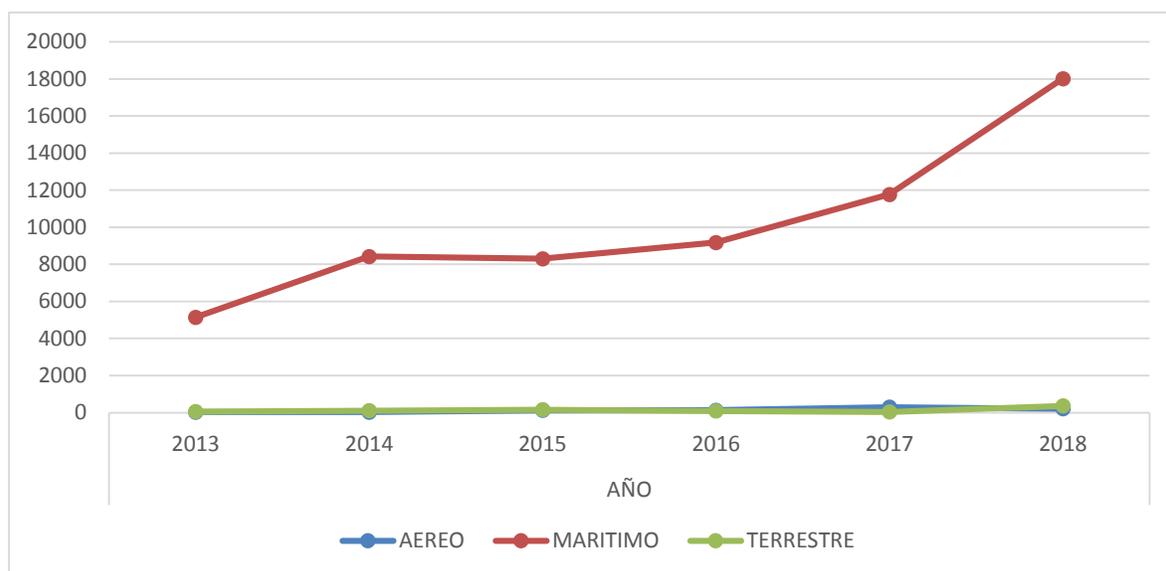
En el gráfico N° 3 se visualiza una tendencia de crecimiento de las exportaciones realizadas en el periodo 2013-2018, donde Países Bajos presenta una mayor frecuencia en relación a otros países, la cual ha sido constante a través de los años, representando el 38% de participación del total de las exportaciones de palta Hass en el Perú, a diferencia con China quien representa un 5% de participación, sin embargo, dicho país registro un crecimiento de 65% el año 2018 con respecto al año 2013, mostrando un incremento en su frecuencia de importaciones.

Objetivo Específico N° 4: Identificar los medios de transporte de las exportaciones de palta Has en el Perú, en el periodo comprendido entre los años 2013-2018.

Tabla 4. *Medios de transportes de las exportaciones de palta Hass en el Perú*

MEDIOS DE TRANSPORTE	FRECUENCIA POR AÑO					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
AEREO	30	36	125	138	297	216
MARITIMO	5146	8418	8306	9181	11768	18017
TERRESTRE	56	112	159	93	40	368

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 4. *Medios de transportes de las exportaciones de palta Hass en el Perú*

Interpretación:

En la tabla N° 4 se observa los tres medios de transporte aéreo, marítimo y terrestre utilizados en la exportación de palta Hass en el Perú, siendo el medio de transporte marítimo el más frecuente en los periodos comprendidos del 2013-2018, seguido por el transporte aéreo y terrestre quien en el último año presentó un incremento significativo. Estas dos últimas cuentan con una mínima diferencia en crecimiento a comparación con el transporte marítimo.

En el Gráfico N° 4 se observa los tres medios de transporte más frecuentes: aéreo, marítimo y terrestre utilizados en la exportación de palta Hass en el Perú, siendo el medio de transporte marítimo el más utilizado en los periodos comprendidos del 2013-2018 representando una participación de 97.33% del total de las exportaciones de palta Hass, seguido por el transporte aéreo quien para el año 2018 tuvo un incremento significativo del 0.59% con respecto al 2013 representando una participación de 1,35% del total de las exportaciones, asimismo, el transporte terrestre registró para el 2018 un incremento de 0,91% con respecto al 2013, representando un participación del 1,32% de dicho periodo. Estas dos últimas cuentan con una mínima diferencia en crecimiento y participación a comparación con el transporte marítimo.

5. DISCUSIÓN

En el presente trabajo de investigación titulado Análisis del Comportamiento de las exportaciones de palta Hass en el Perú en el periodo comprendido 2013-2018, se considera lo siguiente:

De acuerdo a la exportación de palta Hass en valor FOB, en la tabla N° 1 se puede observar la tendencia de crecimiento a través de los años. Estos resultados concuerdan con el análisis realizado por el Ministerio de Agricultura y Riesgo, el cual menciona que las exportaciones de palta se registran desde finales de la década de los 90 cuando se opta por cultivar palta de la variedad Hass, asimismo afirma que las exportaciones se han incrementado a través de los años debido a que la economía peruana entró a una etapa de fortalecimiento y apostó por las agro exportaciones, en especial la zona de la costa, en donde al disponer de agua para riego por goteo y no depender de lluvias, se planifica y orienta las siembras y cultivos en función de la estacionalidad de mercados. Además, se suma la tendencia hacia la alimentación saludable, tomando en cuenta que en la mayoría de nuestros principales consumidores se registra un alto índice de obesidad por el consumo de comida rápida. Zegler (2016) analiza las principales tendencias de alimentos y bebidas que impactarán los mercados mundiales, como la tendencia de *comer con los ojos*, lo cual involucra el empleo de diversos sentidos, como lo visual y lo táctil.

En cuanto al peso señalado en la tabla N°2, se observa la tendencia de crecimiento en kilogramos. Estos resultados concuerdan con la investigación de (Accame, Blanco, Sancho, & Vásquez Arias, 2018) quien menciona que el incremento se debe al aumento del cultivo por hectáreas en las regiones de La Libertad, Lima y Lambayeque. Además, PROHASS (2018) menciona que en el 2017 se tuvo un crecimiento de 27.6% respecto al año anterior, debido a que la mayor parte de la producción (65.166 toneladas) en dicho año se envió a Estados Unidos, siendo el valor total respecto al peso de 247,624,114.20 kg. De igual manera, Romero (2019) en su publicación para minagri menciona que el Perú ha logrado comercializar (principalmente exportación) en el mundo 359 mil

toneladas de palta en el 2018, debido al ingreso en nuevos mercados potenciales, tales como el mercado asiático.

Respecto a los países destinos, se puede observar en la tabla N°3, que los principales países destinos con mayor frecuencia de exportación de palta Hass son Países Bajos, Estados Unidos, España, Reino Unido, Chile y China, quienes representan el 95% de las exportaciones de Palta Hass del Perú. Estos resultados concuerdan con la investigación de Loo (2017) donde demuestra que los principales importadores de palta Hass son Estados Unidos y Países Bajos demostrando una tendencia positiva. Asimismo, Romero (2019), en su publicación para el Ministerio de Agricultura y Riego concluye que la Unión Europea y Estados Unidos son los dos megas mercados que representan el 80.7% de las importaciones mundiales de palta y que existen potenciales mercados en países Asiáticos como en China y Singapur. Dicha preferencia debe atribuirse por el gran valor nutricional que cuenta la palta Hass peruana y a la promoción que brinda nuestro país por las diferentes instituciones. Además, Romero (2019) menciona que dicho incremento se debe al Acuerdo de Promoción Comercial (APC) con Estados Unidos dicha que entro en vigencia el 1 de enero de 2009 donde establece que la exportación de palta Hass peruana esta libre de pago de aranceles para su ingreso y de manera complementaria se firma de un Protocolo Fitosanitario que va permitir el ingreso efectivo de las paltas frescas cumpliendo ciertos procedimientos administrativos a fin de evitar el ingreso de enfermedades junto con los embarques de palta. Similar situación ocurre con la Union Europea, con el Acuerdo Comercial Perú-Unión Europea que también va facilitar el acceso de este producto libre del pago de aranceles al gran mercado europeo, conformado por 28 economías casi la totalidad desarrolladas, la cual entro en vigencia el 1 de marzo del 2013.

En cuanto a los medios de transporte se pudo observar en la tabla N°4 que el transporte marítimo es más frecuente para la exportación de palta Hass en el Perú, dicha información se contrasta con la investigación de Lopez & Rúaiz (2016) quienes resaltan que a países como EE.UU o Europa, utilizan el medio de transporte marítimo, considerando que la palta Hass a parte de contar con propiedades nutritivas, el 0 % de

colesterol y su agradable sabor, cuenta con una cáscara que le da la condición de producto de fácil exportación, ya que al ser está, relativamente más gruesa que la de otras variedades, le permite resistir mejor el transporte, debido a que se adapta a este tipo de viajes largos y duros manejo post cosecha; teniendo en cuenta que el transporte dura 20 o 30 días en barco., esta información es afirmada por que el 83% de los importadores canadienses de palta Hass Peruana prefieren el transporte marítimo. De igual manera, PROHASS (2019) indica que los envíos de palta Hass para consumo como fruta fresca se realizan vía marítima en contenedores reefer. Los cuales cuentan con las condiciones necesarias , para preservar al máximo la calidad de la fruta y evitar su deterioro y/o maduración para llegar en condiciones óptimas al destino.

6. CONCLUSIONES

Luego de analizar los resultados obtenidos en la presente investigación, hemos concluido lo siguiente.

Respecto al valor FOB de las exportaciones de palta Hass en el Perú, en los años 2013-2018 se ha presentado una tendencia de crecimiento, en donde anualmente se registra un record histórico debido a diversos factores; como por ejemplo, la gran demanda en el mercado, la entrada en vigencia de tratados comerciales, el apoyo para incentivar las agro exportaciones, además de la actual tendencia por el consumo de productos saludables en los principales mercados.

Según el peso de las exportaciones, se evidencia una tendencia de crecimiento en los últimos años debido al aumento de la producción de palta por hectáreas en algunas regiones del Perú como La Libertad, Lima y Lambayeque, asimismo, se incrementaron las oportunidades de nuevos mercados.

Considerando los países de destino, los principales mercados se orientan hacia la Unión Europea y Estados Unidos, siendo evidente por el incremento en la frecuencia de exportación de la palta Hass peruana y esto es debido a los Acuerdos Comerciales firmados, que facilitan el acceso libre de aranceles, además de la firma de protocolos fitosanitarios.

Finalmente, en relación a los medios de transporte, el más frecuente es el marítimo, debido a que los importadores toman en cuenta la cantidad de productos que los vehículos por este medio pueden trasladar, además de los costos, afirmando que las características del producto facilitan la adaptación al largo tramo de viaje, sin perjuicio en la calidad de la palta.

7. RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones, antes mencionadas, se propone lo siguiente:

Al determinar que las exportaciones se han incrementado a lo largo de los años y la evidencia positiva en cuanto a dicha proyección, es importante tomar medidas para mantener y superar los índices registrados.

Aprovechar al máximo los periodos de estacionalidad que tiene la palta Hass para tener mayor presencia en los mercados hacia los cuales se orienta nuestro principal competidor, México.

Aprovechar los tratados comerciales con nuestros principales compradores, dando a conocer estas ventajas a los productores que se involucran en el camino de las exportaciones.

Aprovechar la tendencia actual por el consumo de lo saludable, para difundir más las propiedades y el valor nutricional que contiene la palta, alcanzando nuevos mercados.

Crear facilidades para que nuevos productores participen en ferias internacionales, en donde darán a conocer las ventajas del producto y adicionalmente ofrecer nuevas presentaciones de la Palta Hass.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Accame, S., Blanco, A., Sancho, M., & Vásquez Arias, L. (2018). *Análisis de los pequeños productores de palto en el Perú. Propuestas para la mejora*. ESAN, LIMA.
- AGonzales Alarcon, K. J., & Vargas Flores, J. A. (2016). *Plan de Negocios para la Exportación de Palta Hass para el mercado de Canadá de la Asociación de productores Augusta Lopez Arenas De Pitipo – Ferreñafe 2016*. Universidad Señor del Sipán, Pimentel.
- Capcha, R., Rodriguez, E., & Marino, R. (2013). *Planeamiento Estratégico de la Palta. Tesis de Maestría*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Carreras, S., Dolorier, Y., Horna, J., & Landauro, R. (2007). *Planeamiento Estratégico para la Palta de Exportación del Perú. Tesis de Maestría*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Caselli, C. (2008). *Guia de Exportación*. Lima: Producción Gráfica de la Universidad Católica Sedes Sapientiae.
- Castañeda, J., & Mariles, E. (2018). *Proyecto de Exportación de Aguacate Hass del Estado de Michoacan a Francia, como Oportunidad de Negocio (2017). Tesis de Licenciatura*. Universidad Autónoma de México, Tuluda de Lerdo.
- Castillo, C. (2009). *El TLCUEM. Una oportunidad de fomento a las exportaciones de México: El caso del Aguacate. Tesis para Licenciatura*. Universidad Nacional Autónoma de México, Mexico DF.
- Cecilia, H. R. (2012). *Comercio Internacional*. Estado de México: RED TERCER MILENIO S.C.
- Comercio, E. (siete de febrero de 2019). Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/minagri-sector-agropecuario-crecio-3-8-julio-noticia-nndc-555589>
- Comercio, E. (25 de enero de 2019). *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/mincetur-abril-iniciaran-reuniones-optimizar-tlc-peru-china-noticia-600858>
- Cornejo, E. (2010). *Comercio Internacional: Hacia una gestión competitiva*. Lima: San Marcos.
- DHL. (2017). *Exporta con DHL*. Obtenido de <https://www.exportacondhl.com/pesos-y-dimensiones/>
- Dominicana, M. d. (18 de julio de 2018). *Educación Técnica Profesional*. Obtenido de <http://dgetp.edu.do/sector-agropecuario>

- Edgar, V. d. (2014). *Tratados de Libre Comercio: Retos y Oportunidades*. Bogotá : Ecoe Ediciones .
- Escobedo, V. (29 de abril de 2019). *Diario Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/propiedades-nutricionales-palta-son-clave-impulsar-consumo-prohass-242859>
- Espinoza, L., & Manco, V. (2016). Viabilidad de crecimiento de una agroexportadora de paltas a través de la internacionalización. *Tesis de Maestría*. Universidad de Piura, Lima.
- Gonzales, K., & Vargas, J. (2016). *Plan de Negocios para la Exportación de Palta Hass para el mercado de Canadá de la Asociación de productores Augusta Lopez Arenas De Pitipo – Ferreñafe 2016*.
- Greco, O. (2005). *Diccionario de Comercio Exterior*. Valletta Ediciones .
- Hernández Dextre, G. (2013). *ABC de la exportación e importación*. Lima: Coredis S.A.C.
- Ibañez Alvarado, V. M. (2015). *La influencia de la marca país en las exportaciones de*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Kouzmine, V. (2000). *Exportaciones no tradicionales latinoamericanas, un enfoque no tradicional*. Santiago de Chile: Naciones Unidas CEPAL.
- (2015). *La influencia de la marca país en las exportaciones de palta a los Estados Unidos*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Lafuente, F. (2012). *Aspectos del Comercio Exterior*. B - EUMED.
- Landa, S., & Villena, R. (2013). Identificación de Oportunidades de Exportación de Palta Hass de la Región de Arequipa al Mercado de Miami-Estados Unidos. *Tesis para Licenciatura*. Universidad Católica de Santa María, Arequipa.
- Llanos, D., & Tirado, F. (2015). *Análisis de las Exportaciones de Artesanías de la Región Loreto, 2009-20013*. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, Iquitos.
- Loo, W. (2017). Exportación mundial de la Palta Hass, 2008 – 2016. *Tesis de Licenciatura*. Universidad César Vallejos, Lima.
- López Córdova, D. G., & Ruiz Córdova, J. A. (2016). *Propuesta de un Plan De Exportación a las Asociaciones Productoras de Palta Hass del Distrito De Motupe – Lambayeque hacia el Mercado de Amsterdam - Holanda 2015-2016*. Universidad Señor del Sipán, Pimentel.

- Lopez, C., & Maldonado, A. (2014). Análisis de Viabilidad de Exportación de Aguacate Fresco Hacia Aruba y Curazao. *Tesis de Licenciatura*. Universidad de la Sabana, Chia.
- Lopez, D., & Rúaiz, J. (2016). *Propuesta de un plan de Exportación a las Asociaciones productoras de palta Hass del distrito de Motupe-Lambayeque hacia el mercado de Amsterdam-Holanda 2015-2016*.
- María, P. (2011). El Marketing Internacional Aplicado a las Exportaciones de Aguacate Mexicano a Francia. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Nacional Autónoma de México, Cuatlitan Izcalli.
- Mercado, S. (2013). *Comercio Internacional I: Mercadotecnia internacional Importación-Exportación*. México : Limusa S.A.
- MINCETUR. (18 de 08 de 2019). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Obtenido de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=50&Itemid=73
- Moreno, M. (s.f.). Políticas de Promoción del Estado Peruano Para las Exportaciones 2004-2016. *Tesis de Licenciatura*. Universidad César Vallejo, Lima.
- NETWORK, GBD. (2015). *Mercado Mundial de la Palta*. Obtenido de https://www.prospectiva2020.com/sites/default/files/report/files/re_-_palta_-_mar_20152.pdf
- Perez, V., Rodriguez, C., & Ingar, B. (18 de Julio de 2018). *Centrum-Centro de Negocios*. Obtenido de [https://www.latinburkenroad.com/docs/BRLA%20Peruvian%20Textile%20Industry%20\(201003\).pdf](https://www.latinburkenroad.com/docs/BRLA%20Peruvian%20Textile%20Industry%20(201003).pdf)
- PERÚ, P. (2018). *Reto del Sector*. Lima: Integra Comunicación Corporativa S.A.C.
- PROHASS, P. (2019). *PERÚ PROHASS*. Obtenido de <http://www.prohass.com.pe/historia>
- PROMPERU. (2013). *Siicex*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2013-1-LOGISTICA-Fijacion%20del%20Precio%20de%20Exportacion.pdf>
- República, L. (07 de febrero de 2019). Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/1206633-peru-se-ubica-como-el-segundo-exportador-de-paltas-del-mundo>
- Reyes, T. (2017). Análisis del comportamiento de las exportaciones de palta y su contribución al crecimiento económico en la región Ancash en el periodo 2012- 2016. *Tesis de Licenciatura*. Universidad César Vallejo, Nuevo Chimbote.

- Rivas, A., & Vázquez, J. (2016). Aguacate Orgánico Mexicano, Nueva Brecha de Oportunidad en el Mercado Estadounidense. *Tesis de Licenciatura*. Universidad Autónoma del estado de México, Texcoco.
- Rodriguez, C. H. (2012). *Comercio Internacional*. México: RED TERCER MILENIO S.C.
- Romero Talledo, R. (2011). *Perfil del Mercado de Palta Hass en Estados Unidos*. Ministerio de Relaciones Exteriores, Los Ángeles.
- Romero, C. (2019). *La Situación del Mercado Internacional de la Palta; Análisis desde una perspectiva de las exportaciones peruanas*. Lima: Ministerio de Agricultura y Riesgo.
- Saldaña, M. (23 de 07 de 2018). *scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/5245299/LA-INDUSTRIA-QUIMICA>
- Sapientiae, U. C. (2008). *Guía de Exportación para pymes*. Lima.
- Suarez Mendoza, G. E. (2016). *Estrategias de diferenciación para la exportación de palta Hass (Persea Americana Mill) de la empresa negociación agrícola Yotita S.A. Con destino a Alemania – 2016*. Universidad César Vallejo, Chiclayo.
- Vázquez, M., & Madrigal, R. (2011). *Comercio Internacional*. México: Grupo Editorial Patria.
- Vidal, L. (2013). Estudio de Pre-factibilidad para la Exportación de Palta Hass a Estados Unidos. *Tesis de Maestría*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Zegler, J. (19 de 10 de 2016). *Mintel Group Ltd*. Obtenido de <https://www.mintel.com/press-centre/food-and-drink/mintel-identifies-global-food-and-drink-trends-for-2016>

9. ANEXOS

9.1 Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA GENERAL Y ESPECÍFICOS	OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS GENERAL Y ESPECÍFICAS	VARIABLES E INDICADORES	TIPO, NIVEL Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO DE ESTUDIO
Análisis del Comportamiento de las Exportaciones de Palta Hass en el Perú, 2013-2017	<p>Problema General ¿Cómo ha sido el comportamiento de las exportaciones de Palta Hass en el Perú en el periodo comprendido entre los años 2013-2017?</p> <p>Problemas Específicos 1. ¿Cómo ha sido el valor de las exportaciones de Palta Hass? 2. ¿Cómo ha sido el peso de las exportaciones de Palta Hass? 3. ¿Cuáles han sido los destinos de las exportaciones de Palta Hass? 4. ¿Cuáles han sido los medios de transporte de las exportaciones de Palta Hass?</p>	<p>Objetivo General Identificar cómo ha sido el comportamiento de las exportaciones de Palta Hass en el Perú en el periodo comprendido entre los años 2013-2017.</p> <p>Objetivo Específicos 1. Identificar el valor de exportaciones de Palta Hass. 2. Identificar el peso de las exportaciones de Palta Hass. 3. Identificar los destinos de las exportaciones de Palta Hass. 4. Identificar los medios de transporte de las exportaciones de Palta Hass</p>	<p>Hipótesis General No aplica</p> <p>Hipótesis Específica No aplica</p>	<p>V: Exportaciones de Palta Hass</p> <p>I: 1. FOB 2. Peso Neto 3. Peso Bruto 4. Origen 5. Destino 6. Marítimo 7. Aéreo 8. Terrestre</p>	<p>TIPO: Básica</p> <p>NIVEL: Descriptivo</p> <p>DISEÑO: No Experimental Retrospectivo</p>	<p>Técnica de recolección de datos. Registro Documental</p> <p>Técnica de procesamiento y análisis de datos Estadística Descriptiva</p>	Las unidades de análisis serán los registros de bases de datos correspondiendo como población los productos no tradicionales exportables

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO (Ficha de registro de datos)

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

< 50 – 50 – 60 – 70 – 80 – 90 – 100

- 1. ¿En qué porcentaje estima Usted que con esta ficha se logrará el registro de los indicadores propuestos? () () () () () () (X)

- 2. ¿En qué porcentaje considera que los aspectos están referidos a los conceptos del tema? () () () () () () (X)

- 3. ¿Qué porcentaje de los aspectos planteados son suficientes para lograr los objetivos? () () () () () (X) ()

- 4. ¿En qué porcentaje los aspectos de la ficha son de fácil comprensión? () () () () () () (X)

- 5. ¿En qué porcentaje los aspectos siguen una secuencia lógica? () () () () () () (X)

- 6. ¿En qué porcentaje valora Usted que esta ficha de recolección podría aplicarse a otros estudio similares? () () () () () () (X)

SUGERENCIAS

- 1. ¿Qué aspectos considera Usted que deberían agregarse?
... *Ninguna*

- 2. ¿Qué aspectos considera Usted que podrían eliminarse?
... *Ninguna*

- 3. ¿Qué aspectos considera Usted que deberían reformularse o precisarse mejor?
... *Ninguna*

Fecha: *06-02-19*
Validado por: *José Agustín Orma*
Firma: *[Firma]*

ANEXO N° _____

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO (Ficha de registro de datos)

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

- | | < 50 | 50 | 60 | 70 | 80 | 90 | 100 |
|--|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1. ¿En qué porcentaje estima Usted que con esta ficha se logrará el registro de los indicadores propuestos? | () | () | () | () | () | () | (✓) |
| 2. ¿En qué porcentaje considera que los aspecto están referidos a los conceptos del tema? | () | () | () | () | () | () | (✓) |
| 3. ¿Qué porcentaje de los aspectos planteados son suficientes para lograr los objetivos? | () | () | () | () | () | () | (✓) |
| 4. ¿En qué porcentaje los aspectos de la ficha son de fácil comprensión? | () | () | () | () | () | () | (✓) |
| 5. ¿En qué porcentaje los aspectos siguen una secuencia lógica? | () | () | () | () | () | () | (✓) |
| 6. ¿En qué porcentaje valora Usted que esta ficha de recolección podría aplicarse a otros estudio similares? | () | () | () | () | () | () | (✓) |

SUGERENCIAS

1. ¿Qué aspectos considera Usted que deberían agregarse?

Ninguno.

2. ¿Qué aspectos considera Usted que podrían eliminarse?

Ninguno.

3. ¿Qué aspectos considera Usted que deberían reformularse o precisarse mejor?

Ninguno.

Fecha: *04-02-2019*

Validado por: *Victor R. Chero Pacheco.*

Firma: *[Firma]*

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO (Ficha de registro de datos)

Después de revisado el instrumento, es valiosa su opinión acerca de lo siguiente:

- < 50 – 50 – 60 – 70 – 80 – 90 – 100
1. ¿En qué porcentaje estima Usted que con esta ficha se logrará el registro de los indicadores propuestos? () () () () () () ()
2. ¿En qué porcentaje considera que los aspecto están referidos a los conceptos del tema? () () () () () () ()
3. ¿Qué porcentaje de los aspectos planteados son suficientes para lograr los objetivos? () () () () () () ()
4. ¿En qué porcentaje los aspectos de la ficha son de fácil comprensión? () () () () () () ()
5. ¿En qué porcentaje los aspectos siguen una secuencia lógica? () () () () () () ()
6. ¿En qué porcentaje valora Usted que esta ficha de recolección podría aplicarse a otros estudio similares? () () () () () () ()

SUGERENCIAS

1. ¿Qué aspectos considera Usted que deberían agregarse?
.....
.....
.....
NINGUNA
2. ¿Qué aspectos considera Usted que podrían eliminarse?
.....
.....
.....
NINGUNA
3. ¿Qué aspectos considera Usted que deberían reformularse o precisarse mejor?
.....
.....
.....
NINGUNA

Fecha: *04-02-2019*
Validado por: *Augusto Bazalan Quinoz*
Firma: *Augusto Bazalan Quinoz*

9.3 Consentimiento informado

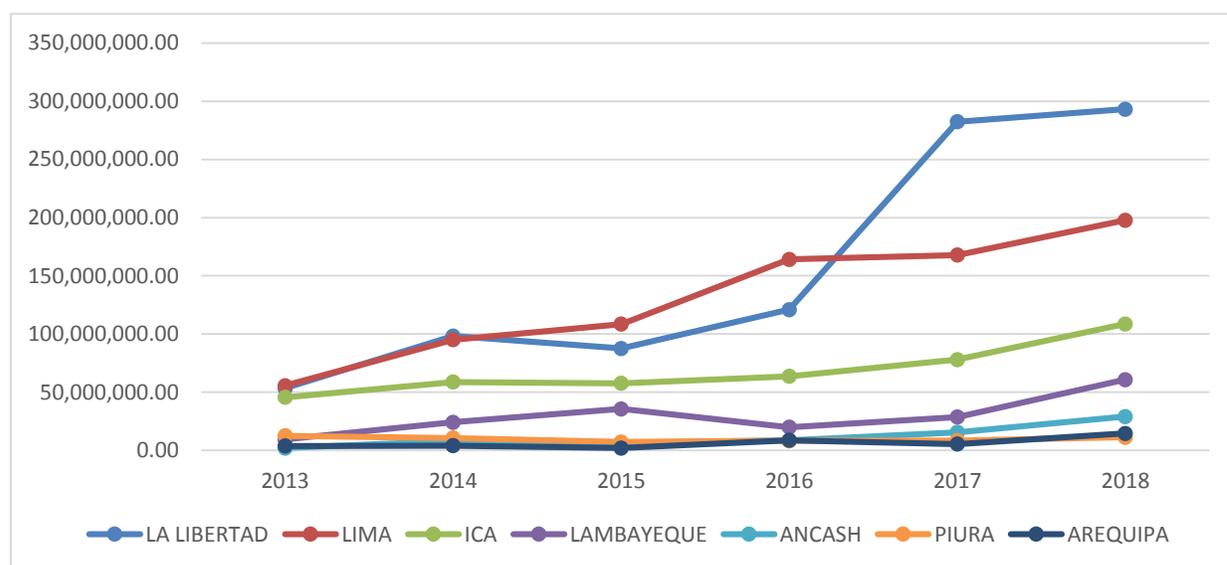
De acuerdo a la naturaleza de recolección de datos no se requiere consentimiento informado.

TABLAS

Tabla 5. Origen de las exportaciones de palta Hass en el Perú

REGIÓN	AÑO POR VALOR FOB US\$					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
LA LIBERTAD	53,512,042.34	98,293,392.29	87,609,354.50	120,940,669.62	282,308,739.78	293,133,274.24
LIMA	55,683,029.44	95,101,794.74	108,538,709.83	164,127,586.71	167,759,599.18	197,715,915.71
ICA	45,630,812.73	58,786,280.11	57,725,583.98	63,656,075.96	78,026,816.65	108,689,490.64
LAMBAYEQUE	9,429,183.01	24,196,209.35	35,740,106.46	19,977,596.51	28,757,006.20	60,847,694.98
ANCASH	2,032,418.80	8,037,647.54	6,460,301.86	8,608,702.71	15,648,681.86	29,065,057.89
PIURA	12,556,521.76	10,737,931.49	7,205,754.46	8,409,644.55	8,490,295.06	11,390,839.82
AREQUIPA	3,826,613.47	4,069,835.35	2,113,366.37	8,756,369.56	5,479,151.94	14,600,085.78
TOTAL	182,670,621.55	299,223,090.87	305,393,177.46	394,476,645.62	586,470,290.67	715,442,359.06

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 5 Origen de las exportaciones de palta Hass en el Perú

Tabla 6. Valor mensual de las exportaciones de palta Hass en el Perú

MESES/AÑOS	VALOR FOB POR MESES EN US\$						TOTAL
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
ENERO	1.7	516628.53	408126.7	1245627.89	974466.86	6026076.05	9170927.73
FEBRERO	1528393.38	3187611.19	2835064.79	5263897.95	5209900.05	13983870.5	32008737.8
MARZO	8642193.81	11400803.1	13092224	21619289.2	17818062.1	32871956.7	105444529
ABRIL	26098962.1	26201453.9	35949949.7	55506671.9	74411416.8	77759210.6	295927665
MAYO	28851019.1	59576839.8	63437515.8	80964164.8	140233186	142707226	515769951
JUNIO	36125701.1	80795406.1	74069250.8	98517318.1	134748637	123311876	547568189
JULIO	44113542.4	62943607.2	70920609.3	79634648.9	131558127	130080936	519251471
AGOSTO	32758107.6	43215832.5	35561431	44910629.8	77044038.4	141307064	374797103
SETIEMBRE	5728946.49	10225569.4	8472844.18	8987610.18	4986809.17	53936518.7	92338298.2
OCTUBRE	257786.18	1607350.53	1167659.57	42049.98	113179.53	1451303.79	4639329.58
NOVIEMBRE	59996.2	253350.9	39698.29	34.5	522.65	131461.86	485064.4
DICIEMBRE	98161.68	202422.1	351669.31	99268.41	1131362.02	597811.64	2480695.16
TOTAL GENERAL	184262812	300126875	306306043	396791212	588229707	724165311	2499881960

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Valor FOB de las exportaciones de palta Hass por los principales países en US\$

PAÍSES	VALOR FOB POR PAÍSES EN US\$					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PAISES BAJOS	84,512,564.31	96,580,984.64	117,598,741.02	163,319,809.97	209,796,934.84	267,402,385.92
ESTADOS UNIDOS	39,524,458.10	120,927,552.59	83,133,872.70	74,862,959.75	175,193,157.48	175,945,468.78
ESPAÑA	38,373,649.43	47,689,173.21	50,470,719.58	78,129,983.03	89,523,458.66	110,153,957.33
REINO UNIDO	10,501,791.26	18,684,849.63	31,914,165.83	44,230,646.40	60,907,118.81	65,371,062.22
CHILE	481,393.00	3,340,699.42	13,416,736.33	12,479,692.35	10,176,602.99	35,279,917.59
CHINA	37,228.80	51.00	103,909.84	4,580,118.71	13,816,407.30	30,240,962.13
TOTAL	173,431,084.90	287,223,310.49	296,638,145.30	377,603,210.21	559,413,680.08	684,393,753.97

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Frecuencia del medio de transporte por país en la exportación de palta Hass Peruana

FRECUENCIA DE MEDIO DE TRANSPORTE MARITIMO						
TRANSPORTE	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PAÍSES BAJOS	2302	2766	3163	3833	4543	7040
ESTADOS UNIDOS	959	3071	2256	1544	3112	4355
ESPAÑA	1294	1639	1508	1989	1928	2859
REINO UNIDO	289	494	818	979	1147	1405
CHILE		96	295	287	251	674
CHINA	1		3	98	226	686
JAPÓN	2	4	1	50	176	394
HONG KONG	30	58	25	102	88	293
CANADÁ	114	201	74	18	73	35
COSTA RICA	2	5	79	148	82	88

Fuente: Elaboración propia

MEDIO DE TRANSPORTE AÉREO						
PAÍS/AÑO	2013	2014	2015	2016	2017	2018
ESPAÑA	1	2	41	17	85	16
PAÍSES BAJOS	1	2	36	38	19	31
ESTADOS UNIDOS	2	5	19	5	28	21
CANADÁ	12	12	6	5	28	8
CHINA		1		10	44	6
ARUBA				2	15	42
ALEMANIA	5	3		19	8	7
FRANCIA		3	5	6	3	22
JAPON			1	15	17	5
HONG KONG	2	4	1	5	18	4

Fuente: Elaboración propia

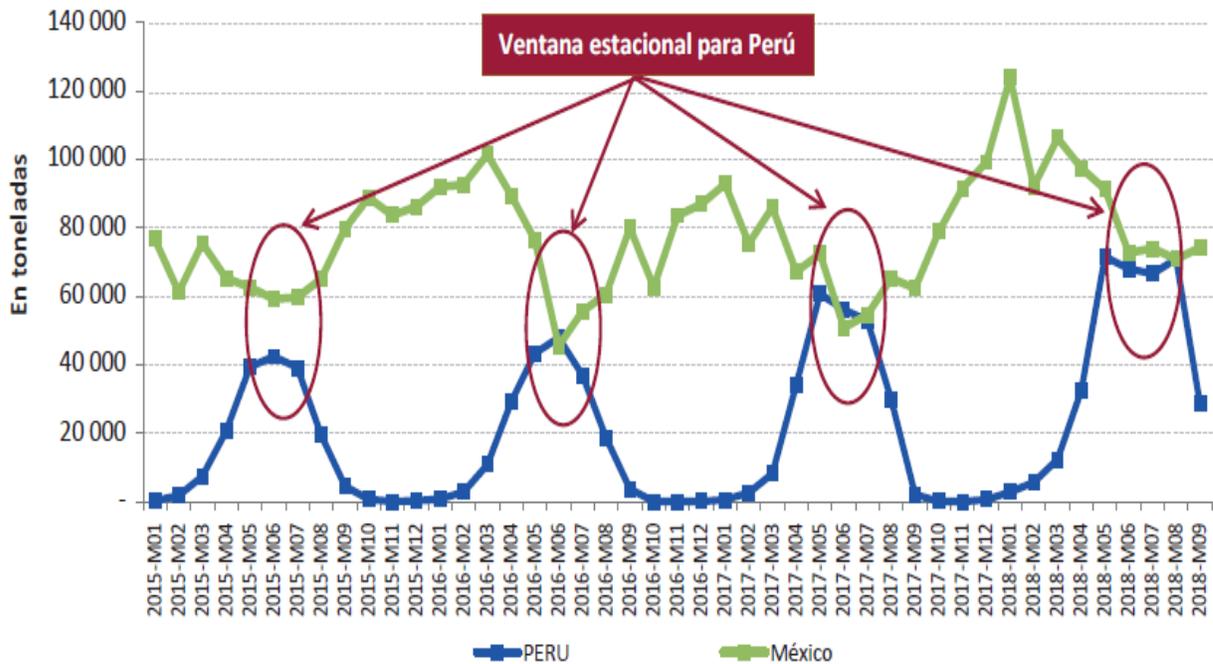
MEDIO DE TRANSPORTE TERRESTRE						
PAÍS/AÑO	2013	2014	2015	2016	2017	2018
CHILE	55	45	104	90	40	365
ECUADOR	1	67	55			
BRASIL						3

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9. Producción mensual de palta Hass en el Perú

PRODUCCIÓN MENSUAL DE PALTA HASS EN EL PERÚ (KG)							
MESES/AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
ENERO	8.11	282454.435	310096.194	760759.286	564617.46	3218099.48	5136035.0
FEBRERO	797254.166	1948004	1888650	3076635.2	2829173.65	6474128.73	17013845.7
MARZO	4745918	6817999.78	8172599.57	11940837.9	8974434.49	14339260.5	54991050.2
ABRIL	16682937.7	17288903.4	22781317	32015253.8	37594912.9	35872948.7	162236273.5
MAYO	22461627.5	37276963.7	43757680.6	47658852.6	66827404	78484762.6	296467291.0
JUNIO	26027803	55229894.5	47049965.3	52909762.5	62020539	74613692	317851656.3
JULIO	30511925.5	43641389.2	43465340.8	41047683.5	59070716.1	73000792.2	290737847.4
AGOSTO	22215744	29281335.4	21720773.4	20909463.6	33045156.5	78058059.8	205230532.7
SEPTIEMBRE	4079886.32	6159607.55	5045775.89	4067552.29	2244122.46	31784374.5	53381319.0
OCTUBRE	203730	902274.739	709604.5	26788.291	65804.22	1061559.54	2969761.3
NOVIEMBRE	46410	170753.06	23377.296	12.09	168.215	72882.558	313603.2
DICIEMBRE	70310	150796.101	239092	53071.134	661732.903	335563.269	1510565.4
TOTAL GENERAL	127843554	199150376	195164273	214466672	273898782	397316124	1407839781

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Trade Map

Elaboración: DGPA-DEEIA

Gráfico N° 6. Estacionalidad de las exportaciones de palta Hass de Perú y México