



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón  
Sutil de los productores de la región Piura, 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Negocios Internacionales

**AUTORAS:**

Falla Cordova, Pamela Nicole ([orcid.org/0000-0002-5074-7757](https://orcid.org/0000-0002-5074-7757))

Nuñez Mezones, Ana Patricia ([orcid.org/0000-0001-7295-5189](https://orcid.org/0000-0001-7295-5189))

**ASESORA:**

Dra. Valle Chavez de Espinoza, Rosa Amelia ([orcid.org/0000-0001-8447-5035](https://orcid.org/0000-0001-8447-5035))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento.

PIURA - PERÚ

2023

## **DEDICATORIA**

Consagramos este logro a Dios por ser quien ilumina nuestras vidas y a nuestras madres siendo ellas los pilares de fortaleza e inspiración para alcanzar nuestras metas.

## **AGRADECIMIENTO**

Principalmente queremos agradecer a nuestro creador por darnos la oportunidad de haber cursado una de las etapas más importantes de nuestras vidas, ya que gracias a su compañía nos permitió llegar hasta aquí, agradecemos a la Universidad César Vallejo por mostrarnos lo que nos apasiona profesionalmente.

Agradecemos a nuestros docentes que nos apoyaron durante estos 5 años de estudios, esforzándose día a día por vernos mejorar.

Por último, quiero agradecer a mi compañera con la que he venido trabajando, apoyándonos y motivándonos mutuamente poder culminar con éxito el desarrollo de esta investigación.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, VALLE CHAVEZ DE ESPINOZA ROSA AMELIA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023", cuyos autores son NUÑEZ MEZONES ANA PATRICIA, FALLA CORDOVA PAMELA NICOLE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 12.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

PIURA, 01 de Diciembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ROSA AMELIA VALLE CHAVEZ DE ESPINOZA <b>DNI:</b> 07146403 <b>ORCID:</b> 0000-0001-8447-5035	Firmado electrónicamente por: RVALLEC el 01-12- 2023 16:10:20

Código documento Trilce: TRI - 0676581



**Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, FALLA CORDOVA PAMELA NICOLE, NUÑEZ MEZONES ANA PATRICIA estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
NUÑEZ MEZONES ANA PATRICIA <b>DNI:</b> 76135738 <b>ORCID:</b> 0000000172955189	Firmado electrónicamente por: APNUNEZM el 01-12-2023 17:24:14
FALLA CORDOVA PAMELA NICOLE <b>DNI:</b> 73760771 <b>ORCID:</b> 0000-0002-5074-7757	Firmado electrónicamente por: PNFALLAC el 01-12-2023 17:27:18

Código documento Trilce: INV - 1503908

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>Carátula</b> .....	<b>i</b>
<b>Agradecimiento</b> .....	<b>ii</b>
<b>Dedicatoria</b> .....	<b>iii</b>
<b>Dedicatoria de Autenticidad del Asesor</b> .....	<b>iv</b>
<b>Declaratoria de Originalidad de los Autores</b> .....	<b>v</b>
<b>Índice de contenidos</b> .....	<b>vi</b>
<b>Índice de tablas</b> .....	<b>vii</b>
<b>Índice de gráficos</b> .....	<b>viii</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>I. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>4</b>
<b>II. METODOLOGÍA</b> .....	<b>11</b>
3.1 Tipo y Diseño de la investigación .....	<b>11</b>
3.2 Variables y Operacionalización .....	<b>12</b>
3.3 Población, Muestra y Muestreo .....	<b>12</b>
3.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos .....	<b>15</b>
3.6 Método de análisis de datos .....	<b>17</b>
3.7 Aspectos éticos .....	<b>17</b>
<b>III. RESULTADOS</b> .....	<b>18</b>
<b>IV. DISCUSIÓN</b> .....	<b>28</b>
<b>V. CONCLUSIONES</b> .....	<b>33</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>36</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>46</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución de frecuencia de variable independiente importación.....	21
Tabla 2. Distribución de frecuencia de variable dependiente comercialización....	22
Tabla 3. Tabla de contingencia.....	23
Tabla 4. Inferenciales – Prueba de normalidad.....	25
Tabla 5. La importación de limón colombiano realizada por el gobierno peruano influyó en la comercialización de limón sutil.....	26
Tabla 6. La importación del limón Tahití afectó el precio de venta del limón sutil en el tercer trimestre del año en la región de Piura, 2023.....	27
Tabla 7. La variedad limón como el Tahití influye en la venta del producto limón Sutil en la región de Piura, 2023.....	28
Tabla 8. La presencia de limón Tahití en los puntos de venta influyó en el comercio del limón sutil en la región de Piura, 2023.....	28
Tabla 9. La importación de limón colombiano realizada por el gobierno peruano influyó en la comercialización de limón sutil este 2023.....	29

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

### Figura 1

Nivel de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil, según la percepción de los productores de la región Piura, 2023.....21

### Figura 2

Niveles de la comercialización de limón Sutil, según la percepción de los productores de la región Piura, 2023.....22

### Figura 3

Niveles de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil, según la percepción de los productores de la región Piura, 2023.....24



## RESUMEN

La presente investigación Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023, tuvo como propósito determinar cuál es la implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023, dicha investigación tuvo como metodología el enfoque cuantitativo de tipo aplicada, con diseño no experimental, de corte transversal, siendo una investigación descriptiva. Los resultados obtenidos muestran que la importación del limón Tahití colombiano, mayormente percibida como de volumen medio, se ha traducido en un producto considerable en cantidad. Sin embargo, este flujo formidable de importaciones en Piura ha ejercido un impacto significativo y negativo en la comercialización del limón Sutil local. Los datos respaldaron la hipótesis de una correlación positiva alta entre la importación y la comercialización, evidenciada por un coeficiente de correlación de 0.718 y un p valor (sig.)  $<0.05$ . Estos resultados subrayan la urgencia de desarrollar estrategias que salvaguarden la producción local de limón Sutil y garanticen la sostenibilidad de los productores en la región Piura.

Palabras clave: Importación, Comercialización, limón Tahití, limón Sutil.

## **ABSTRACT**

The present investigation Implication of the import of Tahitian lemon in the commercialization of Sutil lemon of the producers of the Piura region, 2023, had as purpose to determine which is the implication of the import of Tahitian lemon in the commercialization of Sutil lemon of the producers of the Piura region, 2023, this investigation had as methodology the quantitative approach of applied type, with non-experimental design, of transversal cut, being a descriptive investigation. The results obtained show that the import of Colombian Tahitian lemons, mostly perceived as medium volume, has translated into a considerable product in quantity. However, this formidable flow of imports into Piura has had a significant and high impact on the commercialization of the local Sutil lemon. The data supported the hypothesis of a high negative correlation between import and marketing, evidenced by a correlation coefficient of 0.718 and a p-value (sig.) <0.05. These results underline the urgency of developing strategies that safeguard local production of Sutil lemons and guarantee the sustainability of producers in the Piura region.

Keywords: Import, Commercialization, Tahitian lemon, Sutil lemon.

## I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial la importación ha permitido satisfacer necesidades básicas de los consumidores, mediante la obtención de aquellos bienes que no se pueden adquirir en el mismo país, esto ha generado una diversificación notoria en la lista de productos y con el tiempo, una necesidad comercial. Dado esto, la Organización Mundial del Comercio (OMC) (2022), señaló que las importaciones en el 2022 aumentaron significativamente, llegando a un 12% respecto al año anterior. Asimismo, la Asociación Latinoamericana de Integración (ALI) (2021), indicó en su informe que, las importaciones a nivel global habían registrado una importante recuperación, luego de la recesión por causas de la pandemia, llegando a un 38.1% de crecimiento, en comparación con el año anterior.

Según el Instituto nacional de Estadística e Informática (INEI) (2022-2023), en el año 2021 la economía peruana inició un proceso de recuperación, en dónde las importaciones cumplieron un papel fundamental, empezando así a importar el limón Tahití de Colombia con partida arancelaria 0805502200, convirtiéndose este producto en una amenaza para los productores que cubrían la demanda del mercado peruano con el limón Sutil cuya partida arancelaria es 0805502100, el cual, llegó a precios exponenciales en el mes de agosto en un 66.2% del presente año, debido a su escasez. Cabe mencionar que la Región Piura, alberga, el 75% de los productores de este tipo de limón, los cuales se han visto afectados por el impacto de la variedad de precios y competitividad demostrada quitando así la relevancia al limón peruano el cual ha liderado por años el mercado nacional por sus peculiares características y también por su calidad.

Según el Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) (2023) indicó en su informe que el abastecimiento de este cítrico disminuyó en el mes de agosto 18,7% respecto a los meses anteriores, esto afectado por las lluvias e inundaciones en la región, así mismo destacó que en los meses agosto y setiembre la producción se merma por dichos factores externos agravando la situación de la producción y demanda del limón Sutil en territorio nacional.

Por su parte Villegas (2022), manifestó acerca de la existencia de otro elemento que impide la producción de limón en las zonas de la región norte perjudicando su comercialización el cual es el recurso hídrico, que por ser este lugar desierto tropical se obtiene el agua a través de reservorios, los cuales no están en buen estado de almacenamiento, ocasionado por las bajas precipitaciones optando como solución riegos ligeros que afectan al cultivo e impiden el desarrollo físico de este producto haciéndolo presa además de enfermedades, plagas de insectos por no contar con el apoyo técnico especializado.

En base a lo expuesto se formula el siguiente problema general ¿Cuál es la implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023?, como problemas específicos, ¿Cuál es la implicancia de la importación de limón Tahití en el precio de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023?, ¿Cuál es la implicancia de la importación de limón Tahití en el producto de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023?, ¿Cuál es la implicancia de la importación de limón Tahití en la plaza de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023? y ¿Cuál es la implicancia de la importación de limón Tahití en la promoción de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023?.

Según lo planteado por Fernández (2020), desde una perspectiva teórica, una investigación se lleva a cabo cuando se detecta una brecha en el conocimiento científico, lo que posibilita la oportunidad de cuestionar o ampliar la perspectiva existente. Este enfoque se basa en argumentos respaldados de manera sólida, verificable por distintos autores y organizaciones tanto nacionales como internacionales, A lo que aseguran un alto nivel académico.

Esta investigación cuenta con una justificación de carácter práctico, ya que aborda y resuelve una problemática concreta, interviniendo en la situación de estudio (Arias, 2021). El objetivo principal de estudio es determinar la incidencia. Convirtiéndose en un recurso esencial para las empresas importadoras, la sociedad en general, incluyendo a los consumidores finales. Proporciona una visión amplia que facilita la toma de decisiones basadas en criterios sólidos en cuanto a inversiones se refiere.

Siguiendo el enfoque de la justificación metodológica según lo expresado por Vilela (2019), se trata de las bases que respaldan la elección del instrumento utilizado en la investigación. En este estudio, se emplea la técnica de análisis documental, ya que se llevó a cabo un proceso de análisis y síntesis de los datos afines con la importación y comercialización de limón.

Como justificación social, esta investigación resulta beneficiosa para una variedad de grupos, incluyendo a los importadores, agricultores, asociaciones empresariales, consumidores finales y estudiantes (Ñaupas *et al.*, 2018). La justificación de carácter social se fundamenta en la capacidad de la investigación para abordar un problema que impacta a una porción de la población.

Se consideró como objetivo general, comprobar la implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023, asimismo uno de los siguientes objetivos específicos, es determinar la implicancia de la importación de limón Tahití en el precio de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023, así como determinar la implicancia de la importación de limón Tahití en el producto de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023, determinar la implicancia de la importación de limón Tahití en la plaza del limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023 y determinar la implicancia de la importación de limón Tahití en la promoción del limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023.

Hi: La importación de limón Tahití tiene implicancia positiva muy alta en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023.

Como hipótesis específicas, la importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva alta en el precio del limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023, la importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva alta en el producto de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023, la importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva alta en la plaza de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023 y la importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva alta en la promoción de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023.

## I. MARCO TEÓRICO

El respaldo de la investigación fue de tanta relevancia, que se tomó investigaciones referenciales de autores cuya experiencia precede a la calidad de sus aportes académicos los cuales brindaron al trabajo de investigación el sustento necesario para lo expuesto ante el escenario nacional en el plano comercial internacional; por ello, los antecedentes se eligieron con selectividad a fin de que los temas tengan relación y se pueda encontrar el contraste adecuado. (Orozco y Díaz, 2018).

Torres-Martínez et al. (2020) y Bravo y Matovelle (2021) determinaron que la comercialización enfrenta diversos obstáculos como la pérdida de mercado, clientes y demanda debido a la creciente competencia y fluctuación de precios. Esta situación afecta especialmente a los productores, poniendo en riesgo su actividad económica. La metodología de los estudios fue cuantitativa (encuestas), descriptiva inductiva-deductiva y descriptiva no experimental. Concluyeron que es necesario realizar pronósticos con base en antecedentes para estar preparados ante cambios en precios, estacionalidad, competencia y ofertas.

Por otro lado, los autores Montero (2018), Lobo (2020), Pérez y Dussell (2019), señalaron que las importaciones en cierto modo afectan la producción y comercialización nacional, en especial a los trabajadores y productores, pues son los que perciben el golpe comercial al ingresar productos del exterior con precios más bajos, es preciso abordar la metodología estudiada, teniendo un enfoque cuantitativo de diseño no experimental, una investigación descriptiva simple con análisis documental y un artículo con análisis de descomposición estructural, respectivamente. Ellos llegaron a la conclusión que, mientras la comercialización interna, siga presentando falencias en sus regulaciones, para las importaciones de mercancías ya producidas.

Asimismo, en secuela de las importaciones en la producción nacional, fueron explicados por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (2019), Huamán et al. (2021) y Freire et al. (2022) argumentaron que el incremento en importaciones puede generar volatilidad en los precios y

déficits comerciales. Por ello, se aplican aranceles para proteger la industria peruana y evitar caídas extremas de precios. La metodología fue una revisión sistemática de bases de datos y una investigación deductiva no experimental. Concluyeron que es necesario adoptar medidas para resguardar la producción nacional y evitar altos volúmenes de importación.

Los artículos científicos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2016) y Santistevan *et al.*, (2016), con una metodología no experimental con análisis estadístico. Indicaron que, en Ecuador, se cultiva una variedad de limones, como el limón Sutil y el limón Tahití, para el consumo local como para la exportación. Según datos, había alrededor de 4,609 hectáreas de cultivo de limones distribuidas en 3,846 unidades de producción agropecuarias. Además, a nivel mundial, el cultivo de cítricos desempeña un papel significativo. En Ecuador, el limón Sutil es la especie más cultivada, seguida del limón Tahití, sumando aproximadamente 4,400 hectáreas cultivadas, con una presencia destacada de pequeños productores.

La teoría de las 4Ps explica que el uso de las 4 categorías de manera combinada permite conseguir las estrategias de comercialización de una empresa. Fue formulada por Jerome McCarthy en el año 1960 y difundida por Philip Kotler. Las 4Ps, son precio, producto, plaza y promoción, éstas definen como una empresa va a obtener sus objetivos comerciales, (Yépez et al, 2021). Por otro lado, la teoría sustenta que las 4Ps de comercialización permiten evidenciar que los cambios repercuten en el entorno y la forma en que las empresas establecen sus estrategias enfocadas en la producción, ventas, consumidor y competencia (Rodríguez et al, 2020).

Por otro lado, en lo concerniente a la variable importación, la base teórica que le respalda es la teoría pura del comercio internacional, planteada por Adam Smith, en dónde se analizó la importación como una actividad determinada que surge del intercambio internacional, en dónde se determina un volumen, una estructura operativa y el direccionamiento de acuerdo con la mercancía, (Calvo, 2021).

Una vez detalladas las teorías que, mediante su naturaleza y razonamiento, brindan respaldo a las variables abordadas en el trabajo de

investigación; se procede entonces con la definición respectiva de la variable independiente importación; este concepto es delimitado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2021), es decir, la importación se ha convertido en una actividad frecuente, no sólo por la gama de productos que suelen traerse, sino también por los precios que tienen dado el volumen de importación, el cual hace que a mayor cantidad menor costo de importación.

Definida la variable correspondiente a importación, se aborda entonces a uno de los conceptos que forman parte de las dimensiones, las mercancías; esto hace referencia al bien que pasa por un proceso productivo y es ofertado en un suceso de compraventa en el mercado; de hecho, también al servicio se le suelen denominar mercancías, dado que por la prestación de este se emite una factura comercial y se realiza, el pago por el préstamo de este. (Núñez, 2021).

Respecto al primer indicador que hace parte de la dimensión independiente, se aborda lo expresado por Tinajero (2018), quien infirió que, el volumen importado hace referencia a los diferentes índices que se registran mediante las unidades importadas, mayormente expresadas en toneladas (Tn). En pocas palabras, el concepto hace referencia al valor de los pesos registrados correspondientes a las mercancías importadas. A propósito del segundo indicador correspondiente a Valor Franco a Bordo (FOB), éste es también conocido como método del valor FOB, el cuál aborda los costos del producto y costos que han incurrido hasta el momento donde la mercancía es llevada al costado del buque, en el puerto dónde se hará el *departure*. (OMC, 2021). En otras palabras, el Valor FOB hace referencia a la forma en la que se conocen los montos atribuidos a la mercancía para el proceso de exportación e importación.

La segunda dimensión aborda el concepto de, precio del producto, el cuál es definido como el factor principal en las importaciones, ya que cumple el papel de impulsor en lo que a rentabilidad se refiere, y es el elemento más analizado por quienes conforman la operación, a fin de reconocer si es o no viable el intercambio. (Tejeda *et al.*, 2019). En resumen, el precio del producto es el factor que se analiza antes de proceder con la compra, pues este será el determinante respecto a la demanda del consumidor, el en cual, la mayoría de los casos se



establecen en el precio fusionado con calidad. Respecto al primer indicador del grupo de la dimensión dos, el precio nacional es definido como el valor atribuido al producto comercializado en país de origen, el cual a su vez está propenso a cambios por la economía del sector, que abarca tanto acontecimientos sociales como económicos y que influyen directamente en el precio para la venta del bien.

Pardo *et al.*, (2020), el precio del producto nacional está propenso a cambios de acuerdo con la fluidez del mercado y los acontecimientos que van alterando el proceso económico. El precio del valor importado, que hace referencia al segundo indicador de la segunda dimensión, es definido por Ferro (2020), como el valor que se le atribuye a una mercancía en el país de importación, es decir, una vez llegado a destino luego de ser enviado por el *shipper* en origen. Esto significa que, el precio del producto importado es el valor de venta que se ofrece directamente a los consumidores para la adquisición del bien importado.

Como tercera dimensión, el derecho arancelario (A/V) se representa en forma proporcional y se utiliza con relación al valor imponible. Refiriéndose a la implementación de derechos arancelarios asociados a los compromisos establecidos en tratados, convenios o acuerdos internacionales suscritos por el Perú, así mismo al Sistema de Franja de Precios, es necesario hacer énfasis a las normativas legales y administrativas específicas (El peruano, 2021). Tiene como indicadores, número de restricciones del producto y número de impuestos arancelarios del producto.

Las restricciones de un producto están tribuidas a las barreras que se imputan para hacer de su ingreso un proceso controlado y supervisado por el ente regulatorio a quien compete la acción; tal es el caso de los productos importados las restricciones o barreras pueden ser clasificadas entre arancelarias y no arancelarias; éstas últimas suponen a determinados permisos, certificados, documentación requerida que es necesaria para permitir el ingreso del bien al país importador. (Larco y Bazurto, 2020). El número de impuestos arancelarios del producto se trata de tributos que se impone exclusivamente a los productos que son traídos o sacados del país. Normalmente, el impuesto más común recae contra las importaciones. En la situación de Perú, los aranceles se aplican a los productos importados que están categorizados en las subpartidas

nacionales del Arancel de Aduanas. En varios países, incluyendo el Perú, no se gravan los productos que se exportan (Gerencia de Cultura Tributaria y Aduanera, 2020).

La variable comercialización engloba todas las acciones destinadas a poner en el mercado productos, bienes o servicios, y estas actividades son ejecutadas tanto por organizaciones como por empresas, e incluso por grupos sociales (Barreto et al., 2022). Asimismo, cuando se aplica al ámbito agrario, el proceso de comercialización puede considerarse tanto un obstáculo que limita el desarrollo de la producción agraria (un cuello de botella), como el elemento principal que estimula dicha producción. Hace algunos años, era inusual que un productor se involucra en actividades de producción, transformación y comercialización simultáneamente, lo que justificaba la existencia de largas cadenas de producción (Zavatela *et al.*, 2023). Está compuesta por las dimensiones como, precio, producto, plaza y promoción.

Según Espinal (2012) citado por Galarza et al. (2021) afirmó que uno de los factores más relevantes del marketing mix es el precio, pues de allí surgen las utilidades de la organización. Previo a determinar el precio del bien o del servicio, se deben analizar criterios específicos del mercado, tales como los costes, los otros vendedores, el tipo de mercado y las exigencias del consumidor. Según Carrillo et al. (2020) el precio de venta es el monto establecido que el vendedor sugiera para el producto a ofertar, generalmente, cubren el costo de producción e incluyen el margen de utilidad esperado. Es así como el precio de venta tiene la posibilidad de ser el incentivo para el crecimiento de la adquisición del producto, o puede ser el motivo por el cual el mismo no tenga una buena acogida.

Los costos de producción son aquellos que tienen relación con el proceso productivo de determinado bien o para el desarrollo de algún servicio; éstos abarcan la compra de materiales, insumos, herramientas, maquinaria que hacen parte de la ejecución de actividades para la creación de un producto final ya sea tangible o intangible. (Acosta et al., 2021). En síntesis, representa lo indispensable, la eficiencia y rentabilidad de la empresa. Se considera la competencia, como una empresa de un tercero con finalidades similares que actúa en el mercado dinámico, en una condición poco estática, esto se refiere al

planteamiento constante de estrategias para ser más competitivo ante sus rivales. Es así como, se hace posible describir o explicar el comportamiento metódico de las empresas, pues están en constante planeamiento de acciones para enfrentar y superar a quienes compiten por el mismo mercado y los mismos intereses (Miranda, 2021).

El producto es definido como el resultado de una serie de propuestas iniciadas que se convierten en decisiones y es respaldado al final por una marca, motivo por el cual ha sido creado y la necesidad que suplirá. (Niazi *et al.*, 2021). Es decir, es un bien creado con la finalidad de ser ofrecido a un público objetivo, y que ha sido diseñado y ejecutado específicamente para suplir o cubrir una necesidad. El concepto variedad se atribuye a las múltiples opciones que se pueden encontrar en un mercado, de un mismo producto o en su defecto, múltiples productos que cubran la misma necesidad. Tener una amplia variedad de productos disponibles para el público, extiende la opción de las empresas de llegar a más cantidad de público, pues las exigencias cambian y la posibilidad de suplirlas hacen que tengan mayor acogida en el mercado. (Fusté *et al.*, 2020)

La calidad está estrictamente conexas al control de los diferentes procesos que corresponden al producto o servicio a brindarse, en busca de la más alta calidad y que este a su vez, sea un factor diferencial ante la competencia. (Díaz y Salazar, 2021) es decir, la calidad corresponde a los ítems cuyo mayor cuidado requiere, pues de este depende una exitosa acogida o el rechazo del público. Pingo *et al.* (2020) indicó que las características de un producto pueden ser tangibles o intangibles, satisfaciendo aquellas necesidades identificadas del usuario. Las características, son de suma relevancia a nivel de la calidad esperada de los productos o servicios, pues éstas deben cumplir con los estándares esperados para encontrar al final del proceso productivo, un producto final de calidad con características excepcionales.

Plaza es el componente del mix que facilita la llegada del producto al cliente. El concepto de "plaza" se interpreta como una región geográfica destinada a la comercialización de un producto o servicio (Yépez *et al.*, 2021). Tiene como indicadores, puntos de venta, logística de transporte y accesibilidad del consumidor. Un punto de venta, en consecuencia, constituye el sitio físico o virtual (una plataforma de comercio electrónico) en el que una empresa

interactúa con un potencial consumidor. Puede ser tangible, es decir, físicamente existente, permitiendo a los clientes visitarlo (Moreno *et al.*, 2022). La logística de transporte es clave para el proceso de transitado de mercancías hacia clientes, sin importar la distancia con el proveedor.

Además, es considerada una de las actividades logísticas con mayor repercusión económica en el producto, asimismo, cabe resaltar que el tipo de transporte depende la distancia geográfica, tipo de producto y tiempo de entrega requerido (Cachimuel *et al.*, 2022). La accesibilidad del consumidor abarca las tácticas que una empresa pone en práctica para asegurar que sus clientes puedan realizar consultas de manera cómoda. Es esencial que todos los consumidores puedan acceder al servicio de atención al cliente, independientemente de su situación, habilidades o disponibilidad de dispositivos tecnológicos (Morcillo, 2020).

La promoción abarca todas las acciones, tanto individuales como no personales, realizadas por un vendedor o su representante con el propósito de comunicar, persuadir o recordar a un público específico. (Córdova, 2019). Está compuesta por los siguientes indicadores, como publicidad, relaciones públicas y ventas. La publicidad, vista como la acción de convencer y promocionar conceptos, productos o servicios, refleja una situación sociocultural que ejerce dominio en las elecciones de compra de sus consumidores.

Por su parte Rodas y Ortega (2020), manifestaron que las relaciones públicas implican establecer una estrategia de comunicación destinada a establecer y mantener relaciones de confianza con todos los públicos de la empresa. Según el autor, esta confianza es el elemento distintivo que separa las relaciones públicas de la publicidad y la propaganda. Asimismo, se basan en la estrategia de generar confianza, lo que aporta autenticidad a la comunicación (Stortini, 2020). Las ventas son una función integrante del proceso organizado de marketing y se describe como cualquier acción que despierta en los clientes el último estímulo hacia el intercambio. (Mora *et al.*, 2021).

## II. METODOLOGÍA

### 3.1 Tipo y Diseño de la investigación

Referente a los criterios determinados por el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC) en 2018, este estudio se categorizó de naturaleza aplicada. El enfoque se dedica a plantear desenlaces mediante la utilización de teorías que puedan contribuir al enriquecimiento intelectual de los lectores y estimular futuras investigaciones. Según lo mencionado por Serrano (2020), las investigaciones aplicadas tienen como finalidad principal proporcionar respuestas a objetivos específicos, abarcando los resultados más significativos.

Asimismo, se ha optó por utilizar un enfoque de investigación de índole cuantitativa en el presente estudio, esto debido a que las variables determinadas estarán representadas en términos numéricos mediante la utilización de instrumentos diseñados para recabar datos estadísticos. Dicho enfoque permitirá determinar la relación de las variables y dimensiones a raíz de los resultados logrados por medio de la implementación de dichos instrumentos. Conforme a lo señalado por Maldonado (2018), estos estudios deben desarrollarse siguiendo una dirección desde lo general hacia lo particular.

Igualmente, se ejecutó una investigación de naturaleza descriptiva, la cual se analizará la relación existente entre la relación de las variables. Siguiendo las observaciones de Guevara (2020), los estudios descriptivos se dedican a examinar un tema de manera holística, abarcando no solamente los datos disponibles, sino también proporcionando una descripción de las características inherentes al objeto de investigación y una interpretación de la problemática. Además, esta elección de diseño se ha adoptado debido a su capacidad para exponer los datos, establecer relaciones entre las variables y emplear técnicas.

En este proyecto, se exploraron los anómalos vinculados a las variables a través de análisis interpretativos. La selección de un diseño no experimental para esta investigación se justifica por la ausencia de manipulación en ninguna de las dos variables. Teniendo en cuenta aspectos esenciales ya se la elección de la muestra, la medición de las variables, el período en el cual se desarrolla la investigación y la obtención de un coeficiente correlacional (Ñaupas *et al.*, 2018).

Esta investigación se situó en el contexto de un estudio de corte transversal, dado que conlleva a cabo durante un intervalo temporal delimitado en un único entorno. No obstante, según Cvetkovic *et al.* (2021), los estudios transversales también pueden categorizarse por un objetivo principal, ya sea descriptivo o analítico. Se ha optado por este enfoque íntegro a que los datos recolectados se obtendrán en un lapso definido con el fin de detallar las variables y examinar su interrelación dentro de dicho período establecido.

### **3.2 Variables y Operacionalización**

La variable independiente, como la importación es definida como la entrada de mercancías con determinado precio, provenientes de países terceros, cuyo requisito es el pago de derechos arancelarios para el ingreso libre al territorio nacional. (Castro *et al.*, 2022). Compuesta por dimensiones como mercancía y precio del producto y derechos arancelarios.

Como variable dependiente, se tiene la comercialización, la cual se refiere a las operaciones que una mercancía atraviesa desde la producción hasta ser adquirida por el consumidor, para cumplir con una necesidad, según la demanda del mercado (Sánchez, Rewall y de la Nuez, 2020). Esta tiene como dimensiones, precio, producto, plaza y promoción.

### **3.3 Población, Muestra y Muestreo**

La población se compone de diversos elementos que pueden ser personas, animales, objetos, eventos y fenómenos, de ello se puede formar parte de un estudio. Es importante establecer límites en función del tiempo y el lugar (Niño, 2019).

#### **3.3.1. Población**

La población también se entiende como la unidad universal a partir de la cual se selecciona una muestra. Asimismo, se refiere a la totalidad de seres vivos o elementos que comparten características similares y que son objeto de estudio (Ramírez y Calles, 2021). La población de la investigación estuvo conformada por 10,000 productores de empresas o asociaciones exportadoras de limón Sutil en Piura, los cuáles laboran en las diferentes hectáreas fértiles que brindan la

cosecha de este perecible. La cantidad ha sido obtenida por la Dirección Regional de Agricultura Piura en su reporte estadístico del limón.

Criterios de inclusión: Según lo planteado por Patino y Carvalho (2018), los criterios de inclusión constituyen los elementos fundamentales que definen el alcance del enfoque adoptado en el estudio. Los criterios de inclusión considerados en esta investigación son todo productor que pertenece a una asociación o empresa que comercializa limón, en la región Piura, especialmente a las zonas del Valle de San Lorenzo, Chulucanas y Tambogrande con estado de actividad activo.

Criterios de exclusión: En contraposición, los criterios de exclusión se definen a características que podrían ser comunes en la investigación, pero que se excluyen a causa de afectar la exactitud de los datos obtenidos. En estos criterios no se consideran los productores de otros tipos de frutas, productores de otras regiones del país y productores que no pertenecen a empresas o asociaciones.

Ambos tipos de criterios desempeñan un papel crucial en la validación del estudio por que han permitido delimitar el objeto de estudio con la finalidad de no generar sesgo en la aplicación de los instrumentos y recolección de resultados.

### **3.3.2. Muestra**

La muestra que se abordó en el presente estudio fue sacada de la población de análisis, la cual está conformada por personas con características y situación similares. Así es como, Ñaupas *et al.*, (2018), indico que la población, es la conjugación de personas que tienden a tener características particulares en común, y que servirán para extraer una parte de ella a fin de observar y aplicar el instrumento necesario.

En el actual trabajo, se tuvo una población de 10,000 productores de empresas o asaciones exportadoras de limón Sutil de la ciudad de Piura, los mismos que se centran en el cultivo, cosecho y acopio de este fruto actualmente escaso. La muestra obtenida ha sido de 94 personas, las cuáles serán la unidad de análisis mediante el siguiente paso de la investigación. Dicha cantidad fue

obtenida a través de la fórmula correspondiente a la población finita, la cual es parte del muestreo probabilístico.

$Z$	1.95
$N$	10000
$E$	0.05
$P$	0.5
$Q$	0.5

$$N = \frac{Nz^2s^2}{(N - 1)e^2 + z^2s^2}$$

$$N = 10000(1.95 * 1.95)(0.5 * 0.5)^2$$

---


$$(10000) * 0.05^2 + 1.95^2 * (0.05 * 0.05)^2$$

$$N = \quad \mathbf{94}$$

### 3.3.3. Muestreo

#### Muestreo Probabilístico

Para elegir la muestra, se aplicó la técnica de muestreo probabilístico, la cual se basó en el uso de fórmulas matemáticas para determinar la cantidad necesaria en la muestra. Expreso Días de Rada (2020), que el muestreo probabilístico toma diferentes cantidades de modo tal que se tabula y finalmente se llega a la cantidad indicada.

#### Muestreo Probabilístico Simple

Se usó un muestreo aleatorio simple; modelo que otorga a todos los integrantes de la población, ser elegidos bajo una misma probabilidad ya que es al azar. Indicada por Posada (2022), que el beneficio de este muestreo es que brinda, sin riesgo de sesgo, la misma probabilidad para todos los individuos. Es decir, en el caso de los productores, todos estuvieron bajo la misma posibilidad de quedar dentro de la muestra.



### **3.3.4. Unidad de Análisis**

La unidad de análisis del presente trabajo de investigación se centró en el productor de limón Sutil proveniente de la región Piura, zona en dónde se alberga la mayor cantidad de productores de limón, los cuáles, asocian esta actividad económica a un sustento diario año tras años, y que, con los impactos percibidos por la importación colombiana, han sufrido los estrategos en función al precio, y el nivel de demanda.

### **3.4 Técnicas e instrumento de recolección de datos**

En este estudio, se empleó la técnica de la encuesta, definiéndola como un método técnico-científico en la investigación social (Belzunegui, 2020). Esta técnica posibilita la recolección de datos actualizados (Feria *et al.*, 2020). En esta investigación, se llevó a cabo esta técnica con el fin de conocer la perspectiva del objeto de estudio.

Como instrumento, se empleó un cuestionario estructurado con preguntas organizadas de manera lógica y coherente, lo cual facilita su comprensión (Amorós, 2019). Estos cuestionarios se consideran fáciles de administrar y entender estadísticamente la relación, además de su utilidad en múltiples situaciones (Resett, 2018). Los resultados obtenidos mediante este tipo de instrumento serán cotejados con la indagación contenida en la ficha de análisis documental.

De la misma forma, se realizó un análisis documental para evaluar ambas variables de estudio. Esta técnica involucra la revisión minuciosa tanto interna como externa de diversas teorías siguiendo un enfoque lógico. Para llevar a cabo esta técnica de manera efectiva, es esencial elegir un enfoque y un método de análisis específico. Además, se deben aplicar estrategias para buscar, seleccionar y analizar datos (Salazar y Tobón, 2018). Este enfoque consiente expandir el conocimiento de carácter confiable y relevante, en línea con las observaciones (2018). Como instrumento se estructurará una ficha de análisis documental para determinar el crecimiento de la importación de limón Tahití de Colombia hacia Perú.

### 3.4.1. Validez

La validez es una herramienta que ayuda los fenómenos en estudio la precisión utilizando diferentes técnicas u factores que verifiquen la concordancia que se tiene en la investigación presentada siendo esta confiable y válida para el estudio. Duckett, L. J. (2021).

### 3.4.2. Confiabilidad

La confiabilidad es el procedimiento de la información obtenida por medio de un instrumento de análisis de datos, el cual es administrado con la finalidad de obtener resultados uniformes. (Medina M. y Verdejo A., 2020).

En cuanto a la confiabilidad se aplicó el modelo Alpha de Cronbach, el cual fue preciso para estimar la profundidad de la confiabilidad de la consistencia de las variables y la fiabilidad de los instrumentos aplicados. (Muhammad, 2021).

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.775	6

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,953	14

### 3.5 Procedimiento

Con el propósito de realizar esta investigación, se identificó un problema y se llevó a cabo un análisis minucioso mediante la consulta de artículos científicos, libros y sitios web oficiales de instituciones tanto nacionales como internacionales. Prestando atención especial en asegurar la autenticidad de las fuentes, enfocándose en publicaciones en español e inglés que abordan las variables relacionadas con alza de precio del limón e importaciones, publicadas en los últimos 7 años.

Para recolectar los datos necesarios, se emplearon metodologías de entrevista y análisis documental. Adicionalmente, se utilizará un cuestionario con el propósito de contrastar los resultados. La información obtenida a través de este cuestionario se categorizó y organizó en una base de datos utilizando el software SPSS 26, con el fin de procesar la totalidad de los datos recopilados. Con el propósito de evaluar la correlación existente entre las variables.

### **3.6 Método de análisis de datos**

Para realizar el análisis de los datos procedentes de las entrevistas, análisis documental y encuestas, se empleó la herramienta de análisis SPSS, con el propósito de validar las hipótesis formuladas en la investigación. Se procederá a realizar análisis estadísticos sobre los resultados obtenidos mediante las técnicas e instrumentos aplicados. Estos datos se someterán a procesamiento a través del software estadístico SPSS, donde se efectuará la comparación y verificación de la información. A partir de este proceso de análisis, se generarán tablas y gráficos informativos que contendrán datos relevantes. Es relevante destacar que el software SPSS goza de amplio uso en distintos campos científicos para análisis cuantitativos, debido a su funcionalidad, capacidad de manejo y rango estadístico.

### **3.7 Aspectos éticos**

La investigación actual considera el Código de Ética de la Universidad César Vallejo con el objetivo de fomentar la integridad en una variedad de estudios científicos y operar bajo los principios de responsabilidad e integridad para respaldar investigaciones en controversia. Se subraya la importancia de evitar cualquier forma de plagio. Además, se aplicaron los lineamientos establecidos por las normas APA en su 7ª edición para las citas y la redacción adecuada, y se siguió la estructura definida por la guía de investigación correspondiente.

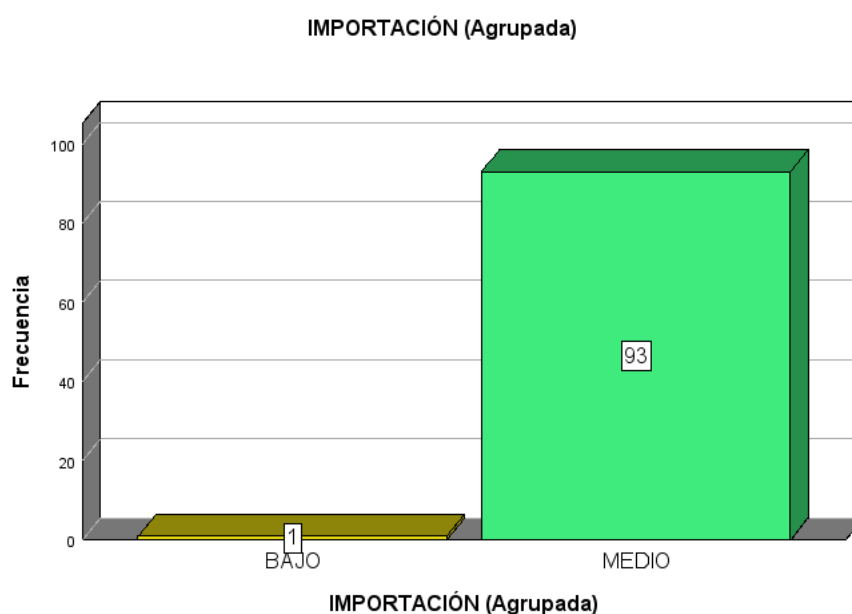
### III. RESULTADOS

#### 1. Análisis descriptivo de los resultados

El análisis descriptivo de los resultados del cuestionario se efectuó mediante los resultados de las 94 encuestas desarrolladas por los productores de limón sutil pertenecientes a empresas, asociaciones exportadoras que se encuentran en la región de Piura, especialmente en las zonas de Tambogrande, Chulucanas y Valle de San Lorenzo.

Tabla 1. *Distribución de frecuencia de variable independiente importación.*

IMPORTACIÓN (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	1.1	1.1	1.1
	MEDIO	93	98.9	98.9	100.0
	Total	94	100.0	100.0	



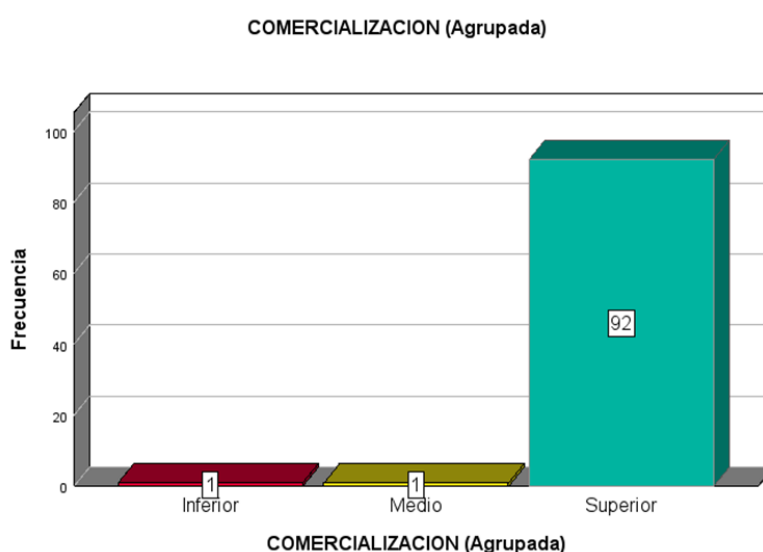
**Figura 1:** *Nivel de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil, según la percepción de los productores de la región Piura, 2023.*

*Fuente: Elaboración propia del investigador*

Según la tabla N°1 se observa que, de 94 productores de limón sutil de empresas o asociaciones exportadoras en Piura, el 1,1% (1 participante) consideran que la importación de limón Tahití colombiano ha sido de nivel bajo, mientras que el 98,9% (92 participantes) consideran que el nivel de la importación ha sido medio, la importación de limón Tahití colombiano en el presente año 2023 ha sido un volumen considerable, sin embargo, al ser un producto más económico afectó la venta de la poca producción de limón Sutil en la región Piura. Según un reporte en la revista de negocios América Economía (2023), solo en enero del 2023 ingresaron al país 680 toneladas de limón Tahití, lo que significó un incremento del 48% en relación con el mismo mes del 2022. Este cítrico se ha convertido en el séptimo producto más importado por Perú proveniente de Colombia durante el primer mes del año.

Tabla 2: *Distribución de frecuencia de variable dependiente comercialización.*

<b>COMERCIALIZACION (Agrupada)</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Inferior	1	1.1	1.1	1.1
	Medio	1	1.1	1.1	2.1
	Superior	92	97.9	97.9	100.0
	Total	94	100.0	100.0	



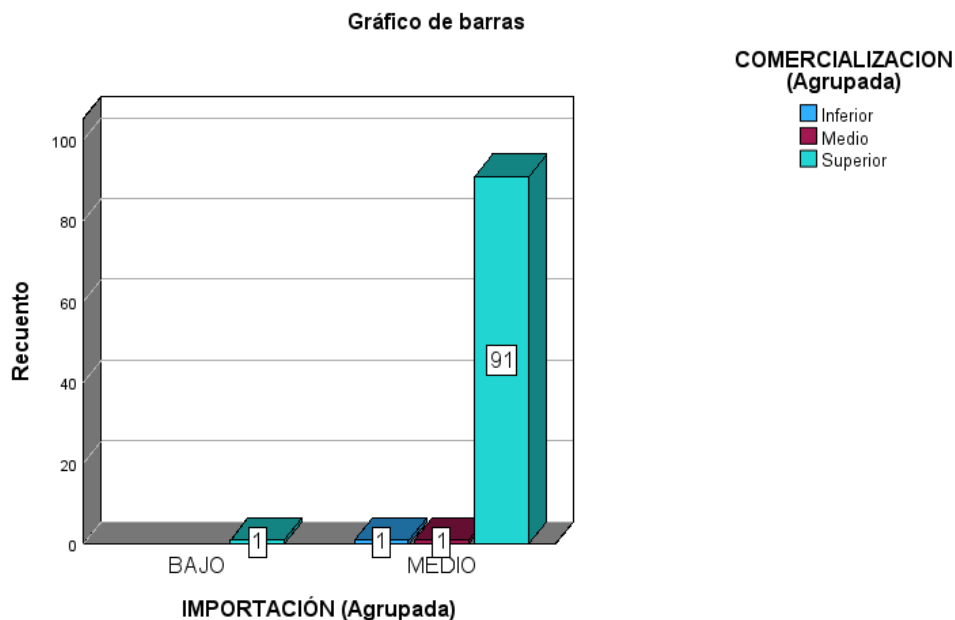
**Figura 2:** *Niveles de la comercialización de limón Sutil, según la percepción de los productores de la región Piura, 2023.*

*Fuente: Elaboración propia del investigador*

De acuerdo la tabla N°2 se observa que, de 94 productores de limón sutil de empresas o asociaciones exportadoras en Piura, el 1,1% (1 participante) perciben como inferior el impacto en la comercialización de limón sutil, mientras que el 1,1% (1 participante) perciben como impacto medio en la comercialización de limón, por último, el 97,6% (92 participantes) perciben como superior el impacto en la comercialización de limón Sutil de los productores piuranos. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2023) señaló que en la región Piura, correspondiente a la zona norte del país, es la que mayor cantidad de limón comercializa debido al volumen de productores de limones que alberga, de hecho, el 75% a nivel nacional corresponde a dicha región según datos del informe técnico de producción nacional.

Tabla 3: *Tabla de contingencia*

			COMERCIALIZACION			
			(Agrupada)			
			Inferior	Medio	Superior	Total
IMPORTACIÓN (Agrupada)	BAJO	Recuento	0	0	1	1
		Recuento esperado	.0	.0	1.0	1.0
		% del total	0.0%	0.0%	1.1%	1.1%
	MEDIO	Recuento	1	1	91	93
		Recuento esperado	1.0	1.0	91.0	93.0
		% del total	1.1%	1.1%	96.8%	98.9%
Total	Recuento	1	1	92	94	
	Recuento esperado	1.0	1.0	92.0	94.0	
	% del total	1.1%	1.1%	97.9%	100.0%	



**Figura 3:** Niveles de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil, según la percepción de los productores de la región Piura, 2023.

*Fuente: Elaboración propia del investigador*

En el estudio realizado con evidencia estadística suficiente en la tabla N°3 que de los 94 productores encuestados el 1,1% consideran que la importación de limón es baja y el 2,2% perciben la comercialización como inferior- medio, por otro lado el 98,9% (92 participantes) consideran que la importación de limón es de volumen medio y el 97,9% perciben la comercialización como superior, sin embargo, es de conocimiento general que, el precio del limón Sutil peruano ha llegado a precios exponenciales; subiendo el precio hasta un 66.2% en el mes de agosto. La importación de limón Tahití de Colombia ha sido, por un lado, una solución para los consumidores en función a precios, no obstante, ha sido para los diferentes productores una amenaza en función al nivel de la demanda que solían atender, esto refleja la situación crítica del productor, el cual, por motivos de escasez sufre el golpe de los elevados precios y con ello, la pérdida de la demanda con la importación colombiana.

## Análisis inferencial

Análisis de la distribución de datos para constatar las hipótesis.

Tabla 4. *Inferenciales – Prueba de normalidad*

	Pruebas de normalidad		
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
IMPORTACIÓN	0.135	94	0.000
COMERCIALIZACION	0.117	94	0.003
PRECIO	0.140	94	0.000
PRODUCTO	0.150	94	0.000
PLAZA	0.135	94	0.000
PROMOCIÓN	0.254	94	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Fuente: Elaboración propia del investigador*

Según el estudio realizado con una muestra mayor a 50, por medio de la prueba de Kolmogorov Smimov y con evidencia estadística suficiente en la tabla N<sup>o</sup>4, se observa que la primera, segunda variable y las dimensiones de la segunda variable no siguen una distribución normal ya que el  $p$  valor es menor a 0,05, tomando en cuenta ello se empleará la prueba de Rho de Spearman para poder medir correctamente la correlación. Con relación a esto, Roy et al (2019) indican que la correlación de Spearman es no paramétrico, utilizado en datos que no contengan una distribución normal, en base a ello, es adecuado utilizar el coeficiente de correlación de Rho Spearman.



Se presenta el objetivo general, comprobar la implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023.

Tabla 5. *La importación de limón colombiano realizada por el gobierno peruano influyó en la comercialización de limón sutil, 2023.*

<b>Correlaciones</b>				
		IMPORTACIÓN COMERCIALIZACION		
Rho de Spearman	IMPORTACIÓN	Coefficiente de correlación	1.000	.718**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	94	94
	COMERCIALIZACION	Coefficiente de correlación	.718**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	94	94

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Fuente: Elaboración propia del investigador*

En el estudio realizado por medio del análisis de Spearman, se obtiene un coeficiente de correlación de 0.718, significa que existe una correlación positiva impecable entre la variable independiente importación y la variable dependiente comercialización; con nivel de significancia de 0.001 que es menor a 0.01 por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que indica que la importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva en la comercialización de limón Sutil. El análisis documental del MIDAGRI (2023) registró un ingreso al mercado mayorista de la capital de 222 toneladas de limón Tahití en el mes de septiembre. Las importaciones, afectan la producción y comercialización nacional, en especial a los trabajadores y productores, pues son los que perciben el golpe comercial al ingresar productos del exterior con precios más bajos, generando efectos negativos a la industria nacional.

Como objetivo específico 1, determinar la implicancia de la importación de limón Tahití en el precio de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023.

Tabla 6. *El volumen de la importación del limón Tahití afectó el precio de venta del limón sutil en el tercer trimestre 2023.*

<b>Correlaciones</b>				
			IMPORTACIÓN	PRECIO
Rho de Spearman	IMPORTACIÓN	Coeficiente de correlación	1.000	.668**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	94	94
	PRECIO	Coeficiente de correlación	.668**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	94	94

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Fuente: Elaboración propia del investigador*

De acuerdo con el estudio por medio del análisis de Spearman, se obtiene un coeficiente de correlación de 0.668, significando que existe correlación positiva impecable entre la variable importación y la dimensión precio, por consiguiente, cualquier variación dentro de esta variable generaría alteraciones en la dimensión precio. obteniendo un nivel de significancia de 0.001 que es menor a 0.01 por lo tanto, acepta la hipótesis específica 1. Mediante el análisis documental que el Ministerio de Economía y Finanzas (2023) señaló la toma de medidas para reivindicar el precio del limón, encabezando, un aumento del volumen de importación de limón colombiano. Cuando ciertos factores de oferta afectan a la producción de los recursos se genera el encarecimiento de los bienes y necesidad de buscarlos, surgen ciertos alternativos como por ejemplo traer producto extranjero, ya que la inflación en el Perú ha aumentado un 5,88% este 2023 (INEI).

Como objetivo específico 2, determinar la implicancia de la importación de limón Tahití en el producto de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023.

Tabla 7. *El ingreso de limón importado afectó la poca producción de limón sutil, 2023.*

<b>Correlaciones</b>				
			IMPORTACIÓN	PRODUCTO
Rho de Spearman	IMPORTACIÓN	Coeficiente de correlación	1.000	.650**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	94	94
	PRODUCTO	Coeficiente de correlación	.650**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	94	94

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Fuente: Elaboración propia del investigador*

Según el estudio realizado por medio del análisis de Spearman, se obtiene un coeficiente de correlación de 0.650, lo que significa que existe una correlación positiva impecable entre la variable importación y la dimensión producto, por consiguiente, cualquier variación dentro de esta variable generaría alteraciones en la dimensión producto. Su nivel de significancia es de 0.001 que es menor a 0.01 por lo tanto, acepta la hipótesis. Mediante el análisis documental, el investigador de Grade, Eduardo Zegarra de Midagri (2023), señaló que la importación de limón es muy inusual y cuestionable debido a que no hay países que tengan producción de este fruto con las características similares al limón sutil. El presidente de la Convención Agro Peruano, Amaximandro Rojas, indicó que la importación de limón Tahití podría ser de mucha ayuda para el consumidor, pero perjudica a los pequeños y grandes productores de limón sutil.

Como objetivo específico 3, determinar la implicancia de la importación de limón Tahití en la plaza de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023.

Tabla 8. *Grado de impacto en la venta de limón sutil por presencia de otra variedad de limón, 2023.*

<b>Correlaciones</b>				
			IMPORTACIÓN	PLAZA
Rho de Spearman	IMPORTACIÓN	Coefficiente de correlación	1.000	.716**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	94	94
	PLAZA	Coefficiente de correlación	.716**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	94	94

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Fuente: Elaboración propia del investigador*

Según el estudio realizado por medio del análisis de Spearman, se obtiene un coeficiente de correlación de 0.716, lo que significa que existe una correlación positiva impecable entre la variable importación y la dimensión plaza, por consiguiente, cualquier variación dentro de esta variable generaría alteraciones en la dimensión plaza. El nivel de significancia es de 0.001 que es menor a 0.01 por lo tanto, acepta la hipótesis alternativa. Mediante el análisis documental tenemos según César Santiesteban, Director de Estadísticas en MIDAGRI (2023), indicó que algunos establecimientos a raíz del alza de precio se vieron obligados a buscar otras alternativas para reemplazar al limón sutil (peruano), como el producto colombiano (limón Tahití), producto que es adquirido en todos los mercados locales, los cuales son abastecidos desde el Gran Mercado Mayorista de Santa Anita, donde se distribuyen variedades de limón.

Como objetivo específico 4, determinar la implicancia de la importación de limón Tahití en la promoción de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023.

**Tabla 9.** Nivel de influencia del limón importado en el comercio del limón sutil en la región de Piura, 2023.

<b>Correlaciones</b>				
			IMPORTACIÓN	PROMOCIÓN
Rho de Spearman	IMPORTACIÓN	Coeficiente de correlación	1.000	.665**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	94	94
	PROMOCIÓN	Coeficiente de correlación	.665**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	94	94

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Fuente: Elaboración propia del investigador*

Respecto al estudio por medio del análisis de Spearman, se obtiene un coeficiente de correlación de 0.665, lo que significa que existe una correlación positiva impecable entre la variable importación y la dimensión promoción, por consiguiente, cualquier variación dentro de esta dimensión generaría alteraciones en la variable importación. Se obtiene un nivel de significancia de 0.001 que es menor a 0.01 se acepta la hipótesis alterna. Mediante el análisis documental tenemos que ante el ingreso de limón importado como lo indicó el Ministerio de Desarrollo y Riego (2023) el vocero José Marchena señaló que muchos de los comerciantes de la zona de Piura venden el producto importado (limón Tahití) haciéndolo pasar como nacional, siendo este más económico que el limón sutil. Asimismo, mencionó que las autoridades deberían tomar medidas ante la acción de estafa al consumidor.

#### IV. DISCUSIÓN

Descrito a los resultados conseguidos se presenta la relación de la investigación con los estudios anteriormente mencionados en nuestro marco teórico, los resultados obtenidos se basaron en nuestros objetivos del cual da relación con las hipótesis de la investigación en estudio, determinando lo siguiente:

En base a los resultados, la hipótesis general refiere una implicancia positiva entre la importación de limón Tahití y la comercialización del limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023, donde se encontró que la variable de estudio del coeficiente de correlación es de 0.718 indicando que existe una similitud así mismo su nivel de significancia es de 0.001, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula de dicha investigación. Al mismo tiempo el análisis que se realizó para la verificación de las hipótesis fue verificada mediante el análisis de Rho Spearman, siendo este el indicado para encontrar la relación de ambas variables, lo anterior se sustenta en la tabla 5.

Dichos resultados concuerdan con lo expuesto por Montero (2018), Lobo (2020), Pérez y Dussell (2019); que expresaron que la importación tiene una implicancia positiva alta al afectar la producción y comercialización, de productos del exterior con precios menores, generando efectos negativos dentro de la industria nacional que si sigue existiendo falencias en el mercado este será impactada negativamente. En la teoría pura del comercio internacional, planteada por Adam Smith, citado por (Calvo, 2021), manifestó que la importación es respuesta al pronóstico de lo que sucede en el entorno; la ley de oferta y demanda explica, que para abarcar dicha demanda se opta por la importación del limón Tahití, tal y como lo menciona MIDAGRI (2023) este ingreso solventó la demanda de los consumidores, sin embargo, afecto inevitablemente a los trabajadores y productores de la región Piura.

En la hipótesis específica 1 se señala que mediante los resultados obtenidos en la dimensión precio, tienen una afinidad continua con la importación de limón Tahití y del limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023, en el cual se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.668 existiendo una correlación positiva impecable entra la dimensión y variable antes mencionada,

del mismo modo el nivel de significancia que se obtuvo fue de 0.001, que indica ser menor a 0.01 por ende, se acepta la hipótesis que revela que la importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva muy alta en el precio del limón Sutil.

Este estudio está ligado en base a Conferencia de las Naciones Unidas sobre el comercio y desarrollo (2019), Huamán, et al., (2021) y Freire et al., (2022); quienes afirmaron que, al aumentar las operaciones de importación, estas logran generar índices altos de volatilidad en los precios e incluso incremento y déficit en la balanza comercial. Dándonos una explicación más concisa y acertada sobre las variables estudiadas, corroborando que el precio influye grandemente al alto índice de importaciones, asemejando a lo que describe (Pardo et al., 2020). Que el precio del producto nacional esta propenso a diversos factores influyendo directamente al precio, alterando la estabilidad economía nacional, del mismo modo el MEF (2023) señala que las importaciones de cierto modo impactan a nuestra economía.

En la hipótesis específica 2 precisa, si existe implicancia positiva muy alta en la importación de limón Tahití sobre el producto de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023, el estudio data con evidencia estadística mediante el análisis de Rho Spearman, que el coeficiente de correlación obtenido es de 0.650, significando que existe una correlación efectiva perfecta entre la variable importación Y la dimensión producto, de manera que, cualquier variación dentro de esta variable generaría alteraciones en dicha dimensión. Así mismo se encontró un nivel de significancia de 0.001 que es menor a 0.01, representando la aceptación de la hipótesis la cual nos expresa que la importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva muy alta en el limón Sutil.

Este hallazgo se vincula con lo expuesto (Fusté et al., 2020) quien afirma que al encontrar en el mercado variedad de producto que cubran la misma necesidad el público extenderá sus opciones de poseer, comprar y sustituir, claro ejemplo de lo que sucedió con la escasez de el limón Sutil, dicho producto se vio afectado a ser remplazado y sustituido por su poca producción. En la misma línea Pingo et al. (2020) nos afirma que la aceptación de un producto se ve

relacionado por sus características, sea un producto tangible o intangible, difiriendo si cubre la satisfacción del consumidor final, es decir que los clientes finales suelen verse atraídos por las cualidades. Analizando ello se manifiesta que el limón importado repercute altamente en el limón nacional, debido a su menor costo y gran tamaño, siendo elegido por los usuarios finales ante el problema antes descrito.

En la hipótesis específica 3 detalla si la implicancia positiva es muy alta en la importación de limón Tahití sobre la plaza de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023 el resultado obtenido estadísticamente por medio del análisis Rho Spearman se logra alcanzar un coeficiente correlacional de 0.716 con una significancia de 0.001, siendo menor a 0.01 el cual permite aceptar la hipótesis que expresa que la importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva muy alta en la plaza del limón Sutil. significando que existe una correlación genuina entre la dimensión plaza y la variable importación, dándonos a entender que cualquier variación dentro de esta variable generaría alteraciones en la dimensión plaza.

Dicha dimensión abarca la región geográfica destinada a la comercialización de un producto o servicio, siendo un punto de venta en la cual el vendedor persuade al consumidor de adquirir lo ofrecido, conforme con (Rodríguez et al, 2020). Quien sustento que las 4Ps de comercialización permiten evidenciar los cambios que repercuten en el entorno, en la cual una empresa busca comunicar, convencer y recordar acerca de sus productos estableciendo sus estrategias enfocadas en la producción, ventas, consumidor y competencia. Relacionando esta teoría con la investigación nos explica el impacto que tuvo el limón importado (Tahití) acaparando los puntos de ventas que demandaban de su consumo difiriendo con el limón Sutil y su poca producción tal y como se describe en el análisis documental, sosteniendo el desplazamiento de la plaza a causa del limón importado (Tahití).



En la hipótesis específica 4 define si la implicancia positiva alta en la importación de limón Tahití tiene efectos en la promoción de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023. Conforme a lo arrojado por el estudio estadístico del análisis de Rho Spearman el coeficiente de correlación obtenido es de 0.665, precisando una correlación positiva entre la variable importación la dimensión promoción, el nivel de significancia conseguido es de 0.001 indicando que es menor a 0.01, por consiguiente cualquier variación dentro de la variable importación generaría alteraciones en la dimensión promoción, dicho de otra forma la hipótesis que indica que la importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva muy alta en la promoción del limón Sutil es aceptada.

Este resultado está asociado por lo que sustentaron (Rodas y Ortega, 2020) indicando que la promoción de un producto se refleja en un contexto sociocultural, ya que son los consumidores quienes ejercen el dominio en las elecciones de compra. Por ello es imprescindible este canal, este es el medio de comunicación y persuasión de los vendedores hacia el público objetivo, por lo tanto (Stortini, 2020), puntualiza que se debe tener estrategias basadas en forjar e inspirar confianza con lo que se ofrece siendo el punto primordial de fidelizar al usuario final.

En relación con lo expuesto, se fundamenta la importancia profesional de esta investigación, la cual radica en fijar información que represente la incidencia de la importación del limón Tahití en la comercialización del limón Sutil, resultando beneficiosa para una variedad de grupos, importadores, agricultores, asociaciones empresariales, consumidores finales y estudiantes siendo base para futuras investigaciones, dado que se tomó dos instrumentos para verificar el trayecto de las variables, siendo la encuesta y el análisis documental. Ello para indagar sobre el tema coyuntural en la cual la región se vio afectada.

Al aplicar el instrumento como fue la encuesta, los agricultores mostraron interés por el tema abordado, debido al ser ellos el foco de tensión que se dio en la coyuntura; lo cual permitió ser relevante esta investigación dentro del contexto científico radicando en cómo fue la implicancia de la importación del limón Tahití en la comercialización del limón Sutil. Por lo tanto, esta investigación proporciona una base sólida y servirá como antecedente para investigaciones futuras que deseen profundizar en este tema.

En el transcurso de la recolección de datos para esta investigación, surgieron ciertos inconvenientes con respecto al análisis documental, dado que la información requerida fue escasa en las principales instituciones del estado, para constatar la incidencia de la variable importación, sin embargo, se optó por obtener dicha información a través de medios de comunicación, siendo de gran utilidad para reforzar los resultados.

## V. CONCLUSIONES

Primera conclusión, la importación del limón Tahití colombiano, mayormente percibida como de volumen medio, se ha traducido en un producto considerable en cantidad. Sin embargo, este flujo considerable de importaciones en Piura ha ejercido un impacto significativo y negativo en la comercialización del limón Sutil local. Los datos respaldaron la hipótesis de una correlación positiva alta entre la importación y la comercialización, evidenciada por un coeficiente de correlación de 0.718 y un p valor (sig.)  $<0.05$ . Estos resultados subrayan la urgencia de desarrollar estrategias que salvaguarden la producción local de limón Sutil y garanticen la sostenibilidad de los productores en la región. En consecuencia, se puede afirmar que la importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva en la comercialización de limón Sutil en Piura durante el año 2023.

Segunda conclusión, el estudio enfocado en la implicancia de la importación de limón Tahití en el precio del limón Sutil en la región Piura durante el año 2023 revela resultados significativos. Los análisis estadísticos, respaldados por un coeficiente de correlación de 0.668 y un p valor (sig.)  $<0.05$ , confirman de manera inequívoca una correlación positiva impecable entre la variable de importación de limón Tahití y el precio del limón Sutil. Esto implica que cualquier variación en el precio del limón Sutil está estrechamente relacionada con alteraciones en la importación de limón Tahití.

Tercera conclusión, en síntesis, el coeficiente de correlación de 0.650, respaldado por un p valor (sig.)  $<0.05$ , confirma de manera concluyente una correlación positiva perfecta entre la dimensión del producto y la variable de importación. Este descubrimiento indica que cualquier fluctuación en la producción de limón Sutil está estrechamente ligada a cambios en la importación de limón Tahití. En consecuencia, se evidencia de manera destacada la influencia negativa de la importación de limón Tahití en el producto de limón Sutil en la región Piura en 2023. Estos resultados no solo respaldan la interrelación entre la producción local y la importación, sino que también subrayan la urgencia de implementar estrategias que refuercen la posición de los productores de limón Sutil en un mercado marcado por la predominancia del limón importado.

Cuarta conclusión, la evaluación sobre el impacto de la importación de limón Tahití en la plaza del limón Sutil en la región Piura en 2023 se respalda con un coeficiente de correlación de 0.716 y un p valor (sig.)  $<0.05$ , indicando una correlación altamente positiva entre la dimensión plaza y la variable de importación. La confirmación de la hipótesis específica refuerza la premisa de que cualquier cambio en la plaza del limón Sutil está intrínsecamente ligado a variaciones en la importación de limón Tahití. En síntesis, la marcada implicancia positiva de la importación de limón Tahití en la plaza del limón Sutil subraya la urgencia de implementar estrategias que fortalezcan la presencia y competitividad del limón Sutil en los puntos de venta de la región Piura, teniendo en cuenta el impacto significativo de la importación en el comportamiento del consumidor y en la dinámica del mercado local.

Quinta conclusión, en resumen, la investigación para determinar la implicancia de la importación de limón Tahití en la promoción del limón Sutil en la región Piura en 2023 revela una correlación positiva muy alta, respaldada por un coeficiente de correlación de 0.665 y un p valor (sig.)  $<0.05$ . La confirmación de la hipótesis específica 4 subraya que cualquier variación en la promoción del limón Sutil está estrechamente vinculada a cambios en la importación de limón Tahití. Esto resalta la necesidad imperante de estrategias de promoción efectivas para el limón Sutil, considerando la marcada influencia negativa de la importación de limón Tahití en la dinámica del mercado y en el comportamiento de los consumidores locales.

## VI. RECOMENDACIONES

Primera recomendación, se sugiere implementar estrategias sólidas y adaptativas con la colaboración con entidades gubernamentales y la aplicación de políticas que fomenten la competitividad y sostenibilidad, deberían centrarse en fortalecer la posición de los productores de limón Sutil, considerando la diversificación de la oferta, promoción de la calidad del producto local y medidas regulatorias que protejan la industria frente a los flujos de importación.

Segunda recomendación, en cuanto a la implicancia de la importación de limón Tahití en el precio de limón Sutil, se recomienda a los productores locales implementar un sistema de fijación de precios flexible que permita adaptarse a las variaciones en la importación, considerando el valor percibido del limón Sutil y la competencia del limón Tahití, basándose en la importancia del precio en el marketing mix, protegiéndose así ante fluctuaciones abruptas y garantizando una estabilidad en la comercialización.

Tercera recomendación, por otro lado, se sugiere a los productores locales que diversifiquen sus productos de limón Sutil para ofrecer variedades específicas o productos derivados, respaldándose en la importancia de la variedad en la comercialización y se adhieran a normativas de calidad, como la obtención de certificaciones que respalden la seguridad y calidad de su producto, considerando la importancia de las restricciones y normativas en la importación.

Cuarta recomendación, por otra parte, es recomendable desarrollar estrategias de marketing adaptadas al contexto local para mantener la presencia del limón Sutil en los puntos de venta locales mediante acuerdos y alianzas con minoristas, garantizando una distribución constante y destacada, fomentando la colaboración entre productores y comerciantes.

Quinta recomendación, por último, se sugiere diseñar estrategias de promoción que destaquen las cualidades distintivas y la procedencia local del limón Sutil como su calidad, fresca y origen local, diferenciándolo claramente del limón Tahití, esto permitirá resaltar la singularidad del limón Sutil y creará conciencia en los consumidores sobre los beneficios de apoyar productos locales.

## REFERENCIAS

- Acosta, A., Bonomie, M., y Urdaneta, M. (2021). Costos de producción en unidades productivas familiares del sector panadero en Maracaibo-Zulia, Venezuela. *Revista de ciencias sociales*, 27(3), 491-507. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8090635>
- Amorós, L. (2019). *Actitudes y conocimientos de entornos digitales*. Editorial DYKINSON. <https://doi.org/10.2307/j.ctvfb6zqp>
- Arias, J. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting Eirl. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Asociación Latinoamericana de Integración (2021) *Informe de comercio exterior global* 2021. <https://www2.aladi.org/sitioaladi/documentos/tenci/2022/3032.pdf>
- Barreto, E.; Palma, G.; Vélez, L. y Galarza, L. (2022). Análisis de las estrategias de comercialización y su incidencia en el desarrollo financiero del negocio “GYC” de la parroquia Riochico, periodo 2021. *Dom. Cien.*, 8 (2), 740-753. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8637961>
- BCRP (Banco Central de Reserva del Perú) 2023:"Notas de estudio del BCRP: Inflación Septiembre - 2023" <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Notas-Estudios/2023/nota-de-estudios-71-2023.pdf>
- Belzunegui, Á. (2020) *La encuesta sociológica: Una herramienta informativa para la gestión local*. *Revista Castellano- Manchega de ciencias sociales*, 27, 140- 145. <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i27.538>
- Bravo, G. y Matovelle, M. (2021). Diagnóstico de empresas de comercialización de artículos de consumo masivo. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 440-466. <https://www.redalyc.org/journal/5768/576868967021/>
- Cachimuel, D.; Monar, A.; Garay, V. y Velásquez, P. (2022). *Proceso de diseño y planificación de rutas de transporte para mejorar los tiempos de entrega*.

- Polo de conocimiento, 7(4), 13-30.  
<http://dx.doi.org/10.23857/pc.v7i4.3806>
- Calvo, A. (2021). Economía internacional y organismos económicos internacionales. 3ª edición. España: Editorial Universitaria Ramón Areces.  
[https://www.google.com.pe/books/edition/Econom%C3%ADa\\_internacional\\_y\\_organismos\\_eco/WOc3EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0](https://www.google.com.pe/books/edition/Econom%C3%ADa_internacional_y_organismos_eco/WOc3EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0)
- Carrillo, B., Grajales, L., y Novelo, F. (2020). Precios justos y tendencias de venta de productos agropecuarios mexicanos a intermediarios. Cuadernos de Desarrollo Rural, 17, 1-24. DOI:  
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.cdr17.pjtv>
- Castro, M., Ibañez, R. y López, H. (2022). Practicum Social 2022. ARANZADI/CIVITAS. [https://books.google.com.pe/books?id=Cn59EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ViewAPI&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=Cn59EAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ViewAPI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2021). Incentivos a la sostenibilidad en el comercio internacional.  
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/af7f8614-936d-4507-bfe3-9499a81e8b52/content>
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre el comercio y desarrollo (2019). Clasificación internacional de las medidas no arancelarias.  
[https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab2019d5\\_es.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab2019d5_es.pdf)
- Cordova Navarro, C. O. (2019). Promoción del marketing y el posicionamiento. UCV-HACER, 8(4), 14.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7946075>
- Cvetkovic, A., Maguiña, J., Soto, A., Lama, J., Correa, L. (2021) Estudios transversales. Revista Fac. Med. Hum, 21(1), 179- 185.  
<http://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v21i1.3069>
- Díaz de Rada, V. y Martínez, V. (2020). Diseños muestrales en hogares: diferencias y similitudes entre muestras probabilísticas y muestras con rutas y cuotas. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 171: 23-42. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7518515>

- Díaz, A., y Salazar, A. (2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. Podium, (39), 19-36.  
[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2588-09692021000100019&script=sci\\_arttext](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2588-09692021000100019&script=sci_arttext)
- Duckett, L. J. (2021). Excelencia cuantitativa en investigación: Diseño de estudios y medición fiable y válida de variables. Revista de Lactancia Humana, 37(3), 456-463.  
[Excelencia en la investigación cuantitativa: diseño de estudios y medición fiable y válida de variables - Laura J. Duckett, 2021 \(sagepub.com\)](#)
- Feria, H. (2020) La entrevista y la encuesta: ¿Métodos o técnicas de indagación empírica? Revista Didasc@lia, 11(3), 62- 79.  
<https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalia/article/view/992>
- Fernández, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. Espíritu Emprendedor TES, 4 (3), 65 - 76.  
<https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- Ferro, J. (2020). Comercio Exterior: Viaje a los grandes negocios.  
<https://www.google.com.pe/books/edition/Comercio Exterior Viaje a los grandes ne/rO7JDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=0>
- Freire, C., Carrera, Félix., Hurtado, G. y Matute, J. (2022). Análisis de las relaciones internacionales del Ecuador con la Comunidad Andina de Naciones (CAN) para determinar su efecto en el flujo del comercio internacional de la región. Inf. tecnol. vol.33(1)  
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642022000100025>
- Fusté F., Medina, X., y Mundet, L. (2020). La proximidad de los productos alimentarios: turismo gastronómico y mercados de abastos en la costa daurada (Cataluña, España). Revista de Geografía Norte Grande, (76), 213-231.  
[https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-34022020000200213&script=sci\\_arttext&tlng=en](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-34022020000200213&script=sci_arttext&tlng=en)
- Galarza, Y., Izquierdo, N., y Bustamante, R. (2021). El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas. Polo del



Conocimiento: Revista científico-profesional, 6(3), 2045-2069.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926929>

Galván, E. y Santos G. (2019). Análisis de la elasticidad del precio y ventaja comparativa revelada del sector de cítricos en México. Mercados y Negocios, núm. 39, pp. 87-104.

<https://www.redalyc.org/journal/5718/571860887005/html/>

Gómez, M.; Mossos, N. y Herrera, R. (2020). Caracterización agrícola de pequeños agricultores en aplicación de buenas prácticas agrícolas en el municipio de Argelia, Valle del Cauca, Colombia. Acta Agrom. Vol. 70 (1).  
<https://doi.org/10.15446/acag.v70n1.86537>

Guevara, G., Verdesoto, A., Castro, N. (2020) Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación - acción). Revista Recimundo, 4(3), 165- 173. DOI:  
[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)

Huamán, A., Martínez, Y. y Macha, R. (2021). Barreras comerciales en la importación de productos chinos al Perú. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, Vol. 6, N°. Extra 1, 2021 (Ejemplar dedicado a: Especial: Administración), 282-301.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8217203>

INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos). 2016b. Resultados Nacionales y Provinciales. Quito, Ecuador. 255 p.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2022). Comportamiento de la economía Peruana 1950 - 2021  
[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1843/cap01.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1843/cap01.pdf)

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2023). Informe técnico de producción nacional 2023.  
<https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/06-informe-tecnico-produccion-nacional-abr-2023.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2023). Variación de los indicadores de precios de la economía Agosto 2023.

<https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/08-agosto-variacion-de-los-indicadores-de-precios-de-la-economia.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2016). Resultados Nacionales y Provinciales. Quito, Ecuador. 255 p.

Instituto Mexicano del Transporte. (2016). Logística del autotransporte de carga: Estrategias de gestión. <https://imt.mx/archivos/Publicaciones/PublicacionTecnica/pt483.pdf>

Jimenez, S. (2022). UF1780: Investigación y recogida de investigación de mercados. COMM0110. IC Editorial. [https://www.google.com.pe/books/edition/Investigaci%C3%B3n\\_y\\_recogida\\_de\\_informaci%C3%B3n/-7WpEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Muestreo+probabil%C3%ADstico&pg=PT177&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/Investigaci%C3%B3n_y_recogida_de_informaci%C3%B3n/-7WpEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Muestreo+probabil%C3%ADstico&pg=PT177&printsec=frontcover)

Larco, E., y Bazurto, E. (2020). Las tasas para la obtención de documentos de control previo en Ecuador como medidas para restringir las importaciones. INNOVA Research Journal, 5(1), 234-241. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7475495>

Lobo, C. (2020). En defensa del mercado interno. Importación japonesa y empresarios textiles en el Perú, 1929-1939. Apuntes vol.47 no.86 Lima ene./jun. 2020. <http://dx.doi.org/10.21678/apuntes.86.931>

Luna, I., Paz, Y. y Flores, L. (2019). Comercialización de miel en Huajuapán de León: desafíos y oportunidades, NOVUM, 1(10), 124 - 146. <https://www.redalyc.org/journal/5713/571361695007/>

Maldonado, J. (2018). Metodología de la investigación social: paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario. Ediciones de la U. <http://www.ebooks7-24.com/?il=8043>

Medina M. y Verdejo A. (2020) Validez y confiabilidad en la evaluación del aprendizaje mediante las metodologías activas. [http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S1390-86422020000200270&script=sci\\_arttex](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S1390-86422020000200270&script=sci_arttex)

- Ministerio de Economía y Finanzas del Perú. (2022). Arancel de Aduanas. [www.gob.pe](http://www.gob.pe).  
[https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2676619/DS404\\_2021EF.pdf.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2676619/DS404_2021EF.pdf.pdf)
- Miranda, J. (2021). Acciones competitivas y desempeño organizacional en la perspectiva dinámica competitiva. *Investigación administrativa*, 50(127).  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782021000100010&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782021000100010&script=sci_arttext)
- Montero, J. (2018). Impacto de las importaciones de indumentaria en la producción y el empleo en argentina (1990-2015): ¿Desindustrialización o informalización?. *Cuadernos de Economía Crítica*, vol. 5, núm. 9, pp. 97-126, 2018. <https://www.redalyc.org/journal/5123/512357929009/html/>
- Mora Arístega, J. E., Morales Morejón, S. E., & Franco Bayas, M. A. (2022). Gestión de ventas de los productos de comercialización compleja. *Oradores*, 1(16), 13.  
<http://portal.amelica.org/ameli/journal/328/3283333006/>
- Morcillo Moreno, J. (2020). La accesibilidad de productos y servicios en la Unión Europea: Luces y sombras de una esperada regulación que deja la última palabra a los estados. *Administración Pública*, 34.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7677181>
- Moreno Ponce, M. R., Claudio Vera, N. A., & Figueroa Endara, D. M. (2022). Estrategias de marketing y su incidencia en las ventas de la Asociación de Agricultores 11 de octubre, Parroquia El Anegado. *Dominio de Las Ciencias*, 8(2), 26.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8638027>
- Muhammad Amirrudin (2021). Efecto de la variabilidad sobre la confiabilidad alfa de Cronbach en la práctica de investigación. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jmsk/article/view/11655>
- Niazi, N., Rashid, M., y Shamugia, Z. (2021). Role of marketing mix (4ps) in building brand equity: Case study of Shell Petrol, UK. *International Journal of Applied Business and Management Studies*, 6(1), 2021.

[https://www.researchgate.net/publication/354340744\\_Role\\_of\\_Marketing\\_Mix\\_4Ps\\_in\\_Building\\_Brand\\_Equity\\_Case\\_Study\\_of\\_Shell\\_Petrol\\_UK](https://www.researchgate.net/publication/354340744_Role_of_Marketing_Mix_4Ps_in_Building_Brand_Equity_Case_Study_of_Shell_Petrol_UK)

Niño, M. (2019). Metodología de la investigación: diseño, ejecución e informe. Ediciones de la U. <http://www.ebooks7-24.com/?il=9546>

Núñez, M. (2021). Diccionario de Comercio Exterior 2021: Conozca el vocabulario de todos los días en esta materia. Ediciones Fiscales ISEF. [https://www.google.com.pe/books/edition/Diccionario\\_de\\_Comercio\\_Exterior\\_2021/4YzEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0](https://www.google.com.pe/books/edition/Diccionario_de_Comercio_Exterior_2021/4YzEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0)

Ñaupas, H., Palacios, J., Romero, E., Valdivia, R.(2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. Ediciones de la U.. <http://www.ebooks7-24.com/?il=8046>

Organización Mundial del Comercio (2021). Diccionario de Términos de Política Comercial. OMC | Publicaciones (wto.org)

Organización Mundial del Comercio (2022). Perspectivas del comercio mundial y estadísticas. Asociación Latinoamericana de Integración [OMC | Perspectivas del comercio mundial y estadísticas \(wto.org\)](https://www.wto.org/es/pressroom/2022/02/220202_perspectivas_del_comercio_mundial_y_estadisticas.htm)

Orozco, J. y Díaz, A. (2018). ¿Cómo redactar los antecedentes de una investigación cualitativa?. Revista Electrónica De Conocimientos, Saberes Y Prácticas, 1(2), 66–82. <https://doi.org/10.30698/recsp.v1i2.13>

Pardo, G., Narváez, C. y Erazo, J. (2020). Análisis del impacto tributario y contable por las variaciones del precio de la caja de banano en los productores del cantón Machala, Ecuador. Vol. 6, núm. 1, Especial marzo 2020, pp. 396-428. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i1.1154>

Patino, C. y Carvalho J. (2018). Inclusion and exclusion criteria in research studies: definitions and why they matter. Revista J Bras Pneumol, 44(2), 84 - 84. <https://doi.org/10.1590/S1806-37562018000000088>

Pérez, L., y Dussel, E. (2019). Efectos del comercio internacional con EE.UU. y China en el empleo manufacturero en México. Paradigma económico. Revista de economía regional y sectorial, 11(2), 39-66. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=431562932002>

- Pingo, A., Poicon, F., Vargas, R., y Tito, D. (2020). Gestión de la calidad: un estudio desde sus principios. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 25(90), 632-647.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7565476>
- Posada, M. (2022). Operaciones básicas de laboratorio Edición 2022. Ediciones Paraninfo, SA 2da edición, 2022.  
[https://www.google.com.pe/books/edition/Operaciones\\_b%C3%A1sicas\\_de\\_laboratorio\\_Edic/yYZ3EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Muestreo+probabil%C3%ADstico&pg=PA143&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/Operaciones_b%C3%A1sicas_de_laboratorio_Edic/yYZ3EAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=Muestreo+probabil%C3%ADstico&pg=PA143&printsec=frontcover)
- Ramírez, J. y Calles, R. (2021). Manual de metodología de la investigación en Negocios Internacionales. Editorial ECOE.
- Resett, S. (2018). Análisis psicométrico del cuestionario de agresores/ víctimas de Olweus en español. *Revista PUCP*, 36 (2), 576- 602.  
<https://doi.org/10.18800/psico.201802.007>
- Roy, I., Rivas, R., Pérez M. y Palacios L. (2019). Correlación: no toda correlación implica causalidad. <https://doi.org/10.29262/ram.v66i3.651>
- Rodas Soto, B. I., & Ortega Muñoz, K. S. (2020). Análisis de la influencia de la comunicación publicitaria a través de las redes sociales en los estudiantes de la Carrera de Comunicación social sede Guayaquil, horario nocturno. *INNOVA Research Journal*, 5(3.2), 23.  
<https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4451>
- Rodríguez, M., Pineda, D. y Castro, C. (2020). Tendencias del marketing moderno. *Revista Espacios*, 41(27).
- Rojas, M.; Sánchez, R.; Flores, J.; Mex, R. y Figueroa, J. (2022). Una hipótesis sobre el incremento del precio del limón en México, 2022. *Ciencia e interculturalidad*, 31 (2).  
<http://portal.amelica.org/ameli/journal/416/4163651008/>

Salazar, E. y Tobón, S. (2018) Análisis documental del proceso de formación docente acorde con la sociedad del conocimiento. Revista Espacios, 39(53), 17. <https://www.researchgate.net/publication/329075749>

Sánchez, R. y De la Nuez, D. (2020). Formulación de la estrategia de comercialización en la Distribuidora Cuba Ron. Avances, vol. 22, núm. 3, 2020.

[Formulación de la estrategia de comercialización en la Distribuidora Cuba Ron \(redalyc.org\)](https://www.redalyc.org)

Santistevan, M.; Helfgott, S.; Figueroa, O. y Julca A. (2017). Comportamiento del cultivo del limón (*Citrus aurantifolia* Swingle) en “fincas tipo” en Santa Elena, Ecuador. IDESIA (Chile), 34 (7). [DOI: 10.4067/S0718-34292017005000003](https://doi.org/10.4067/S0718-34292017005000003)

Santistevan, M; Helfgott, S; Loli, O; Julca, A. (2016). Comportamiento del cultivo del limón (*Citrus aurantifolia* swingle) en dos localidades de Santa Elena, Ecuador. Revista Científica y Tecnológica UPSE 3(2): 15-20. <http://dx.doi.org/10.26867/se.2023.v12i2.155>

Serrano, J. (2020). Metodología de la investigación. Editorial Gamma.

[Metodologia de la Investigacion edicion Gamma 2020: 1er semestre ... - Jesus Serrano - Google Libros](https://books.google.com/books?id=...)

Stortini, G. (2020). Las Relaciones Públicas y la formación en valores. ComHumanitas, 11(2), 30. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7666288>

SUNAT. (2020). Glosario de Términos sobre Cultura Tributaria y Aduanera | Cultura Tributaria Aduanera. Cultura Tributaria Aduanera. <https://cultura.sunat.gob.pe/publicaciones/glosario-de-terminos-sobre-cultura-tributaria-y-aduanera>

Tejeda, A., Blanco, M. y Guerra, S. (2019). Factores que impulsan las importaciones de las empresas de alimentos procesados, mejorando su competitividad. Investig. adm. vol.48 no.124 Ciudad de México jul./dic.

2019.

[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782019000200002](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000200002)

Tinajero, G. (2018) Physics and Anesthesia. 30 (3), 6-19.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-87712019000100001&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-87712019000100001&lng=es&tlng=es).

Torres-Martínez, F., Rivadeneira-Miranda, C., y Castillo-Marín, Á. (2020). Producción y comercialización de arveja en el departamento de Nariño-Colombia. Agronomía Mesoamericana, 129-140.  
<https://doi.org/10.15517/am.v31i1.36776>

Villegas, M (2022) Determinantes económicos y climáticos de la producción de limón de la región Piura, periodo 2000- 2020 [DOI: 10.57063/aypate.202201.008](https://doi.org/10.57063/aypate.202201.008)

Villela, F. (2019). Reflexión sobre la justificación metodológica del uso de animales en investigación biomédica. Revista Colombiana de Bioética, 14 (1), 52 - 68. <https://doi.org/10.18270/rcb.v14i1.2427>

Yépez, G., Quimis, N. y Sumba, R. (2021). El marketing mix como estrategias de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas. Revista Polo del conocimiento (Edición núm. 56), 6(3). [DOI: 10.23857/pc.v6i3.2492](https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2492)

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de Operacionalización de la variable: Importación

Variable Independiente	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Importación	La importación es la entrada de mercancías con determinado precio, provenientes de países terceros, cuyo requisito es el pago de derechos arancelarios para el ingreso libre al territorio nacional. (Castro <i>et al.</i> , 2022).	La presente investigación cuenta con dos variables, siendo la primera variable "importación", la cual se medirá mediante las dimensiones mercancía, precio del producto y derechos arancelarios, teniendo 2 indicadores por cada una, utilizando una escala ordinal para evaluar la población de 10,000 productores de limón Sutil en Piura, con una muestra de 94 productores, determinada por medio de un muestreo probabilístico; a la cual se aplicará un cuestionario.	Mercancía	Volumen de importación	ESCALA ORDINAL  ANALISIS DOCUMENTAL
				Valor FOB	
			Precio del producto	Precio de producto nacional	
				Precio de producto importado	
			Derechos arancelarios	Número de restricciones del producto.	
				Número de impuestos arancelarios del producto.	

Fuente: Elaboración propia



## Anexo 1 (Continuación)

### Matriz de Operacionalización de la variable: Comercialización

Variable Dependiente	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Comercialización	La comercialización se refiere a las operaciones que una mercancía atraviesa desde la producción hasta ser adquirida por el consumidor, para cumplir con una necesidad, según la demanda del mercado (Sánchez, Rewall y de la Nuez, 2020).	La presente investigación cuenta con dos variables, siendo la segunda variable "comercialización", la cual se medirá mediante las dimensiones de las 4P, teniendo 3 indicadores por cada una, utilizando una escala ordinal para evaluar la población de 10,000 productores de limón Sutil en Piura, con una muestra de 94 productores, determinada por medio de un muestreo probabilístico; a la cual se aplicará un cuestionario.	Precio	Precio de venta Costos de producción Competencia	ESCALA ORDINAL
			Producto	Variedad Calidad Características	
			Plaza	Puntos de venta Logística de transporte Accesibilidad del consumidor	
			Promoción	Publicidad Relaciones publicas Ventas	

Fuente: Elaboración propia

## ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	Hipótesis	Metodología	Población
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general		
¿Cuál es la implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023?	Determinar la implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023	Hi: La importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva alta en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023. Ho: La importación de limón Tahití tiene una implicancia negativa alta en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023.	<b>Variable independiente:</b> Importación  <b>Variable dependiente:</b> Comercialización	La población del estudio está compuesta por 10,000 productores de limón Sutil en Piura.
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis específicas	Tipo: Aplicada	Muestra
¿Cuál es la implicancia de la importación de limón Tahití en el precio de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023?	Comprobar la implicancia de la importación de limón Tahití en el precio de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023,	La importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva alta en el precio del limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023.	<b>Enfoque:</b> Cuantitativa  <b>Diseño:</b> No experimental  transversal descriptiva	94 productores de limón sutil de la región Piura
¿Cuál es la implicancia de la importación de limón Tahití en el producto de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023?,	Determinar la implicancia de la importación de limón Tahití en el producto de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023	La importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva alta en el producto de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023.		<b>Muestreo</b>
¿Cuál es la implicancia de la importación de limón Tahití en la plaza de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023?	Determinar la implicancia de la importación de limón Tahití en la plaza de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023	La importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva alta en la plaza de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023.		<b>Probabilístico</b>
¿Cuál es la implicancia de la importación de limón Tahití en la promoción de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023?	Determinar la implicancia de la importación de limón Tahití en la promoción del limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023.	La importación de limón Tahití tiene una implicancia positiva alta en la promoción de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023.		<b>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b>
¿Cuál es la implicancia de la importación de limón Tahití en la promoción de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023?				Encuesta – Cuestionario  Análisis documental – Matriz de análisis

## CUESTIONARIO

Estimado/a participante..... con DNI.....

El presente cuestionario pertenece a nuestra investigación que es llevada a cabo dentro de la escuela profesional de Negocios Internacionales de la Universidad Cesar Vallejo para poder obtener el título profesional de licenciadas en la carrera de Negocios internacionales, siendo de mucha importancia conocer su opinión, todos los datos recopilados son totalmente anónimos, de forma confidencial y siendo como único objeto académico.

Por las razones antes mencionadas, en forma voluntaria; SI ( ) NO ( ) doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene como objetivo determinar implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023, por tanto, autorizo que los resultados de la presente investigación puedan ser publicados a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

De antemano agradecemos su participación y honestidad al responder las siguientes preguntas.

Muy alto	= 5	Bajo	= 2
Alto	= 4	Muy bajo	= 1
Medio	= 3		

N°	VARIABLE:	IMPORTACION	5	4	3	2	1
<b>DIMENSIÓN: MERCANCIA</b>							
<b>INDICADORES</b>							
1	Volumen de importación	Nivel de limón importado pone en peligro la producción regional					
2	Valor FOB	Grado de impacto de los costos del producto del limón Tahití en la producción de limón Tahití					
<b>DIMENSIÓN: PRECIO DE PRODUCTO</b>							
<b>INDICADORES</b>							
3	Precio de producto nacional	Nivel de efecto precio actual del limón sutil afectó económicamente a las familias en relación con periodos anteriores					
4	Precio de producto importado	Nivel del precio del limón importado impactó al consumidor nacional					
<b>DIMENSIÓN: DERECHOS ARANCELARIOS</b>							
<b>INDICADORES</b>							
5	Número de restricciones del producto	El nivel en el que se encuentran las restricciones para las importaciones afectó la producción en la región de Piura					
6	Número de impuestos arancelarios	Nivel de los bajos recargos aduaneros para el ingreso de limón importado afectaron el mercado de limón sutil					



Nº	VARIABLE: COMERCIALIZACIÓN		5	4	3	2	1
<b>DIMENSIÓN: PRECIO</b>							
<b>INDICADORES</b>							
1	Precio de venta	El volumen de la importación del limón Tahití afectó el precio de venta del limón sutil en el tercer trimestre 2023					
2	Costos de producción	El grado del incremento de los costos de los insumos agrícolas afecta más al limón Sutil que a otros productos relacionados					
3	Competencia	En qué nivel el precio del limón importado afectó la venta de otras variedades existentes en el mercado					
4		En qué grado le afectó económicamente que se presente una nueva opción en reemplazo del limón sutil					
<b>DIMENSIÓN: PRODUCTO</b>							
<b>INDICADORES</b>							
5	Variedad	La existencia de otras variedades de limón afecta en la comercialización de limón Sutil					
6	Calidad	La calidad del limón Tahití afecta en cuanto a preferencias por el consumidor de limón Sutil					
7	Características	El nivel de acidez que contiene el limón importado (Tahití) afectó al producto de limón sutil					
<b>DIMENSIÓN: PLAZA</b>							
<b>INDICADORES</b>							
8	Puntos de venta	Nivel de influencia del limón importado en el comercio del limón sutil en la región de Piura					
9		Grado de impacto en la venta de limón sutil por presencia de otra variedad de limón					
10	Logística de transporte	Grado de dificultades a distribuir el limón sutil por la región de Piura					
11	Accesibilidad del consumidor	El nivel de accesibilidad al limón importado afecta en la demanda del limón Sutil					
<b>DIMENSIÓN: PROMOCIÓN</b>							
<b>INDICADORES</b>							
12	Publicidad	El limón importado afectó la oferta de limón sutil en plena campaña del limón sutil este 2023					

DIMENSIÓN: PROMOCIÓN							
INDICADORES							
12	Publicidad	El limón importado afectó la oferta de limón sutil en plena campaña del limón sutil este 2023					
13	Relaciones públicas	La importación de limón colombiano realizada por el gobierno peruano influyó en la comercialización de limón sutil este 2023					
14	Ventas	El ingreso de limón importado afectó la poca producción de limón sutil					




---

Firma del participante

## Anexo 2

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Enrique Barrueto Catillo		
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( x )	Doctor ( )	
<b>Área de formación académica:</b>	Negocios Internacionales ( )	Comercio exterior ( )	
	Administración ( X )	Contabilidad ( )	
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	ADMINISTRACION DE EMPRESAS		
<b>Institución donde labora:</b>	UCV		
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )		
	Más de 5 años ( X )		
<b>Experiencia en investigación:</b>	Títulos de estudios realizados (Año)		



#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	CUESTIONARIO
<b>Autores:</b>	Pamela Nicole Falla Córdova Ana Patricia Nuñez Mezones
<b>Procedencia:</b>	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FILIAL PIURA
<b>Administración:</b>	Pamela Nicole Falla Córdova Ana Patricia Nuñez Mezones
<b>Tiempo de aplicación:</b>	3 meses
<b>Ámbito de aplicación:</b>	PIURA
<b>Significación:</b>	El cuestionario tendrá una implicancia por rangos muy bajo, bajo, medio, alto y muy alto, teniendo como objetivo medir el grado de aumento y disminución de los diferentes indicadores a tratar.

#### 4. Soporte teórico

(Describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Importación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercancía</li> <li>• Precio del producto</li> <li>• Derechos arancelarios</li> </ul>	Entrada de mercancías con determinado precio, provenientes de países terceros, cuyo requisito es el pago de derechos arancelarios para el ingreso libre al territorio nacional. (Castro et al., 2022).
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio</li> <li>• Producto</li> <li>• Plaza</li> <li>• Promoción</li> </ul>	Refiere a los procesos que lleva consigo una mercancía desde el precio de producto hasta su producción, para cumplir con una necesidad, según la demanda del mercado (Sánchez, Rewall y de la Nuez, 2020).

##### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario sobre ' Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023". Elaborado por las alumnas Falla Cordova Pamela Nicole y

Núñez Mezones Ana Patricia .en el año 2023.. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.



Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:** Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023

- Variable: **IMPORTACIÓN**
- Primera dimensión: **MERCANCIA**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los diferentes indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Volumen de importación	Nivel de limón importado pone en peligro la producción regional	4	4	4	
Valor FOB	Grado de impacto de los costos del producto del limón Tahití en la producción de limón Tahití	4	4	4	



- Segunda Dimensión: **PRECIO DE PRODUCTO**
- Objetivos de la Dimensión: "Medir el grado de aumento y disminución de los diferentes indicadores a tratar."

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Precio de producto nacional	Nivel de efecto precio actual del limón sutil afectó económicamente a las familias en relación con periodos anteriores	4	4	4	
Precio de producto importado	Nivel del precio del limón importado impactó al consumidor nacional	4	4	4	



- Tercera Dimensión: **DERECHOS ARANCELARIOS**
- Objetivos de la Dimensión: "Medir el grado de aumento y disminución de los diferentes indicadores a tratar."

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Número de restricciones del producto	El nivel en el que se encuentran las restricciones para las importaciones afectó la producción en la región de Piura	4	4	4	
Número de impuestos arancelarios del producto	Nivel de los bajos recargos aduaneros para el ingreso de limón importado afectaron el mercado de limón sutil	4	4	4	

- Variable: **COMERCIALIZACIÓN**
- Primera dimensión: **PRECIO**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Precio de venta	El volumen de la importación del limón Tahiti afectó el precio de venta del limón sutil en el tercer trimestre 2023	4	4	4	
Costo de producción	El grado del incremento de los costos de los insumos agrícolas afecta más al limón Sutil que a otros productos relacionados	4	4	4	
Competencia	En qué nivel el precio del limón importado afectó la venta de otras variedades existentes en el mercado	4	4	4	
	En qué grado le afectó económicamente que se presente una nueva opción en reemplazo del limón sutil	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Producto**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Variedad	La existencia de otras variedades de limón afecta en la comercialización de limón Sutil	4	4	4	
Calidad	La calidad del limón Tahití afecta en cuanto a preferencias por el consumidor de limón Sutil	4	4	4	
Características	El nivel de acidez que contiene el limón importado (Tahití) afectó al producto de limón sutil	4	4	4	

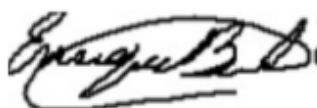
- Tercera dimensión: **Plaza**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Puntos de venta	Nivel de influencia del limón importado en el comercio del limón sutil en la región de Piura	4	4	4	
	Grado de impacto en la producción de limón sutil por presencia de otra variedad de limón	4	4	4	
Logística de transporte	Grado de dificultades a distribuir el limón sutil por la región de Piura	4	4	4	
Accesibilidad del consumidor	El nivel de accesibilidad al limón importado afecta en la demanda del limón Sutil	4	4	4	

Cuarta dimensión: **Promoción**

Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Publicidad	El limón importado afectó la oferta de limón sutil en plena campaña del limón sutil este 2023	4	4	4	
Relaciones públicas	La importación de limón colombiano realizada por el gobierno peruano influyó en la producción de limón sutil este 2023	4	4	4	
Ventas	El ingreso de limón importado afectó las ventas de limón sutil este tercer periodo del 2023	4	4	4	



Firma del evaluador  
DNI: 44709864

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

## Anexo 2

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Vijaya Garcia Manrique		
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )	Doctor ( x )	
<b>Área de formación académica:</b>	Negocios Internacionales ( )	Comercio exterior ( )	
	Administración ( )	Contabilidad ( )	
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	ADMINISTRACION DE EMPRESAS		
<b>Institución donde labora:</b>	UCV		
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )		
	Más de 5 años ( X )		
<b>Experiencia en investigación:</b>	Títulos de estudios realizados (Año)		



#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	CUESTIONARIO
<b>Autores:</b>	Pamela Nicole Falla Córdova Ana Patricia Nuñez Mezones
<b>Procedencia:</b>	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FILIAL PIURA
<b>Administración:</b>	Pamela Nicole Falla Córdova Ana Patricia Nuñez Mezones
<b>Tiempo de aplicación:</b>	3 meses
<b>Ámbito de aplicación:</b>	PIURA
<b>Significación:</b>	El cuestionario tendrá una implicancia por rangos muy bajo, bajo, medio, alto y muy alto, teniendo como objetivo medir el grado de aumento y disminución de los diferentes indicadores a tratar.

#### 4. Soporte teórico

(Describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Importación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercancía</li> <li>• Precio del producto</li> <li>• Derechos arancelarios</li> </ul>	Entrada de mercancías con determinado precio, provenientes de países terceros, cuyo requisito es el pago de derechos arancelarios para el ingreso libre al territorio nacional. (Castro et al., 2022).
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio</li> <li>• Producto</li> <li>• Plaza</li> <li>• Promoción</li> </ul>	Refiere a los procesos que lleva consigo una mercancía desde el precio de producto hasta su producción, para cumplir con una necesidad, según la demanda del mercado (Sánchez, Rewall y de la Nuez, 2020).

##### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario sobre ' Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023". Elaborado por las alumnas Falla Cordova Pamela Nicole y Nuñez Mezones Ana Patricia .en el año 2023.. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.



Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:** Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023

- Variable: **IMPORTACIÓN**
- Primera dimensión: **MERCANCIA**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los diferentes indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Volumen de importación	Nivel de limón importado pone en peligro la producción regional	4	4	4	
Valor FOB	Grado de impacto de los costos del producto del limón Tahití en la producción de limón Tahití	4	4	4	



- Segunda Dimensión: **PRECIO DE PRODUCTO**
- Objetivos de la Dimensión: "Medir el grado de aumento y disminución de los diferentes indicadores a tratar."

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Precio de producto nacional	Nivel de efecto precio actual del limón sutil afectó económicamente a las familias en relación con periodos anteriores	4	4	4	
Precio de producto importado	Nivel del precio del limón importado impactó al consumidor nacional	4	4	4	

- Tercera Dimensión: **DERECHOS ARANCELARIOS**
- Objetivos de la Dimensión: "Medir el grado de aumento y disminución de los diferentes indicadores a tratar."

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Número de restricciones del producto	El nivel en el que se encuentran las restricciones para las importaciones afectó la producción en la región de Piura	4	4	4	
Número de impuestos arancelarios del producto	Nivel de los bajos recargos aduaneros para el ingreso de limón importado afectaron el mercado de limón sutil	4	4	4	

- Variable: **COMERCIALIZACIÓN**
- Primera dimensión: **PRECIO**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Precio de venta	El volumen de la importación del limón Tahiti afectó el precio de venta del limón sutil en el tercer trimestre 2023	4	4	4	
Costo de producción	El grado del incremento de los costos de los insumos agrícolas afecta más al limón Sutil que a otros productos relacionados	4	4	4	
Competencia	En qué nivel el precio del limón importado afectó la venta de otras variedades existentes en el mercado	4	4	4	
	En qué grado le afectó económicamente que se presente una nueva opción en reemplazo del limón sutil	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Producto**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Variedad	La existencia de otras variedades de limón afecta en la comercialización de limón Sutil	4	4	4	
Calidad	La calidad del limón Tahiti afecta en cuanto a preferencias por el consumidor de limón Sutil	4	4	4	
Características	El nivel de acidez que contiene el limón importado (Tahiti) afectó al producto de limón sutil	4	4	4	

- Tercera dimensión: **Plaza**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Puntos de venta	Nivel de influencia del limón importado en el comercio del limón sutil en la región de Piura	4	4	4	
	Grado de impacto en la producción de limón sutil por presencia de otra variedad de limón	4	4	4	
Logística de transporte	Grado de dificultades a distribuir el limón sutil por la región de Piura	4	4	4	
Accesibilidad del consumidor	El nivel de accesibilidad al limón importado afecta en la demanda del limón Sutil	4	4	4	



Cuarta dimensión: **Promoción**

Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Publicidad	El limón importado afectó la oferta de limón sutil en plena campaña del limón sutil este 2023	4	4	4	
Relaciones públicas	La importación de limón colombiano realizada por el gobierno peruano influyó en la producción de limón sutil este 2023	4	4	4	
Ventas	El ingreso de limón importado afectó las ventas de limón sutil este tercer periodo del 2023	4	4	4	

**DRA. VIJAYA E GARCIA MANRIQUE**

**DNI: 25520106**

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGarland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía

## Anexo 2

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Roberto Tejeda Estrada
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )                      Doctor ( X )
<b>Área de formación académica:</b>	Negocios Internacionales ( )                      Comercio exterior ( )
	Administración ( X )                      Contabilidad ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	ADMINISTRACION DE EMPRESAS
<b>Institución donde labora:</b>	UCV
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( )
	Más de 5 años ( X )
<b>Experiencia en investigación:</b>	Títulos de estudios realizados (Año)



#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	CUESTIONARIO
<b>Autores:</b>	Pamela Nicole Falla Córdova Ana Patricia Nuñez Mezones
<b>Procedencia:</b>	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FILIAL PIURA
<b>Administración:</b>	Pamela Nicole Falla Córdova Ana Patricia Nuñez Mezones
<b>Tiempo de aplicación:</b>	3 meses
<b>Ámbito de aplicación:</b>	PIURA
<b>Significación:</b>	El cuestionario tendrá una implicancia por rangos muy bajo, bajo, medio, alto y muy alto, teniendo como objetivo medir el grado de aumento y disminución de los diferentes indicadores a tratar.

#### 4. Soporte teórico

(Describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Importación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercancía</li> <li>• Precio del producto</li> <li>• Derechos arancelarios</li> </ul>	Entrada de mercancías con determinado precio, provenientes de países terceros, cuyo requisito es el pago de derechos arancelarios para el ingreso libre al territorio nacional. (Castro et al., 2022).
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio</li> <li>• Producto</li> <li>• Plaza</li> <li>• Promoción</li> </ul>	Refiere a los procesos que lleva consigo una mercancía desde el precio de producto hasta su producción, para cumplir con una necesidad, según la demanda del mercado (Sánchez, Rewall y de la Nuez, 2020).

**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario sobre ' Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023". Elaborado por las alumnas Falla Cordova Pamela Nicole y Nuñez Mezones Ana Patricia .en el año 2023.. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.



Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:** Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023

- Variable: **IMPORTACIÓN**
- Primera dimensión: **MERCANCIA**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los diferentes indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Volumen de importación	Nivel de limón importado pone en peligro la producción regional	4	4	4	
Valor FOB	Grado de impacto de los costos del producto del limón Tahití en la producción de limón Tahití	4	4	4	



- Segunda Dimensión: **PRECIO DE PRODUCTO**
- Objetivos de la Dimensión: "Medir el grado de aumento y disminución de los diferentes indicadores a tratar."

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Precio de producto nacional	Nivel de efecto precio actual del limón sutil afectó económicamente a las familias en relación con periodos anteriores	4	4	4	
Precio de producto importado	Nivel del precio del limón importado impactó al consumidor nacional	4	4	4	

- Tercera Dimensión: **DERECHOS ARANCELARIOS**
- Objetivos de la Dimensión: "Medir el grado de aumento y disminución de los diferentes indicadores a tratar."

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Número de restricciones del producto	El nivel en el que se encuentran las restricciones para las importaciones afectó la producción en la región de Piura	4	4	4	
Número de impuestos arancelarios del producto	Nivel de los bajos recargos aduaneros para el ingreso de limón importado afectaron el mercado de limón sutil	4	4	4	

- Variable: **COMERCIALIZACIÓN**
- Primera dimensión: **PRECIO**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Precio de venta	El volumen de la importación del limón Tahiti afectó el precio de venta del limón sutil en el tercer trimestre 2023	4	4	4	
Costo de producción	El grado del incremento de los costos de los insumos agrícolas afecta más al limón Sutil que a otros productos relacionados	4	4	4	
Competencia	En qué nivel el precio del limón importado afectó la venta de otras variedades existentes en el mercado	4	4	4	
	En qué grado le afectó económicamente que se presente una nueva opción en reemplazo del limón sutil	4	4	4	

- Segunda dimensión: **Producto**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Variedad	La existencia de otras variedades de limón afecta en la comercialización de limón Sutil	4	4	4	
Calidad	La calidad del limón Tahiti afecta en cuanto a preferencias por el consumidor de limón Sutil	4	4	4	
Características	El nivel de acidez que contiene el limón importado (Tahiti) afectó al producto de limón sutil	4	4	4	

- Tercera dimensión: **Plaza**
- Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Puntos de venta	Nivel de influencia del limón importado en el comercio del limón sutil en la región de Piura	4	4	4	
	Grado de impacto en la producción de limón sutil por presencia de otra variedad de limón	4	4	4	
Logística de transporte	Grado de dificultades a distribuir el limón sutil por la región de Piura	4	4	4	
Accesibilidad del consumidor	El nivel de accesibilidad al limón importado afecta en la demanda del limón Sutil	4	4	4	

Cuarta dimensión: **Promoción**

Objetivos de la Dimensión: Medir el grado de aumento y disminución de los indicadores a tratar.

INDICADORES	ÍTEMS	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Publicidad	El limón importado afectó la oferta de limón sutil en plena campaña del limón sutil este 2023	4	4	4	
Relaciones públicas	La importación de limón colombiano realizada por el gobierno peruano influyó en la producción de limón sutil este 2023	4	4	4	
Ventas	El ingreso de limón importado afectó las ventas de limón sutil este tercer periodo del 2023	4	4	4	



Firma del evaluador

DNI: 10680824

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía







## Anexo 2

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez

<b>Nombre del juez:</b>	Vijaya Ernestina García Manrique		
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )	Doctor ( X )	
<b>Área de formación académica:</b>	Negocios Internacionales ( X )	Comercio exterior ( )	
	Administración ( )	Contabilidad ( )	
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>			
<b>Institución donde labora:</b>	UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO		
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( X )		
	Más de 5 años ( )		
<b>Experiencia en investigación:</b>	Títulos de estudios realizados (Año)		

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.



**3. Datos de la escala** (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	FICHA DE ANALISIS DOCUMENTAL
Autores:	Pamela Nicole Falla Córdova Ana Patricia Nuñez Mezones
Procedencia:	UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO FILIAL PIURA
Administración:	Pamela Nicole Falla Córdova Ana Patricia Nuñez Mezones
Tiempo de aplicación:	Inmediato
Ámbito de aplicación:	PIURA
Significación:	La ficha de análisis documental nos ayudará a recopilar información de diferentes fuentes como comparativa para medir la variable importación.

**4. Soporte teórico**

(Describir en función al modelo teórico)

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Importación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercancía</li> <li>• Precio del producto</li> </ul>	Entrada de mercancías con determinado precio, provenientes de países terceros, cuyo requisito es el pago de derechos arancelarios para el ingreso libre al territorio nacional. (Castro et al., 2022).
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto</li> <li>• Demanda</li> </ul>	Refiere a las operaciones que una mercancía atraviesa desde la producción hasta ser adquirida por el consumidor, para cumplir con una necesidad, según la demanda del mercado (Sánchez, Rewall y de la Nuez, 2020).

**5. Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario sobre "Implicancia de la importación de limón Tahití en la comercialización de limón Sutil de los productores de la región Piura, 2023". Elaborado por las alumnas Falla Cordova Pamela Nicole y Nuñez Mezones Ana Patricia .en el año 2023.. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

<b>Categoría</b>	<b>Calificación</b>	<b>Indicador</b>
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b>	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.





El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

*Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente*

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	
Investigadores:	
Variable:	
Dimensión:	
Título:	
Autor(es):	
Fuente:	
Enlace:	
Resumen:	
Hallazgos:	
Keywords:	
Idioma:	



**DRA. VIJAYA E GARCIA MANRIQUE**  
**DNI: 25520106**

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	
Investigadores:	Falla Cordova Pamela y Nuñez Mezones Patricia
Variable:	Importación
Dimensión:	Mercancía
Título:	"Gobierno evaluaría importación de limón para atenuar alza de precios"
Autor(es):	Hernán Torres - Comunicador de la UNFV
Fuente:	Diario LA REPÚBLICA
Enlace:	<a href="https://larepublica.pe/economia/2023/09/05/gobierno-evaluaria-importacion-de-limon-para-atenuar-alza-de-precios-precio-de-alimentos-canasta-basica-familiar-platos-marinos-193965">https://larepublica.pe/economia/2023/09/05/gobierno-evaluaria-importacion-de-limon-para-atenuar-alza-de-precios-precio-de-alimentos-canasta-basica-familiar-platos-marinos-193965</a>
Resumen:	
<p>Precios mayoristas en el tercer trimestre del año han incrementado en más de S/.7.50 soles por kilogramo. En algunos de los mercados minoristas de la capital el limón se estaría comercializando entre S/.10 y S/16 soles el kilogramo. El limón es el producto de la canasta básica familiar que más ha aumentado su precio desde el 02 agosto del presente año, lo que representa un aumento de más del 167% en los mercados mayoristas de Lima. En el periodo indicado, la bolsa de limón sutil pasó de S/.4,56 soles a S/.12,11 por Kg, mientras en cajón a S/.12,50 por kilogramo. El mercado municipal Rondón de La Victoria constató que el kilo de limón lo vendía a S/.16 soles, en el mercado La Aurora del Cercado de Lima su precio máximo era S/.15 soles, asimismo, en el mercado El Bosque de San Juan de Lurigancho y en el mercado de Limoncillo del Rímac su comercialización era entre los S/. 10 y S/.14 soles el kilo. El limón es un ingrediente base para la mayoría de platos peruanos, desde ensaladas hasta la variedad de platos marinos como por el ejemplo el ceviche. La presencia de este insumo es de gran relevancia en la vida cotidiana de muchos establecimientos y familias. El investigador de Grade, Eduardo Zegarra, indicó que el limón es un producto sumamente difícil de reemplazar, por ende, enfatizó la importancia de emplear una buena administración ante la escasez. "Se tiene que estudiar la importancia de limón ante las necesidades de la población y determinar si existe algún papel que pueda desempeñar la política pública. Deberían explorar nuevas formas de suavizar las alternancias de precios, concientizar el consumo y dar garantía de un acceso mínimo al limón y medido para la población". El presidente de Conveagro, Amaximandro Rojas, mencionó que el limon es un cultivo que se siembra y se cosecha en el transcurso de todo el año, principalmente en las ciudades del norte del país (Tumbes, Piura, Etc.). No obstante, durante los primeros meses del presente año 2023, dichas zonas del Perú han experimentado lluvias excesivas que provocaron la caída de las flores en los arboles de limón, como consecuencia una falta de producción de limón.</p>	
Hallazgos:	El titular del Ministerio de Economía y Finanzas, el ministro Alex Contreras, señaló que desde el gobierno peruano se estaría evaluando la posibilidad de aumentar la importación del cítrico para poder incrementar la oferta ante la crisis. Comentó "Dicha propuesta debe ser coordinada con el Midagri, si podemos importar un poco más para que retorne la producción de limón". Eduardo Zegarra señaló que la importación de este fruto es muy inusual y cuestionable, ya que no hay países que produzcan limones con características similares al peruano". Por otro lado, Amaximandro Rojas, indicó que la medida antes mencionada podría ayudar al consumidor nacional, sin embargo, perjudicaría a los pequeños y grandes productores de limón a nivel nacional.
Keywords:	Comercialización, precio de producto, importación, mercados mayoristas
Idioma:	Español

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	
Investigadores:	Falla Cordova Pamela y Nuñez Mezones Patricia
Variable:	Importación
Dimensión:	Mercancía
Título:	“MEF evalúa aumentar importación del limón, cuyo precio se disparó en 70% el último mes”
Autor(es):	Aarón Ramos - INFOBAE
Fuente:	Diario INFOBAE
Enlace:	<a href="https://www.infobae.com/peru/2023/09/05/mef-evalua-aumentar-importacion-del-limon-cuyo-precio-se-disparo-en-70-el-ultimo-mes/">https://www.infobae.com/peru/2023/09/05/mef-evalua-aumentar-importacion-del-limon-cuyo-precio-se-disparo-en-70-el-ultimo-mes/</a>
Resumen:	
<p>Gobierno prepara medidas ante el aumento de precio de limón sutil, producto de la canasta básica familiar que se ha disparado y que ha incidido en una mayor variación de la inflación. En el mes de agosto el precio del limón aumentó un 70% ante una menor producción causado por los factores climatológicos, de acuerdo a un reporte de inflación del INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática). Ante la escasez del mismo, según el Sistema de Abastecimiento y precios del Ministerio de Desarrollo y Riego (Midagri), el precio del limón Sutil estuvo en S/.265 soles por cajón de 23 kilos, lo que representa un incremento de S/.113 soles, es decir un aumento del 74%. En mercados minoristas el precio oscila entre los S/.15 y S/.20 soles. El MEF señaló que su cartera estaría evaluando ciertas medidas para moderar el precio del cítrico, encabezando, una mayor importación de limón colombiano. “Cuando hay factores de oferta, menor siembre que afecta a la producción de los recursos, se genera el encarecimiento de bienes y por ello la necesidad de buscar ciertos mecanismos alternativos como traer producción del extranjero”, comentó. En el Perú la inflación a aumentado un 5,58%, se estima que siga disminuyendo, “El gobierno no va a descansar hasta que estas variables que inciden en el bienestar de las familias retornen a un contexto normal” manifestó.</p>	
Hallazgos:	Ante la posibilidad de mayor importación de limón colombiano, los comerciantes afirman que, pese a que los limones extranjeros pueden ser más económicos a modo de alternativa, el consumidor nacional comprar muy poco el limón Tahití colombiano, en su lugar prefieren comprar el limón nacional, aunque su precio oscile entre lo S/.15 y S/.20 soles. Una vendedora latina expresó, “No sale muy bien el ceviche, está un poco menos pero no es ácido”. En el mercado mayorista el limón colombiano puede costar hasta S/.8 soles el kilo. Entre otras razones por las cuales se resisten a la importación de limón colombiano es porque no cocina bien el pescado. Tanto el MEF como el Midagri sostienen que el precio de limón se estabilizará en lo que resta del año.
Keywords:	Mercado minoristas, mercado mayorista, producción, precio de producto
Idioma:	Español



**FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL**

Investigadores:	Falla Cordova Pamela y Nuñez Mezones Patricia
Variable:	Importación
Dimensión:	Mercancía
Título:	“Productores se oponen al limón importado”
Autor(es):	Julián Rivera – Corresponsal
Fuente:	LATINA NOTICIAS
Enlace:	<a href="https://m.facebook.com/LatinaNoticias.pe/videos/productores-de-lim%C3%B3n-se-oponen-a-las-importaciones-latinanoticias/1287695081933744/?_rdr">https://m.facebook.com/LatinaNoticias.pe/videos/productores-de-lim%C3%B3n-se-oponen-a-las-importaciones-latinanoticias/1287695081933744/?_rdr</a>
Resumen:	
<p>En la zona de Cieneguillo sur – Sullana los productores de limón se ven atemorizados ante el ingreso del limon colombiano (Tahití) que a la fecha lo están mezclando con el limón Sutil (Piurano), vendiéndose de manera irregular en los mercados piuranos, los diferentes factores que llevaron a que el precio de limón suba su producto, pues exactamente la ola de calor y las lluvias por el fenómeno del niño ha ocasionado que la flor no reproduzca y no haya producto para esta temporada. El precio del limón en Piura por kilo es de S/. 12 y S/.15 soles según el tamaño, mientras el millar de limón estaría en un aproximado de S/.500 y S/.600 soles, básicamente todo inicia con el tema de las lluvias, al no tener las medidas preventivas ante ello, generaron la inundación de la producción mayoritaria de limón, seguido a ello las plagas. “Anteriormente se podía recoger 4 o 5 javas de una sola planta, ahora no se llega ni a una java”, comentaron. Sin embargo, si es que se está importando este limon es porque no hay abastecimiento suficiente de limón peruano, se estima que en las próximas semanas se regularice la producción, el abastecimiento y el precio de limón sutil incluso podría disminuir. Sumado a ello esta no es la temporada, de limón, adicionalmente el temor de los productores son las próximas lluvias, afectando su inversión. Tomando en cuenta en años previos, con el fenómeno del niño costero y con el cambio de temperaturas, el suministro del limon se impactó, pero no en la medida en la que se impactó este año, perjudicando toda la producción de limón en toda la zona norte del país.</p>	
Hallazgos:	El abastecimiento del limón se está restableciendo en un 80% en los mercados mayoristas a nivel nacional, sin embargo, tenemos que esperar hasta que llegue a un 100% el restablecimiento. Así lo indicó el Ministerio de Desarrollo y Riego (Midagri), el gran mercado mayorista de la capital registró un ingreso de 222 toneladas de limón, un volumen importante de limón que el consumidor local lo utiliza para atender sus necesidades que día a día adquieren este producto, el precio del limón afectó duramente a todo el rubro gastronómico, si embargo, espera que la situación no siga afectando para que en un futuro no se vean obligados a ya no optar por no usar el limón en sus preparaciones.
Keywords:	Productores, precio de producto, producción, producto importado.
Idioma:	Español

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	
Investigadores:	Falla Cordova Pamela y Nuñez Mezones Patricia
Variable:	Comercialización
Dimensión:	Producto
Título:	“Piura: Agricultores denuncian ingreso de contrabando de limón colombiano”
Autor(es):	Redacción Gestión
Fuente:	DIARIO GESTIÓN
Enlace:	<a href="https://gestion.pe/economia/piura-agricultores-denuncian-ingreso-de-contrabando-de-limon-colombiano-noticia/?ref=gesr">https://gestion.pe/economia/piura-agricultores-denuncian-ingreso-de-contrabando-de-limon-colombiano-noticia/?ref=gesr</a>
Resumen:	
<p>Agricultores de Piura denunciaron el ingreso de contrabando de limón colombiano al país, el cual podría dañar los cultivos de la zona norte del país, adicional a ellos, advirtieron al gobierno que se tomarán medidas de fuerza en caso no se solucione este problema. Para la fecha viene ingresando de una manera desmedida limón Tahití de Colombia y trayendo consigo la plaga conocida como “Dragón amarillo”. Este virus influye altamente en la preocupación de los productores de limón nacional, puesto que dicha plaga puede llegar a matar toda una producción de limón, señaló el señor José Marchena Sandoval, vocero de los productores de limón de la región. Asimismo, indicó que muchos de los comerciantes de la zona traen producto colombiano de manera ilegal y lo hacen pasar producto nacional porque es más económico. Por otro lado, el representante de los agricultores destacó que si el gobierno hubiera otorgado los bonos para poder fertilizar sus cultivos de limón no habría problema de escasez de producción. “La baja producción se debe a eso, entre otros factores climatológicos”. Adicional a ello recalcó que la producción de limón sutil es muy baja, ya que en periodos anteriores por hectárea se produce entre 3 a 4 toneladas de producto hoy en día no se genera ni media tonelada”.</p>	
Hallazgos:	En ese marco, los productores han advertido que, si el gobierno no toma las medidas necesarias ante el contrabando de limón, están dispuestos a defender su producto bandera (limón sutil) y realizar bloqueos de carreteras. El vocero señaló “En caso de que las autoridades no tomen las medidas necesarias, los mismos productores tomarían las medidas a la fuerza, que sería lamentable, pero no hay otro camino por tomar para que nuestro gobierno escuche nuestro pedido”. Por otro lado, los productores indicaron que la producción de limón se estaría normalizando en diciembre, pero todo depende sino se llega a presentar algún cambio climático anticipado a la fecha de producción.
Keywords:	Contrabando de limón, producto, plaga, gobierno.
Idioma:	Español

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	
Investigadores:	Falla Cordova Pamela y Nuñez Mezones Patricia
Variable:	Comercialización
Dimensión:	Producto
Título:	"Limón colombiano tendría bacteria del 'dragón amarillo', según productores piuranos"
Autor(es):	Expreso
Fuente:	DIARIO EXPRESO
Enlace:	<a href="https://www.expreso.com.pe/actualidad/limon-colombiano-tendria-bacteria-del-dragon-amarillo-segun-productores-piuranos-limones-peru-colombia-noticia/">https://www.expreso.com.pe/actualidad/limon-colombiano-tendria-bacteria-del-dragon-amarillo-segun-productores-piuranos-limones-peru-colombia-noticia/</a>
Resumen:	
<p>El alza de precio del limón provocó que surgieran otras formas de reemplazo, entre ellas, el ingreso de los limones colombianos, su demanda estaría afectando la economía de los agricultores y productores de limón de la región de Piura, quienes denuncian el ingreso ilegal del limón proveniente del país vecino, Colombia, en que, además, contiene la bacteria del "dragón amarillo", el cual es nocivo para la salud estomacal. El elevado precio del limón se debe a diferentes factores, como las intensas lluvias del ciclón Yaku y el fenómeno El Niño, cuyos factores afectaron la producción de limón.</p> <p>Ante el ingreso del limón colombiano, los agricultores de Cieneguillo pertenecientes a la región Piura, denunciaron que, a través de la frontera por la parte norte del país, dicho producto ingresa sin cumplir con las normas sanitarias requeridas para su consumo, además, contendría bacterias contaminantes que dañarían o atentarían con la salud de los consumidores de la región de Piura.</p>	
Hallazgos:	Los productores de limón de la parte norte del país exigen que se detenga la mafia que ingresa limón colombiano de manera ilegal. El productor limonero reclamó a las autoridades del Ministerio de Agricultura, Senasa y a la PNP, detener a los contrabandistas que están trayendo producto colombiano contaminado al Perú. Los productores en periodos anteriores vendían el saco de limón en 600 soles, sin embargo, al indebido ingreso del producto colombiano tuvieron que disminuir el precio a 350 soles el saco. El productor Wilmer Marchena sostuvo que el ingreso del limón colombiano está perjudicando su economía, pues este producto es vendido a un precio menor, por lo que toda la asociación de productores solicita el apoyo de las autoridades para regular el ingreso de este limón ilegalmente. Asimismo, indicó que, de no ser apoyados, tomarán todas las carreteras de acceso a la región de Piura.
Keywords:	Limón colombiano, alza de precio, contrabando, economía
Idioma:	Español

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	
Investigadores:	Falla Cordova Pamela – Nuñez Mezones Patricia
Variable:	Comercialización
Dimensión:	Producto
Título:	“Agricultores rechazan el limón colombiano en reemplazo del peruano: Tendría la bacteria del ‘dragón amarillo’”
Autor(es):	Analí Espinoza - INFOBAE
Fuente:	DIARIO INFOBAE
Enlace:	<a href="https://www.infobae.com/peru/2023/09/10/productores-rechazan-el-limon-colombiano-en-reemplazo-del-peruano-tendria-la-bacteria-del-dragon-amarillo/">https://www.infobae.com/peru/2023/09/10/productores-rechazan-el-limon-colombiano-en-reemplazo-del-peruano-tendria-la-bacteria-del-dragon-amarillo/</a>
Resumen:	
<p>Productores de Piura indican que el limón Tahití colombiano viene ingresando a nuestro país de manera desmedida, asimismo, indicaron que dicho producto ingresa por Camarones y Alamor (Lancones, en Sullana). También estaría ingresando por Tumbes y otros lugares por parte del norte del Perú, sin someterse a los controles de calidad y normas sanitarias solicitadas. Lo que llama la atención de los agricultores es la plaga del “dragón amarillo”, el cual se viene trabajando de la mano con Senasa, para poder evitar la propagación de dicha plaga, ya que, si se llega a propagar en el producto nacional (Limón sutil), se calcula que, en un promedio de 3 a 4 años, nuestro producto bandera podría acabarse, según lo que señaló el expresidente de la comisión de Regantes de Cieneguillo Norte y el presidente de la Cooperativa Don Augusto. Asimismo, denunciaron el libre ingreso de este cítrico extranjero, proveniente de Colombia, en las condiciones actuales en las que se encuentra, podría llegar a desatar una propagación de la bacteria a los limones ya cultivados en tierras peruanas, lo que generaría la eventual desaparición del limón sutil en el lado norte de Tambogrande. Cabe resaltar que la producción de producto peruano (limon sutil) se cosecha en todo el norte del país como por ejemplo la ciudad de Piura y Chiclayo, cuya proveniencia tiene mayor preferencia a nivel nacional por su peculiar sabor y calidad. Según los productores y vendedores mayoristas, el producto colombiano es consideradamente de mayor tamaño, aunque con menor acidez y su precio es mucho más económico, en contraste con el limón sutil, producto peruano que es de una calidad superior y su sabor es más ácido, perfecto para ser un insumo base de nuestra gastronomía peruana.</p>	
Hallazgos:	El ingreso del limón colombiano, está perjudicado a los productores peruanos de limon, ya que, muchos de los comerciantes adquieren una paca o saco de producto colombiano, equivalente a 70 a 80 kilos, dicho saco en Colombia tiene un costo de S/380 soles, mientras que en Sullana, su valor actual es de S/.550 a S/.600 soles, según los productores estos sacos son comprados para revender en el producto en los diferentes mercados de la región, incluso trasladan el producto colombiano a Cieneguillo, donde lo mezclan con los limones de producción local en Sullana antes de enviarlo a la capital. En Lima los compradores han mencionado todo su malestar generado por este cítrico que pretende ser el reemplazo de producto nacional.
Keywords:	Limon sutil, calidad, precio de producto, plaga
Idioma:	Español

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	
Investigadores:	Falla Cordova Pamela – Nuñez Mezones Patricia
Variable:	Importación
Dimensión:	Mercancía
Título:	“Tumbes: incautan camión con 11 toneladas de limón colombiano”
Autor(es):	Expreso
Fuente:	DIARIO EXPRESO
Enlace:	<a href="https://www.expreso.com.pe/actualidad/tumbes-incautan-camion-con-11-toneladas-de-limon-colombiano-pnp-contrabando-ilegal-noticia/#google_vignette">https://www.expreso.com.pe/actualidad/tumbes-incautan-camion-con-11-toneladas-de-limon-colombiano-pnp-contrabando-ilegal-noticia/#google_vignette</a>
Resumen:	
<p>Durante el operativo realizado en la zona de Popayán (Tumbes), se incautaron un total de 11 toneladas de limón Tahití colombiano que ingresaba por la frontera con Ecuador de contrabando, valorizado en 160 mil soles envueltos en un total de 280 mallas, que fueron transportadas en la tolva de un camión, donde se detuvieron a 3 ciudadanos de nacionalidad peruana. La intervención se realizó en el tramo que va desde el Tutumo hacia Cerro Blanco. El coronel Javier Gonzales (jefe del frente policial de Tumbes), indicó que la mercancía habría ingresado al interior del país de manera clandestina por la frontera ecuatoriana de Chakras hasta Tumbes, la que después sería transportada hacia otras regiones del país. La mercancía y el vehículo incautado se encontraban en los almacenes de aduanas.</p>	
Hallazgos:	El producto limón Tahití, es de procedencia ilegal que tiene como principal destino todo el norte del Perú, donde se pretende ingresar a los mercados de las ciudades de Piura, Chiclayo y La Libertad. Los especialistas dan crédito a que la causa principal de que el limón siga aumentando de precio es la disminución de la cosecha debido a las fuertes lluvias del ciclón Yaku, donde las producciones de limón fueron fuertemente afectados por los desastres naturales (huaicos y desbordes de ríos) en las zonas de Piura y Chiclayo, además, el fenómeno El Niño afectó todas las cosechas, ocasionando que la producción de nuestro cítrico bandera se escasee, como sucedió en las ciudades norteñas del Perú.
Keywords:	Mercancía, Producto colombiano, frontera, adunas
Idioma:	Español

**FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL**

Investigadores:	Falla Cordova Pamela – Nuñez Mezones Patricia
Variable:	Importación
Dimensión:	Mercancía
Título:	“¿En qué lugar encuentro el limón colombiano a solo 10 soles el kilo?”
Autor(es):	El Comercio
Fuente:	DIARIO EL COMERCIO
Enlace:	<a href="https://elcomercio.pe/respuestas/donde/donde-se-puede-comprar-el-limon-colombiano-a-solo-10-soles-el-kilo-precio-del-limon-tdpe-noticia/?ref=ecr">https://elcomercio.pe/respuestas/donde/donde-se-puede-comprar-el-limon-colombiano-a-solo-10-soles-el-kilo-precio-del-limon-tdpe-noticia/?ref=ecr</a>
Resumen:	
<p>En los últimos meses del presente año 2023, nuestro producto bandera como lo es el limón sutil, había presentado una considerable alza de precio y eso se debió a las lluvias que trajo consigo el fenómeno El Niño costero, que afectó fuertemente la producción de limón de muchos agricultores a nivel nacional. Ante el aumento del valor de este producto base, el presupuesto diario de las familias se ha visto afectado, al igual que los establecimientos gastronómicos. A diferencia del producto peruano (sutil), el limón Tahití tiene dentro de sus características es mayor tamaño y más jugoso, aunque su sabor es más amargo y dulce de lo que está acostumbrado el consumidor peruano. Este producto fue adquirido en el Gran Mercado Mayorista de Santa Anita, donde se puede encontrar muchas variedades de limón. Según César Santiesteban (Director de Estadísticas en Midagri) que disminuya el precio del limón dependerá de algunos factores ambientales. El ministro de Economía y Finanzas, Alex Contreras, generó polémica a raíz de sus declaraciones, ya que el político invocó al rubro gastronómico y otros negocios dependientes del cítrico del limón sutil para preparar la mayoría de los platos que son ofrecidos a sus comensales. Ante el alza de precio de limón que presentó el limón hace unos meses, algunos de los establecimientos buscaron otras opciones para reemplazar el limón peruano, como el producto colombiano (limón Tahití) o ácido acético.</p>	
Hallazgos:	La importación del producto Tahití colombiano se vuelve una de las opciones para sustituir al limón sutil, producto peruano en las compras diarias para restaurantes y hogares. A raíz del alza de costos que presentaban anteriormente los mercados locales (mayoristas y minoristas) a nivel nacional con respecto al limón sutil, los consumidores se han visto obligados a buscar otras alternativas para que la crisis del limón no afectara la economía de sus hogares. Es por ese motivo que se descubrió el limón Tahití colombiano como una de las opciones más económicas, ya que su precio varía entre los S/.10 y S/.11 soles el kilo, mientras que el precio del limón sutil se encontraba entre los S/.17 y S/.19 soles el kilo.
Keywords:	Limón sutil, limón Tahití, productores, mercado local
Idioma:	Español