



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**Barreras al comercio exterior y su efecto en el potencial
agroexportador Peruano, 2018**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORAS:

Rimas Cjuno, Milagros Rosa Jennifer (orcid.org/0000-0001-7919-4634)

Valle Corales, Meliza (orcid.org/0000-0002-8250-9200)

ASESORAS:

Dra. Navarro Soto, Fabiola Cruz (orcid.org/0000-0003-2123-8416)

Mgt. Erazo Romani, Stephanie Carolina (orcid.org/0000-0001-7601-1900)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA — PERÚ

2018

Dedicatoria

A Dios por permitirnos llegar a esta etapa de nuestra formación profesional. A nuestros padres, hermanos y familiares que nos acompañaron y apoyaron. Gracias por ser parte de nuestra inspiración y ser nuestros soportes.

Agradecimiento

A nuestros asesores, la Dra. Fabiola Navarro Soto y al Mg. Rudy Chura, quienes estuvieron guiándonos y conduciéndonos hacia una investigación rigurosa.

A la Universidad César Vallejo por abrirnos las puertas y enriquecernos de conocimientos.

En especial, a Dios por darnos sabiduría y a nuestros padres, quienes nos guiaron a lo largo de nuestra formación académica y nos dieron la oportunidad de formarnos en esta prestigiosa universidad.

Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	8
III. METODOLOGÍA	30
3.1. Tipo y diseño de investigación	30
3.2. Variables y operacionalización	31
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	33
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	37
3.5. Procedimientos	40
3.6. Método de análisis de datos	40
3.7. Aspectos éticos	41
IV. RESULTADOS	42
V. DISCUSIÓN	61
VI. CONCLUSIONES	63
VII. RECOMENDACIONES	64
REFERENCIAS	65
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1: Exportaciones Agrarias Tradicionales Enero-Junio 2017/2018	22
Tabla 2: Exportaciones Agrarias por País Destino, Enero-Junio 2017/ 2018.....	23
Tabla 3: Operacionalización de la variable barreras al comercio exterior	32
Tabla 4: Operacionalización de la variable potencial exportador	33
Tabla 5: Determinación de la población	34
Tabla 6: Empresas Asociados a Adex.....	34
Tabla 7: Empresas Agroexportadoras Empresas Agroexportadoras	35
Tabla 8: Muestreo Estratificado / Empresas Agroexportadores	37
Tabla 9: Escala de Likert de Likert	37
Tabla 10: Validación de juicio de expertos de juicio de expertos	38
Tabla 11: Análisis de Confiabilidad de la variable independiente / Barreras del Comercio Exterior.....	39
Tabla 12: Análisis de confiabilidad de la variable dependiente / Potencial Exportador.....	39
Tabla 13: Barreras al comercio exterior al Comercio Exterior	42
Tabla 14: Barreras del mercado de origen del Mercado de Origen.....	43
Tabla 15: Políticas de gobierno	44
Tabla 16: Riesgos y retornos.....	45
Tabla 17: Barreras del mercado de destino.....	46
Tabla 18: Barreras económicas.....	47
Tabla 19: Barreras político- legal.....	48
Tabla 20: Barreras socioculturales	49
Tabla 21: Barreras logísticas.....	50
Tabla 22: Restricciones en mercado exterior	51
Tabla 23: Promedio del Potencial Exportador de 105 Países	52
Tabla 24: Pruebas de normalidad	55
Tabla 25: Nivel de correlación de Spearman.....	56
Tabla 26: Prueba de correlación de variables	56
Tabla 27: Prueba de Rho Spearman.....	57
Tabla 28: Prueba de Rho Spearman	57
Tabla 29: Barreras al comercio exterior y potencial exportador	58

Tabla 30: Barreras del mercado de origen y potencial exportador	59
Tabla 31: Barreras del mercado de destino y potencial exportador	59

Índice de gráficos

Gráfico 1: Barreras al comercio exterior.....	42
Gráfico 2: Barreras del mercado de origen	43
Gráfico 3: Políticas de gobierno	44
Gráfico 4: Riesgos y retornos.....	45
Gráfico 5: Barreras del mercado de destino.....	46
Gráfico 6: Barreras económicas.....	47
Gráfico 7: Barreras político- legal.....	48
Gráfico 8: Barreras socioculturales	49
Gráfico 9: Barreras logísticas	50
Gráfico 10: Restricciones en mercado exterior.....	51

Resumen

El presente trabajo de investigación es de nivel descriptivo-correlacional, de diseño no experimental, de corte transversal y de enfoque cuantitativo, donde el objetivo es identificar la relación que existe entre las barreras al comercio exterior y el potencial agroexportador del Perú, 2018. Se utilizó las teorías de Malca & Rubio para la variable barreras al comercio y Decreux & Spies para la variable potencial exportador. La población de estudio estuvo conformada por 144 empresas agroexportadoras de la Asociación de Adex, para la recolección de datos se utilizó la técnica de encuesta. A los representantes se les aplicó un cuestionario validado y confiable, para la variable: barreras al comercio exterior, conformado por 30 ítems y para la variable potencial exportador se utilizó la herramienta de recolección de datos. Posteriormente se procesó la información recopilada en el software SPSS, donde se utilizó la estadística no paramétrica, permitiendo adquirir tablas de frecuencia, gráficos y tablas cruzadas según lo establecido en los objetivos de la investigación. Los resultados mostraron que las variables de estudio son independientes ($p > 0,05$).

Palabras clave: Barreras comerciales, potencial agroexportador, empresas agroexportadoras.

Abstract

The present research work is descriptive-correlational level, non-experimental design, cross-sectional and quantitative approach, where the objective is to identify the relationship that exists between the barriers to foreign trade and the agro-export potential of Peru, 2018. We were used the theories of Malca & Rubio for the variable barriers to trade and Decreux & Spies for the potential export variable. The study population consisted of 144 agricultural export companies of the Association of Adex, for the collection of data the survey technique was used. A validated and reliable questionnaire was applied to the representatives for the variable: barriers to foreign trade, consisting of 30 items and for the export potential variable, the data collection tool was used. Subsequently, the information collected in the SPSS software was processed, where non-parametric statistics were used, allowing the acquisition of frequency tables, graphs and cross-tables as established in the research objectives. The results showed that the study variables are independent ($p > 0.05$).

Keywords: Commercial Barriers, Agro-export potential, agro-export companies.

I. INTRODUCCIÓN

El comercio de productos a nivel internacional, el cual desde 1990 representa el 80% en promedio, ha perdido significativamente su dinamismo posteriormente a la recesión económica a nivel mundial de 2008-2009. Entre el 2012 y 2016 el volumen del comercio mundial aumentó en un 2.2%, sin embargo, no fue significativo. Es en el 2017 donde se previó que el comercio internacional tendría una recuperación incipiente de 3,6% impulsado por el comercio en los Estados Unidos, la eurozona y China, asimismo se proyectó un menor crecimiento para el 2018 en comparación al 2017, debido al endurecimiento en la política monetaria de los Estados Unidos. Estos signos de recuperación para el 2017 se deben al aumento del valor de las exportaciones en el primer semestre de 2017. En China y resto de Asia se debe al incremento de sus exportaciones (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2017, p. 31).

Asimismo, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el comercio mundial, de las exportaciones, de los productos agropecuarios en el 2015 alcanzaron los 1,69 billones de dólares, destacando que América Latina y el Caribe son netas regiones exportadoras. Durante esta década, el sector agropecuario se ha incrementado significativamente en las exportaciones regionales, pasando del 17% en el 2000 al 26% en el 2016. Cabe resaltar que las exportaciones de América Latina demostraron mayor resiliencia en los envíos totales del periodo 2012 y 2016, este disminuyó 1% y el total de las exportaciones se redujeron en un 21%, siendo el resultado de cuatro años de caídas consecuentes. Por otro lado, la participación de la región en las exportaciones agropecuarias del mundo ha incrementado en el presente siglo, del 10% en 2000 al 13% en 2015 (2017, pp. 23 - 136).

También la CEPAL, menciona que, el potencial exportador de la región tiene un espacio considerable para hacer crecer su superficie agrícola y pecuaria. Se espera que América Latina sea la región del mundo que aumente la mencionada superficie en un 24% entre el 2016 a 2025 respecto al 2013 y 2015. Siendo las frutas y hortalizas y las oleaginosas las categorías más destacadas, ambas representan el 14% del total, seguida de las carnes (10%). Respecto a las frutas y hortalizas, el principal producto exportado son las bananas o plátanos

(simbolizando el 3% del valor total de exportaciones agropecuarias de la región), sucesivo de las piñas (ananás), el aguacate (palta) y el tomate. En caso de las oleaginosas son los porotos (habas, frijoles, frejoles) de soja (un 13% del valor total de las exportaciones agropecuarias de la región) (2017, pp. 138-145).

Con la finalidad de mejorar su participación en el mercado internacional y contar con una balanza comercial favorable, el Estado peruano viene impulsando el comercio exterior, promoviendo el ingreso de las empresas peruanas, en el mercado internacional mediante las exportaciones, puesto que es considerado como el pilar de la economía peruana. Mincetur (2016), sostiene que la política del comercio del Perú promueve de forma agresiva una apertura comercial con el fin de insertar al país en la economía global (p.14). Se considera la apertura comercial una estrategia del estado que permite la integración del Perú en el mundo, la mejora de la economía del país y la reducción de las barreras a las empresas en el mercado exterior, mediante los Tratados de Libre Comercio y Acuerdos Comerciales.

Actualmente, el Perú presenta un alto desempeño en las exportaciones debido a los impulsos e importancia que el estado le ha venido dando, destacando las agro-exportaciones de productos no tradicionales. Mincetur (2018), manifiesta que el Perú, en términos de exportaciones, es considerado como el tercer país que más crece en el mundo del total de las naciones (párr. 2). Lo expuesto evidencia que la apertura comercial ha venido favoreciendo el desempeño de las exportaciones, permitiendo obtener resultados positivos y estar posicionados en el tercer lugar en ranking de países con mayor crecimiento.

El Banco Central de Reserva (2018), indica que en el 2017 las exportaciones del Perú crecieron un 21,4%, siendo la mayor tasa de expansión en comparación a las registrada de las principales economías de América Latina. Lo expuesto es producto de los esfuerzos de las empresas por aprovechar los incentivos que brinda el estado y oportunidades para incursionar en el mercado internacional, su mejoría empresarial y contribución con la economía peruana.

Asimismo, el Instituto Nacional de Estadística e Informática manifiesta que, el volumen total de los bienes exportados, en el mes de junio de 2018, creció 11,0% en relación a junio de 2017, justificado por la significativa cantidad de importaciones de productos no tradicionales (19,7%) y tradicionales (8,5%), evidenciando el aumento de total de las exportaciones (p. 1). Asimismo, se nota que el incremento

del volumen de exportación de los productos no tradicionales aporta de manera significativa al total de lo exportado en el 2018, permitiendo la mejora de la balanza comercial del país.

Así también el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) manifiesta: “A setiembre de 2018, las exportaciones agropecuarias (tradicionales + no tradicionales) ascendieron a US\$ 4 459 millones, creciendo 13,4% respecto al año 2017. Perú exportó palta por US\$ 775 millones (+24,6%), uva por US\$ 310 millones (+33,4%), mango por US\$ 289 millones (+35,6%), y arándano por US\$ 207 millones (+66,8%). Estos crecimientos compensaron las menores exportaciones de café (-8,1%) y espárrago (-4,5%)” (p. 2). Lo expuesto por Mincetur da soporte a la información de INE, debido a que indica que productos agropecuarios han aportado a la mejora del valor de las exportaciones peruanas.

El sector que más El sector que más ha despegado de las exportaciones es el agro. Siendo las agroexportaciones consideradas como un sector económico muy dinámico, ya que se han desarrollado de manera rauda. Tal como indica Minagri, fue en el 2017 donde las agroexportaciones llegaron a la cifra de USD 6 255 millones, superando en 8% a las agroexportaciones del 2016. Esto debido a que en ese año el valor FOB de las exportaciones de productos no tradicionales aumentó en 11% (Diario Gestión, 2018). Sosteniendo la premisa que el sector agro viene creciendo de notablemente a través de los años y que es un sector que debe dársele importancia para que continúe o mejore su ritmo de crecimiento.

Además, en cuanto a exportaciones agrarias de productos tradicionales y no tradicionales el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) (2018), expresa que la subpartida del sistema armonizado 090111, café sin tostar ni descafeinar, es el producto tradicional más destacados hasta el 2018, y en cuanto a los productos agro no tradicionales sobresalen las subpartidas 070920, 080440, 080610, 080450, 080390, 081090, 081190 , 081040, 100850, 180100, pertenecientes al capítulo 7 (Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios), capítulo 8 (Frutas y frutos comestibles, cortezas de agrios, melones o sandías), capítulo 10 (Cereales) y 18 (Cacao y sus preparaciones) del Arancel de Aduanas, las cuales han sobresalido hasta el 2018. De igual manera, MINAGRI manifiesta que Estados Unidos, Holanda, España, China, Ecuador, Inglaterra, Chile, Alemania, Corea del Sur, Colombia son los que obtuvieron más exportaciones agrarias del Perú en el 2018, aportado al

alcance de valor FOB, según sus siglas en inglés Free on board, de USD 3,518 millones hasta Julio del 2018.

Sin embargo, aún el sector agro afronta dificultades que impiden el desarrollo del sector a largo plazo y el alcance del potencial agroexportador del país. Uno de los principales problemas que los empresarios peruanos encuentran al incursionar en el mercado exterior son las diversas barreras comerciales. Siendo trabas comerciales que no solo se encuentran en el mercado local, sino también en el mercado extranjero, lo que obstaculiza a que el Perú logre alcanzar su potencial agroexportador.

Numerosas empresas expresan motivación, perspectiva y expectativa de exportar, puesto que consideran el incremento de sus ganancias, pero no todas consiguen ello (Daniels et al., 2013, p. 484). Las barreras comerciales es una de las causas por las que una empresa no logra tener éxito en su internacionalización, puesto que desmotivan y limitan a las empresas a seguir desarrollando su capacidad exportadora por temor al fracaso, por ello la eliminación o reducción de barreras al comercio exterior es fundamental para que Perú pueda alcanzar su potencial exportador.

Es considerable que las empresas con capacidad de exportación puedan ingresar sus productos a más mercados para incrementar sus ganancias y el valor de la exportación peruana. Mongilardi menciona que la anulación de las barreras no arancelarias es uno de los puntos importantes que el gobierno debe considerar en su agenda, dado que son un obstáculo para cualquier tipo de negociación y traban la fluidez de las alianzas comerciales tanto con sus especificaciones y regulaciones (La Cámara, 2017). Es decir que para que el Perú logre alcanzar su potencial exportador, el estado debe de analizar las barreras comerciales existentes, en especial para simplificar los trámites para las certificaciones que solicitan los mercados extranjeros, los cuales generan altos costos adicionales para los exportadores peruanos.

Según De la Hoz (2013), la capacidad exportadora de un país y su nivel en el comercio internacional dependen de diversos elementos que afectarán de manera positiva o negativa en el comportamiento de sus exportaciones (p. 65). Denotando que las barreras comerciales, ya sea en el mercado de origen o en el de destino, son factores negativos que limitan a que las empresas peruanas

realicen exportaciones de manera constante y no permita al país alcanzar su potencial agroexportador.

Actualmente no todos los países logran alcanzar su potencial exportador, es por ello que es importante determinar la brecha que existen entre las exportaciones reales y las exportaciones potenciales, ya que de esta manera cada nación identificará cual es la meta que deben de alcanzar para lograr que sus exportaciones alcancen su máximo potencial. Según Hinaunye (2016) “[...] Las exportaciones potenciales son comparadas con las exportaciones actuales para determinar si existe un potencial de exportación sin explorar” (p. 10). Por lo tanto, cada nación debe analizar las causas por las cuales no ha logrado alcanzar su máxima capacidad exportadora y tomar las medidas necesarias para incrementar su flujo comercial.

El planteamiento del problema es un paso imprescindible en una investigación, por ello, es de vital importancia indagar en la materia, investigando diversas fuentes especializadas tales como, libros, artículos científicos, tesis y otras fuentes que estén debidamente acreditadas. Principalmente, se debe considerar que en un estudio plantear el problema implica afinar, precisar y estructurar el tema de investigación, cabe resaltar que este debe estar asociado a un propósito de estudio tales como: explorar y describir fenómenos, variables, hechos, etc.; relacionar fenómenos; eventos, hechos o variables; determinar causas y efectos; entre otros (Hernández & Mendoza, 2018, p. 40). Además, la formulación del problema deberá presentarse en forma de interrogante y esta, tiene que ser precisa y sin relacionar elementos, clasificaciones o enunciados que se propongan en el desarrollo del estudio como una posible respuesta. (García & Sánchez, 2020, p.163). Por ende, la investigación expuesta presenta la siguiente problemática general ¿Qué relación existe entre las barreras al comercio exterior y el potencial agroexportador del Perú, 2018? Asimismo, los problemas específicos que se exponen en el estudio son: (a) ¿Qué relación existe entre las barreras del mercado de origen y el potencial agroexportador del Perú, 2018? (b) ¿Qué relación existe entre las barreras del mercado de destino y el potencial agroexportador del Perú, 2018?

Cabe mencionar que toda investigación se debe realizar con un propósito definido, que deberá ser realmente relevante para que se sustente su ejecución.

Asimismo, la justificación de un estudio señala la finalidad de la investigación donde se demuestra lo importante, beneficioso y necesario que es su realización. (Hernández & Mendoza, 2018, pp.44-45). A continuación, se expone algunos criterios que respaldan la importancia de la presente investigación: Justificación teórica: La investigación permitirá identificar la relación que existe entre las barreras al comercio exterior y el potencial exportador del Perú, a través del coeficiente de correlación de Spearman con el SPSS. También se utilizará el Indicador del Potencial Exportador, que fue introducido en el mundo del Comercio Internacional por Yvan Decreux y Julia Spies Walter Isard en 2016, el cual permitirá analizar el comercio internacional que ha realizado el Perú en el 2018, asimismo ayudará a identificar oportunidades de exportación para la nación; Justificación metodológica: el estudio expuesto servirá como guía metódica para diversas investigaciones relacionadas a la carrera de Administración, Negocios Internacionales, entre otras, en la materia de barreras del comercio internacional que afectan en el potencial exportador del Perú, de esta manera las empresas exportadoras puedan informarse y elegir el mercado adecuado para enviar sus productos o servicios, asimismo que las agroexportaciones alcancen su potencial exportador.

Con respecto a la justificación práctica, la investigación expuesta ayudará a poner en evidencia su contribución con la identificación de las barreras al comercio exterior que limitan el potencial agroexportador y también se detalla el uso del Indicador de Potencial Exportador utilizado por el ITC, para el alcance del potencial exportador del Perú, ya que la nación tiene que enfrentar diversas trabas para alcanzar el potencial exportador peruano. El último criterio que demostrará la importancia de este estudio es la justificación social: La investigación, será beneficioso para los agroexportadores peruanos que aspiren a incursionar en el mercado internacional, pero que a su vez desconozcan las barreras del mercado de origen y de destino que tendrán que afrontar. Además, contribuirá a que los agroexportadores conozcan y utilicen el indicador de Potencial Agroexportador, de manera que logren alcanzar su potencial agroexportador y se introduzcan en el mercado exterior.

Según Hernández & Mendoza (2018), los objetivos determinan lo que se pretende descubrir como resultado y se deberán tener presente durante el desarrollo de la investigación ya que son considerados como guías del estudio.

También se debe tener en cuenta que los objetivos deben exponerse con claridad, asimismo ser concretos, realistas y alcanzables (p. 42). En la presente investigación se formula el siguiente objetivo general: Identificar la relación que existe entre las barreras al comercio exterior y el potencial agroexportador del Perú, 2018. Adicionalmente, se tiene como objetivos específicos: (a) Identificar la relación que existe entre las barreras del mercado de origen y el potencial agroexportador del Perú, 2018, (b) Determinar la relación que existe entre las barreras del mercado de destino y el potencial agroexportador del Perú, 2018.

La guía de un estudio son las hipótesis, ya que señalan lo que se trata de demostrar y se define como argumentos tentativos del tema en investigación. Surgen de la teoría existente y deben ser enunciados como proposiciones (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.104). La investigación expuesta propone la siguiente hipótesis general: Existe relación entre las barreras al comercio exterior y el potencial agroexportador del Perú, 2018. Asimismo, las hipótesis específicas son: (a) Existe relación entre las barreras del mercado de origen y el potencial agroexportador del Perú, 2018, (b) Existe relación entre las barreras del mercado de destino y el potencial agroexportador del Perú, 2018.

II. MARCO TEÓRICO

Para el presente estudio se realizó investigaciones relacionadas a las variables de estudio. A continuación, se presenta los antecedentes nacionales e internacionales:

En el ámbito nacional, León & Neisser (2017) en su investigación *“Las Barreras No Arancelarias y el Crecimiento de las Exportaciones de las Empresas Agroindustriales Asociadas a la Cámara de Comercio de Tacna. Periodo 2009-2014”* tuvieron como objetivo determinar la relación entre las Barreras No Arancelarias y el crecimiento de las exportaciones de las empresas agroindustriales asociadas a la Cámara de Comercio de Tacna. El tipo de estudio fue básico, con diseño correlacional y nivel relacional. Los autores de la investigación concluyeron que, hay una relación directa entre las variables. Por lo que encuentran que las empresas ven afectadas sus exportaciones de forma directa en función de las barreras no arancelarias impuestas para el proceso exportador.

Llamo (2017) en su tesis *“Potencialidades y Limitantes del Desarrollo de la Agroexportación en la Región Cajamarca: 2010-2015”* tuvo como objetivo determinar las potencialidades y limitantes de los productos de agroexportación del café y tara en la región de Cajamarca, periodo 2010-2015 y proponer estrategias competitivas. Su estudio fue de método inductivo-deductivo e hipotético-deductivo, diseño no experimental y nivel descriptivo. Concluyó que las limitantes son: deficiente manejo sanitario, escasez de créditos para productores y bajo nivel desarrollo de tecnología. Además, el no acceso a créditos financieros para los productores de café y tara les impide seguir recibiendo los Sellos de Certificación Orgánica y Comercio Justo, lo cual limita ampliar la producción con innovación tecnológica y mejoramiento de calidad de vida económica.

Arévalo & Lázaro (2016), en su trabajo de investigación *“Análisis del potencial exportador de la empresa Amaz Food S.A.C. para la exportación de chocolate orgánico al mercado de Alemania”*, tuvieron como objetivo principal determinar si la empresa peruana Amaz Food S.A.C. cuenta con potencial exportador para exportar chocolate orgánico al mercado de Alemania, debido a que cuenta con una propuesta de un distribuidor en dicho país. El proyecto estuvo enmarcado en el tipo de investigación exploratoria, la cual empleó una serie de

técnicas e instrumentos de recolección de datos, específicamente el análisis de fuentes documentales, estadísticas de inteligencia comercial y un cuestionario de diagnóstico de potencial exportador aplicado a la gerente general de la empresa en cuestión. Los autores de la investigación concluyeron que, la empresa peruana Amaz Food S.A.C. cuenta con potencial exportador para expandirse a los mercados internacionales, según los resultados obtenidos en el cuestionario de Diagnóstico de Potencial Exportador (DPE) y el análisis cualitativo de las principales características del mercado alemán.

Calderón (2016) en su estudio *“Las barreras no arancelarias como problemática para la exportación de aceite de oliva de las mypes formales de la región Tacna”* tuvo como objetivo principal analizar y establecer el impacto de las barreras no arancelarias como problemática en el proceso de exportación de aceite de oliva de las mypes formales de la Región Tacna, para medir la implicancia y los efectos de estos resultados en el comercio internacional de este producto. Realizó la investigación de tipo aplicada y de observación de diseño transversal, la autora llegó a la conclusión que existe relación significativa entre las barreras no arancelarias y la problemática de la exportación de aceite de oliva de la región Tacna, aplicado al periodo 2015, brindó como resultados que existe una relación entre las barreras no arancelarias como problemática que dificultan a las empresas exportadoras de la Región Tana, la exportación de aceite de oliva.

Llamoga (2016) en su *trabajo “La influencia de las barreras no arancelarias impuestas por la Unión Europea sobre las exportaciones de productos agroalimentarios frescos de la región La Libertad, 2014-2015”* tuvo como objetivo determinar de qué manera las barreras no arancelarias impuestas por la Unión Europea influye sobre las exportaciones de productos agroalimentarios frescos de la Región La Libertad, 2014-2015. Su estudio fue de tipo básico, nivel descriptivo y de diseño no experimental, correlacional y transversal. Concluyó que las barreras no arancelarias impuestas por la Unión Europea influyen en las exportaciones de productos agroalimentarios frescos, positivo porque las empresas buscan diversificar nuevos mercados y tienen que conocer los requisitos que el país impone. Asimismo, negativo porque las empresas tienen un mayor costo de inversión en el proceso de la obtención de los requisitos obligados a cumplir. También reconoció que los principales mercados en la Unión Europea son Holanda,

Alemania, Reino Unido, España, siendo el sector no tradicional con mayor demanda en frutas y hortalizas como espárragos, palta y arándanos.

Valverde (2016) en su artículo *“Medidas sanitarias y fitosanitarias, ¿barreras al comercio?: el Caso Peruano en el Asia-Pacífico”* tuvo como objetivo determinar la situación actual de las medidas no arancelarias en el ámbito multilateral, especialmente de las medidas sanitarias y fitosanitarias, también determinar las situaciones en las que las medidas sanitarias y fitosanitarias representan medidas distorsionantes al comercio exterior peruano, y exponer las gestiones realizadas por las instituciones del Estado frente a este tipo de medidas. Usó como herramienta de investigación una revisión de la información proveniente por los organismos internacionales y una reunión con la Dirección de Requisitos Técnicos al comercio exterior del Ministerio de Comercio. Concluyó que el Perú cuenta con las herramientas necesarias para afrontar oportunamente cualquier medida que algún socio comercial pueda imponer en materia sanitaria y fitosanitaria; sin embargo, la falta de coordinación institucional originó que no se pueda dar un correcto aprovechamiento a las facilidades brindadas por los tratados de libre comercio.

Carpio et al. (2015) en su investigación *“Barreras en el Desarrollo de la Agroindustria del Espárrago en la Región Ica”* plantearon como objetivo identificar y evaluar las barreras para el desarrollo de espárrago verde fresco en la Región Ica. Además, pretende mejorar las condiciones actuales, identificando los factores que afectan su competitividad. Tuvo un enfoque cualitativo y fue de tipo exploratorio. La estrategia utilizada ha sido la de casos múltiples con un diseño completo porque solo se trabajó con una unidad de análisis. Concluyó que los gerentes entrevistados reconocen que el espárrago en la región Ica tendría en un mayor o menor grado barreras en su desarrollo agroindustrial, tales como la inadecuada gestión regional del agua, el encarecimiento e insuficiencia de la mano de obra, las trabas burocráticas en la exportación del espárrago, condiciones de comercialización internacional no favorables, la ausencia de asesoramiento técnico para la automatización, riesgo cambiario, y el alto impacto de los costos de transacción y transporte sobre el precio.

Malca & Rubio (2015) en su indagación “*Obstáculos a la actividad exportadora de las empresas del Perú*”, tuvieron como objetivo, en primer lugar, el desarrollo del sector exportador del país, por lo que consideró necesario realizar una investigación bibliográfica que permita identificar y clasificar los diferentes obstáculos a la exportación; segundo, identificar los principales obstáculos a la actividad exportadora, a través de la aplicación de un estudio empírico. Utilizaron como herramienta de medición una encuesta. Los autores llegaron a la conclusión que el Estado, a través de los organismos competentes, debe reforzar tanto el diseño como la gestión de las políticas de promoción de exportación. Dio como resultado que el idioma como la diferencia cultural, son necesarios y condición para competir internacionalmente. También mostró como barreras la falta de experiencia y conocimiento relacionados a la gestión de la comercialización internacional.

Malca et al. (2014) en su trabajo “*Obstáculos a la actividad exportadora: encuesta a las empresas exportadoras del Perú*” tuvo como objetivo, primero, el desarrollo del sector exportador del país, mencionó que desde diversos enfoques necesita un constante estudio del comportamiento de las empresas exportadoras peruanas, como el caso de los obstáculos a la exportación, por lo que indicó que era necesario realizar una investigación bibliográfica que permita identificar y clasificar los diferentes obstáculos a la exportación y sirva de referencia para posteriores estudios. Segundo, los principales obstáculos a la actividad exportadora, a través de la aplicación de una encuesta. El autor de la investigación concluyó que, los resultados obtenidos en el presente estudio son una referencia a tener en cuenta para revisar la política de promoción de exportaciones, más aún tratándose de empresas esporádicas las mismas que de contar con apoyo ad-hoc podrían mejorar su desempeño y convertirse en exportadoras, contribuyendo de esta manera a incrementar el número de empresas exportadoras.

En el ámbito internacional, Lozano (2017) en su estudio “*Las barreras no arancelarias, como dificultad a superar para exportar a Canadá por productores colombianos*” mostró los tipos de obstáculos que tienen que afrontar los productores colombianos que exportan a Canadá según vigencia del TLC de 2015. Se llevó a cabo mediante una investigación no experimental. El artículo buscó informar acerca de las barreras no arancelarias más generadoras de inconvenientes, además presentó sugerencias a seguir si se pretende una

exportación exitosa. El autor llegó a la conclusión que las barreras no arancelarias son de mucho más cuidado que las arancelarias para que se lleve a cabo algún negocio. Así mismo que, Colombia requiere incentivar a los pequeños y medianos productores debido a que no se tienen herramientas tecnológicas, ni recursos económicos para competir en el comercio exterior.

Andrade (2016) en su investigación “*Análisis del potencial de exportación de la mermelada de maracuyá al mercado internacional. Período 2009-2017*” tuvo como objetivo principal plantear que la creación de políticas de transformación de carácter eficaz y eficiente, destinadas a la contribución del sector agroindustrial lograría fomentar la producción de bienes como la mermelada de maracuyá y su exportación al mercado internacional. La investigación la realizó de manera exploratoria y como método empírico, con la recolección de datos e información de fuentes primarias y secundarias, con bibliográfica, entrevistas y seguimiento de casos. El autor llegó a la conclusión que los Países Bajos es un punto estratégico, debido a que desde allí se puede crear lazos comerciales con el Medio Oriente, África y el resto de Europa y de esa manera aumentar la internacionalización de productos industrializados de origen ecuatoriano. Asimismo, que, la apertura comercial tiene ventajas, no solo a mayor acceso a mercados sino también a facilidades aduaneras, aumento de la inversión extranjera, expansión y crecimiento de la economía nacional.

Gaurav & Bharti (2016) en su artículo “*Comercio de productos de India-Pakistán agro: MFN y más allá*” contaron como objetivo la examinar las tendencias y composición del comercio agrícola entre la India y Pakistán. El estudio también exploró los aspectos complementarios y comerciales, ventaja comparativa en el comercio agrícola entre los dos países, para ello utilizaron estimaciones globales, Índice de restricción del comercio (OTRI) del Banco Mundial para comparar y contrastar las tarifas generales y medidas no arancelarias en el comercio agrícola. Utilizaron métodos cuantitativos. Obtuvieron como conclusión que el comercio agrícola sigue siendo muy por debajo de su potencial, inclusive después de la proximidad geográfica de la India y Pakistán, además de las barreras arancelarias y no arancelarias, otros problemas: El estado NMF (Nación más favorecida), la facilitación del comercio, conectividad inadecuada y transporte, cuestiones de amortización costumbres, la falta de negociaciones y la comunicación, y la solución

de controversias. Asimismo, indicaron que las cuestiones fronterizas deben resolverse antes de sacar el máximo de vista de las ventajas comparativas de cada uno en sus agro-productos complementarios.

Arteaga et al. (2014) en su estudio *“Las pymes españolas en Latinoamérica: barrera a la exportación”* tuvieron como objetivo contrastar si la importancia relativa atribuida a las diversas barreras a la exportación varía en función del destino de las exportaciones de la empresa. Para ello, analizaron las 463 respuestas obtenidas de una población de pequeñas y medianas empresas, mediante un proceso de reducción de la dimensionalidad, con el fin de proporcionar unos factores, sobre el listado de 26 barreras individuales posibles, tras una profunda revisión de la literatura. Utilizaron como método de análisis de componentes principales con rotación Varimax. Posteriormente, compararon los resultados de Latinoamérica con aquellos obtenidos en otros mercados de destino situados en la Unión Europea, África y el resto del mundo. El instrumento de medición que utilizaron para la recolección de información fue el cuestionario postal auto administrado, remitido a las empresas que forman parte de la población. Obtuvieron como resultados la confirmación parcial de la existencia de diferencias en la percepción de barreras en función de los mercados mayoritarios de destino de la exportación.

Miankhel et al. (2014) en su trabajo de investigación *“El potencial de exportación de Australia: un análisis exploratorio”* tuvo por objetivo examinar el impacto de los factores "detrás de la frontera" en el potencial de exportación de Australia. Utilizaron el modelo de gravedad de frontera escolástica sobre el comercio con sus socios comerciales clave, probando que los factores "detrás de la frontera" son importantes en casi todos los países exportadores y ejercen efectos negativos sobre el potencial de exportación de los países. Llegaron a la conclusión que la incapacidad de un país para exportar a su potencial es un reflejo de los impedimentos y rigideces institucionales y de infraestructura en el país y en sus socios comerciales, asimismo en el caso de Australia, las restricciones "detrás de la frontera" son importantes para explicar las razones por las cuales no exporta a todo su potencial.

Marcela et al. (2013) en su artículo *“Influencia de las barreras a la exportación sobre el compromiso exportador y su incidencia en los resultados internacionales”* tuvo como objetivo principal comprobar si las barreras a la

exportación influyen negativamente sobre el compromiso exportador de las empresas. Como método de recolección de datos utilizó un cuestionario. En la presente investigación, se revisa el vínculo presentado entre las barreras a la exportación con el compromiso exportador y los resultados internacionales. Los autores llegaron a la conclusión que la presencia de barreras a la exportación, pueden ser nocivas en la posibilidad de sobrevivencia empresarial, pero puede reducirse con una mejor gestión empresarial o compromiso exportador asociado a la ampliación de las exportaciones y los recursos y capacidades destinados a la promoción del comercio internacional. También resaltaron la importancia de minimizar las Barreras Financieras-legales, como una forma de lograr mejores niveles de compromiso exportador y de resultados internacionales. Por lo que recomendaron impulsar las actividades de apoyo y cooperación entre las empresas exportadoras como una estrategia de hacer frente a las barreras existentes y mejorar el uso de los recursos y conocimiento necesarios en las actividades de exportación.

Continuando con la investigación, se explicará las teorías relacionadas al estudio expuesto. La primera variable que se estudió es: Barreras al comercio exterior, desarrollada por los autores base Malca & Rubio (2014), quienes indican que se les considera a todas aquellas trabas, restricciones conductuales, estructurales, funcionales y otras que evitan u obstaculizan la capacidad de empezar, impulsar o continuar las actividades comerciales en los mercados internacionales. Cabe resaltar que estas barreras dependen de las políticas de cada país que desean proteger sus mercados. Asimismo, los autores consideran en su publicación dos dimensiones importantes que son el mercado de origen y el mercado de destino que posteriormente se explicará en que consiste cada uno.

También se han considerado tres teorías secundarias que conceptualizan y analizan la primera variable de estudio. Como primera fuente secundaria para la definición de la variable Barreras al Comercio Exterior, se cita a La Organización Mundial del Comercio (2017), quien señala que son acontecimientos o trabas que tienen que afrontar las empresas para internacionalizarse de manera exitosa. Siendo la eliminación de estas trabas y barreras comerciales para diversas entidades y países, que desean una economía libre, una lucha constante. Pero se debe tener en cuenta que a pesar de lo expuesto existen muchos gobiernos que

con sus medidas proteccionistas se alejan de lograr una economía abierta, de manera que en los últimos años ha habido pocos avances en el proceso de liberalización del comercio.

Además, las barreras al comercio exterior exigen el cumplimiento varias normas, que presionan al exportador a obtener permisos o licencias del país origen para asegurarse de que su potencial comprador cumpla con todos los requisitos para importar. De igual manera, cuando el exportador desea vender a su cliente del exterior debe de analizar las restricciones de su país para exportar y las restricciones y regulaciones del país destino (Canta et al., 2014). Es decir, las diferentes restricciones de los países desmotivan a las empresas a exportar puesto que antes de concretar la venta con su cliente debe de analizar previamente todos requisitos que debe de cumplir.

Es decir, cuando se realiza un negocio internacional las empresas que exportan tienen que cumplir con los requisitos que solicita su país y el país destino, pero también debe tener en cuenta los requerimientos le solicitan al importador en su país de origen. De tal manera que se pueda llevar a cabo la negociación de manera exitosa.

Por último, la tercera fuente secundaria son los autores Kalirajan & Singh (2007), citado por Miankhel et al. (2014) quienes manifiestan lo siguiente, “[...] Las restricciones explícitas más allá de la frontera, por ejemplo, se pueden medir a partir de los aranceles aplicados en los países importadores” (p. 234). Asimismo, Miankhel menciona que las restricciones ““implícitas más allá de la frontera” que emanan de las rigideces institucionales y políticas que existen en los países importadores son difíciles de medir y se consideran dadas [...]” (p. 234). Lo que afirma que una empresa, en el mercado internacional, no solo enfrenta barreras en su país de origen sino también en el país de destino y de la resolución de estas dependerá del éxito de la negociación.

Asimismo, Canta et al. (2014), indica que “Las empresas internacionales deben de enfrentarse con [...] un mundo de aranceles, cupos y barreras no arancelarias diseñadas para proteger los mercados de un país de productos extranjeros” (p. 67). De tal manera que las empresas deben de hacer frente a esas trabas, pero se debe tener en cuenta que las barreras planteadas por Canta no son

las únicas ya que cada país utiliza las medidas que consideran necesarias para proteger su mercado nacional.

Así también, los autores base de la primera variable, Malca & Rubio (2014) explican que el ambiente donde la empresa va a operar proviene las barreras externas, tanto en el mercado exterior como en el local (p. 7). Por ende, en ámbito del comercio internacional se identifican barreras en el mercado de origen o mercado de destino, así como barreras en el entorno nacional o mercado de origen, las cuales contienen trabas más específicas.

Respecto a lo señalado anteriormente, la primera dimensión son las barreras en el mercado de origen y de acuerdo a Malca & Rubio (2014) se clasifican de la siguiente manera: (a) Políticas de Gobierno, considerado el primer indicador del estudio, las cuales se centran en dos temas esenciales; primero el poco interés, por parte del estado, en ayudar a los exportadores y las prácticas regulatorias que restringen la gestión de las exportaciones, (b) Riesgos y retornos, considerado el segundo indicador de la investigación, estas barreras se refieren a los riesgos que pueden tener los exportadores al realizar negocios u operaciones en el exterior, como la baja rentabilidad al realizar exportaciones y nuevos costos desconocidos por parte de los exportadores.

La segunda dimensión son las barreras en el mercado de destino, según Malca & Rubio (2014) se dividen de la siguiente manera: (a) Barreras Económicas, determinado como el primer indicador, se refieren a la dominante influencia de la moneda doméstica, donde la moneda del país de origen es relevante ya que, si el valor de la moneda doméstica es elevado en comparación con los países en el extranjero, los precios de las exportaciones se incrementarán y ello puede conllevar a la reducción de la demanda. Así mismo podemos tener en cuenta dentro de estas barreras al tipo de cambio fluctuante, lo que conlleva a que el exportador, de manera obligatoria, cuente con un seguro de riesgo cambiario. También la inflación es un problema económico, puesto que su incremento reduce los precios de las exportaciones e incrementa las importaciones. Además, el cambio de moneda extranjera también es una problemática para las transacciones comerciales internacionales.

El segundo indicador identificado es: (b) Barreras Político – legal, se refiere a los desconocimientos de normas en el mercado destino de los exportadores, así también los requerimientos burocráticos, los cuales pueden generar atrasos y altos costos en la logística de las compañías nacionales. De igual manera la inestabilidad política del país pone en gran peligro las operaciones del exportador en el mercado internacional, (c) Barreras Sociocultural, determinado como el tercer indicador, abarcan los diferentes hábitos, actitudes, culturas e idiomas de habitantes de los países, lo que conlleva a las diferentes preferencias de los países. De igual manera se puede considerar como barrera socio cultural a las diferencias de lenguaje verbal y no verbal de los países, (d) Barreras Logísticas, establecido como el cuarto indicador, hacen referencia a los problemas para que el exportador encuentre canales de distribución adecuados. Así también a la baja capacidad de producción de las empresas exportadoras nacionales, altos costos de transporte y los problemas relacionados a los documentos necesarios para la exportación.

El último indicador de las barreras en el mercado de destino es el siguiente: (e) Regulaciones en el mercado exterior, considerado el quinto indicador, los gobiernos internacionales tienen la facultad de exigir un conjunto de controles a las firmas que comercializan bienes o servicios en sus mercados. Principalmente se estudió las siguientes barreras: a) Barreras arancelarias, consideradas como las barreras detrás de la frontera, son aquellos requerimientos y permisos exigibles por el estado importador. Referente a lo señalado se encuentra principalmente el pago de aranceles aplicado en el país de destino que representan una gran dificultad para las firmas exportadoras, debido a que se incrementan los precios de exportación. Los aranceles son utilizados por los gobiernos como medio para aumentar el ingreso al erario público, para respaldar a la industria local (Canta et al., 2014). Asimismo, los aranceles son impuestos exigidos a las importaciones para elevar el precio de venta y de esa manera los países puedan proteger sus productos nacionales.

Después de lo anterior expuesto, se deduce que los aranceles es una de las barreras más relevantes que las empresas afrontan, asimismo, estas esperan que sus parámetros se reduzcan o sean eliminarlas para liberar el comercio internacional. Sin embargo, en los últimos años han surgido nuevas medidas de protección para la salida e ingreso de mercancías, conocidas también como

barreras más allá de la frontera, estas se denominan: (b) Barreras No Arancelarias, existen diversas trabas que obstaculizan las actividades del exportador, por ejemplo, restricciones cuantitativas, las sutilezas administrativas y la administración de aduanas. Conforme lo expresado en La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (2017), según sus siglas en inglés UNCTAD, las medidas no arancelarias (MNA) son medidas de política distintas de los aranceles que pueden influir en el comercio internacional de mercancías, regulando a quién, qué y cuánto comercializa. Por ende, son considerados como gran desafío para los exportadores, importadores y formuladores de política.

Así mismo, para Canta et al. (2014), “Las barreras comerciales no basadas en aranceles son una distorsión ineficiente que aminora las ventajas potenciales del comercio” (p. 68), a pesar que los países vienen constantemente realizando alianzas para eliminar el pago de arancel, no es la única barrera que tienen que afrontar las firmas, sino también las políticas y medidas proteccionistas del país destino que dificultan el intercambio comercial entre distintas naciones. Incluso, la Cámara de Comercio de Lima (2017), en la XII cumbre internacional del comercio exterior, Mongilardi, presidente de la Cámara de Comercio de Lima, mencionó que “uno de los temas más importantes es la eliminación de las barreras no arancelarias, ya que son un obstáculo para las negociaciones. Puesto que comprenden especificaciones y regulaciones que no permiten la fluidez de las uniones comerciales”.

También, Canta et al. (2014) indica que algunas políticas nacionales o su dirección económica establecen obstáculos al ingreso de mercancías del exterior a su nación, para mitigar desigualdades del ingreso e incentivar a su población a la compra local o el empleo (p. 68). Es decir, algunas naciones ponen trabas a ingreso de productos extranjeros para incentivar la compra local, pero se considera que solo la eliminación de desigualdades entre políticas y regulaciones permitirá la fluencia del intercambio comercial e incentivará a que más empresas locales aspiren a exportar y contribuyan al alcance del potencial exportador de su nación.

De esta manera, según Cornejo (2010), en los últimos tiempos los obstáculos no arancelarios se han transformados en las principales limitaciones en el comercio internacional (p. 183). Por lo que la identificación de las principales trabas no arancelarias es de suma importancia para facilitar el intercambio de

productos e incrementar el valor real de las exportaciones de las naciones. Algunas restricciones más utilizadas por los países, según Cornejo (2010) son las siguientes: (a) Los contingentes o cuotas, debido a que los volúmenes de importación no tienen límite, en la medida en que se pague un monto de gravamen, muchos gobiernos establecen limitaciones cuantitativas a la importación de algunos bienes mediante políticas comerciales. Es decir, las cuotas a la importación son consideradas obstáculos cuantitativos que las naciones plantean para la importación de productos foráneos, limitando la cantidad de importación de ciertos bienes, mediante políticas comerciales. Cabe resaltar que su efecto económico es similar a los de los aranceles ya que buscan la reducción de las importaciones, pero las ganancias de estas cuotas no necesariamente se destinan al gobierno central, como sucede con el arancel.

En referencia a la clasificación anterior, la siguiente limitación que menciona el autor es: (b) Restricciones voluntarias a la exportación, son dadas por la propia nación exportadora, puesto que dispone exportar menos a un determinado país. Ello se da debido a que el país que realiza las exportaciones no desea recibir sanciones del otro país y no desea dejar de recibir colaboración en aspectos de las relaciones bilaterales. Por ende, una restricción voluntaria a la exportación implica que el país importador amenace al otro país mediante impuestos a las importaciones, con el fin de inducir a las naciones extranjeras a reducir sus exportaciones de manera voluntaria. Además, se debe tener en cuenta que los obstáculos a la exportación son considerablemente negativos para el bienestar del país importador, por otro lado, cabe resaltar es posible que los países exportadores puedan contrarrestar estos obstáculos a través de medidas como por ejemplo el cambio de categoría del producto o mejora de la calidad de producto para incrementar la ganancia por unidad exportada en el extranjero, en países sin limitaciones.

A continuación, se expone la tercera restricción: (c) Exigencias en normas sanitarias o de calidad, los países pueden poner barreras no arancelarias a las importaciones con rigurosas normas de calidad, sanitaria, envase o de protección ambiental, que pueden ser complicados de satisfacer. Estas normas mencionadas, de manera sutil, son para obstaculizar el ingreso al mercado a algunos productos importados u originarios de un determinado país. Actualmente, para evitar estas

utilizaciones de requisitos sanitarios o de calidad, los países hacen esfuerzos por estandarizar sus normas y reglamentos para lograr un comercio libre. Por ello, son consideradas como una importante traba comercial que los exportadores deben afrontar para enviar sus productos a un país extranjero, ya que estos necesitan cumplir con todas las normas solicitadas por el país de destino para negociar exitosamente con los importadores.

Respecto a las limitaciones expuestas, la cuarta en estudio es: (d) Compras estatales orientadas hacia los bienes locales, las compras que realiza el gobierno son unas de las restricciones no arancelarias regularmente utilizadas a través de licitaciones públicas internacionales a fin de proveerse de diferentes productos que el gobierno necesita para gastos corrientes y de inversión. Las compras estatales, como restricción, ocurren cuando compras del gobierno central y empresas con control gubernamental producen bienes y servicios en su país, a pesar de que sea más costoso, por ejemplo, mediante licitaciones internacionales. Entre las razones para la utilización de compras estatales orientadas hacia bienes locales, son la protección hacia los productores locales, además debido a que el Gobierno prefiere no pagar aranceles opta no comprar a proveedores extranjeros.

En relación a los obstáculos que imponen los países, existen dos limitaciones más que se abordará en el presente estudio, y son las siguientes: (e) Subsidios a las exportaciones, consideradas como las causas que afectan el rango de capacidad de las exportaciones. Los subsidios o subvenciones a las exportaciones son consideradas como ayudas de diversos tipos que da el estado a las empresas nacionales de productos específicos para que puedan exportar a bajos y competitivos precios. Por ende, se les considera a los subsidios como ayudas que incentivan la producción y el empleo de las naciones que los utilizan, pero tiene un costo social puesto que compañías locales producen a un mayor costo al que pagan las empresas extranjeras por los productos nacionales. (f) Dumping, es una de las prácticas desleales que permite el ingreso de productos de un determinado país a otro país a un precio inferior a su normal valor. El dumping suele ser aplicado para cuando se ve reducida la demanda y no puede mejorarse en el mercado local por lo que se planifica ingresar al mercado exterior y lo hace a precios menores a los precios de venta en el mercado local. Por ende, son consideradas como políticas comerciales para regular los flujos del comercio.

Por lo tanto, las barreras no arancelarias son intervenciones del gobierno en relación a la producción y el comercio. Siendo, entre las expuestas, las exigencias sanitarias y de calidad una de las barreras no arancelarias más destacadas que afectan a las exportaciones.

Continuando con las teorías relacionadas a la investigación, se expondrá la importancia y la evolución que las agroexportaciones han experimentado a lo largo de la historia. Las agro-exportaciones se convirtieron en un factor muy importante en la economía del Perú desde el siglo XVIII, cuando las exportaciones ya no solo estaban representadas por los metales, sino que se comenzó a comercializar el cacao y chancaca que eran producidas en haciendas azucareras. Sin embargo, es a partir de la independencia que las agras exportaciones adquirieron mayor relevancia y se comenzaron a exportar diversos productos, tales como el café, cacao, cinchona, algodón, caña de azúcar, entre otros. (Eguren & Marapi, 2015, p. 7).

Los diversos productos de exportación que engloba este sector se encuentran divididos en dos rubros, tradicionales, que son aquellos cuyo valor agregado no transforma su esencia natural y los no tradicionales. Según Vásquez, nombrada por el Banco Central de Reserva del Perú (2015) las exportaciones agrícolas se dividen en productos tradicionales y no tradicionales. Desde el siglo XVI, son consideradas como tradicionales las ventas al exterior de algodón y azúcar, y desde 1887 el café. En cuanto a las exportaciones no tradicionales, las cuales fueron motivadas a fines del XX, contienen una diversa gama de hortalizas y frutos, tanto frescas como procesadas (p. 23). Por lo que desde siglos anteriores hemos venido realizando un intercambio mercantil de productos en bruto y transformados para satisfacer las demandas del mercado exterior y nuestros gobiernos han identificado la importancia de impulsar a este sector.

En la actualidad, las exportaciones del sector agro se encuentran creciendo significativamente tanto en los productos tradicionales como no tradicionales. Según Diario Gestión (2018) las agro exportaciones en general alcanzaron en el primer bimestre del año US\$ 1,070.97 millones, obteniendo un crecimiento de 23.9% en comparación al mismo periodo del 2017, que alcanzó US\$ 863.89 millones, es necesario resaltar que los productos que más aportaron al crecimiento

fueron la uva, mango y arándanos (párr. 1). Cabe destacar que los principales destinos al que llegaron, de acuerdo a la fuente expuesta, fueron Alemania, EEUU, Bélgica, Colombia y Reino Unido.

Asimismo, la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria, citada por Minagri en su boletín estadístico "El Agro en Cifras" (2018), menciona que las principales partidas de productos agro exportados entre enero-junio 2017/2018 fueron las siguientes:

Tabla 1

Exportaciones Agrarias Tradicionales Enero-Junio 2017/2018

N°	Subpartida	Exportaciones No Tradicionales	Peso Neto (t)		Valores FOB (Miles USD)		Variación 2018/2017
			2017	2018	2017	2018	
1	080440	Aguacates, paltas, frescos o secos	162,070	192,792	366,287	426,121	16.3%
2	080610	Uvas frescas	120,748	126,598	233,770	303,604	29.9%
3	080450	Mangos y mangostanes, frescos o secos	118,739	165,070	138,163	202,029	46.2%
4	070920	Espárragos, frescos o refrigerados	34,138	42,238	120,217	126,652	5.4%
5	070310	Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados	33,574	52,426	10,198	16,553	62.3%
6	180100	Cacao en grano	15,693	24,288	40,553	60,255	48.6%
7	081190	Frutos comestibles, congelados	33,441	39,754	55,684	65,115	16.9%
8	0805xx	Mandarinas, clementinas, wilkings y similares, frescos o secos	28,682	36,851	30,623	38,259	24.9%
9	071080	Hortalizas Congeladas, nes	3,741	4,968	16,599	21,510	29.6%

10	320300	Materias colorantes de origen vegetal o animal	301	282	23,172	20,307	-12.4%
----	--------	--	-----	-----	--------	--------	--------

Nota: Elaboración propia con datos de Sunat

La tabla 1, muestra que el producto que ha tenido un mayor crecimiento en el periodo Enero-Junio 2017/2018 es Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados con un 62.3% de crecimiento en valor FOB. Mientras que las Materias colorantes de origen vegetal o animal han presenciado una reducción del -12.4% en valor FOB.

Asimismo, a continuación, se muestran las principales naciones de destino de las exportaciones peruanas en el periodo Enero-Junio 2017/2018.

Tabla 2

Exportaciones Agrarias por País Destino, Enero-Junio 2017/ 2018

País destino	Peso Neto (t)			Valor FOB (Miles USD)			
	2017	2018	Variación 2018/2017	2017	2018	Variación 2018/2017	Part % 2018
Estados Unidos	313,007	365,840	16.9%	672,677	746,775	11.0%	24.90
Holanda	229,067	324,062	41.5%	387,354	549,020	41.7%	18.30
España	104,976	95,732	-8.8%	180,346	197,747	9.6%	6.60
Ecuador	143,643	179,958	25.3%	135,680	154,825	14.1%	5.20
China	78,549	78,956	0.5%	120,246	149,951	24.7%	5.00
Inglaterra	53,384	65,775	23.2%	107,644	127,442	18.4%	4.20
Chile	77,402	88,612	14.5%	79,440	98,073	23.5%	3.30
Alemania	35,532	39,362	10.8%	72,842	87,285	19.8%	2.90
Corea del Sur	23,357	23,283	-0.3%	51,716	85,928	66.2%	2.90
Colombia	77,145	108,895	41.2%	59,164	83,191	40.6%	2.80
Bélgica	24,644	30,467	23.6%	51,248	62,125	21.2%	2.10
México	33,785	26,976	-20.2%	50,892	58,767	15.5%	2.00
Canadá	28,551	32,707	14.6%	50,954	56,816	11.5%	1.90
Hong Kong	27,263	23,818	-12.6%	52,231	56,020	7.3%	1.90
Francia	12,242	19,610	60.2%	39,806	48,589	22.1%	1.60
Otros	224,723	238,255	6.0%	419,697	439,690	4.8%	14.4
TOTAL	1,487,270	1,742,308	17.1%	2,531,937	3,002,244	18.6%	100.00

Nota: Elaboración propia con datos de Sunat

A pesar que las agro-exportaciones peruanas han mostrado un incremento en el periodo Enero-Junio 2017/2018, su potencial se podría continuar desarrollando si más empresas locales son preparadas para enfrentar los diversos retos existentes para ingresar a una nación extranjera, por ejemplo, en cuanto a

sanidad, fortalecer la entidad reguladora para implementar programas integrales de manejo de plagas, permitirá tener una mejor condición fitosanitaria a la nación, así también los agricultores contarán con la data necesaria para reducir los riesgos de plagas al que pueden estar expuestas su producción. De tal manera que se logrará hacer más competitiva y rentable la agricultura.

Asimismo, es importante la realización de programas de capacitación para los agricultores tanto en aspectos agronómicos, como en gestión y asociatividad, con el objetivo de lograr una mejor integración con las cadenas productivas (Banco Central de Reserva del Perú, 2015, p. 28). Cabe resaltar que, si el Perú toma las medidas adecuadas, las exportaciones de este sector podrán alcanzar su máximo potencial.

Para definir la segunda variable: Potencial exportador, se toma como teórico base a Decreux, Y. & Spies, J. (2016) quien afirma que para la realización un estudio global a los factores involucrados en la determinación del potencial exportador del Perú se considera al Export Potential Indicator (EPI) como una adecuada herramienta que muestra los valores de exportación potenciales de los diversos productos de exportación existentes en un determinado mercado. Este indicador comercial se basa en la suposición de que, en un mundo sin fricciones, los flujos comerciales pueden describirse como una combinación del rendimiento de la oferta, la facilidad para exportar y la demanda total. El EPI se basa en la asociación del comercio entre dos naciones, donde exista un nivel positivo tanto de la oferta como la demanda de productos, asimismo se asocia negativamente con impedimentos comerciales en forma de derechos de aduana o distancia geográfica y de manera natural se relaciona con el gravity model. Este modelo ha sido utilizado por Head y Mayer en diversas investigaciones para determinar los potenciales comerciales del sector de ciertos países. Asimismo, la aplicación de este modelo permitirá identificar mercados inexplorados en el que existen grandes oportunidades de comercio para la inserción de los diversos productos peruanos, donde Hinaunye (2016) considera que el gravity model es una herramienta útil para identificar el potencial de exportación de un país y tiene fundamentos en la ciencia física, convirtiéndose en una herramienta importante en el análisis de los flujos de comercio bilateral. Además, el gravity model se utiliza para indagar la relación entre el volumen y la dirección del comercio internacional y la formación de bloques

comerciales regionales, ampliándose con una serie de variables para evaluar si son relevantes para explicar los flujos comerciales entre países. Estas variables incluyen el PIB, la distancia, la dotación de infraestructura, las diferencias en el ingreso per cápita y la tasa de cambio.

La primera vez que el gravity model fue aplicado en el comercio internacional fue en el año 1963, por Peniti Poyhonen. Este modelo tuvo un buen desempeño en el análisis de los flujos de comercio internacional a inicios de la década de 1960, sin embargo, no se produjeron sólidos fundamentos teóricos hasta finales de los años setenta. Esto produjo que diversas investigaciones modifiquen la ecuación de gravity newtoniana original. Anderson (1979) y Bergstrand (1985, 1989) realizaron diversos estudios relacionados a este modelo, donde se deduce que la ecuación de la gravedad es una buena representación, independientemente de la estructura de los mercados de productos. Es importante señalar que cada autor agregó un diferente factor que influye en la determinación de la ecuación, como por ejemplo Bergstrand (1985; 1989) incluyó el tamaño de la población, mientras que Oguledo y Macphee (1994) incluyeron variables de precio. Por lo tanto, se puede apreciar que el gravity model ha evolucionado en el tiempo gracias al estudio de diversos autores que han convertido su fórmula básica en una más compleja, donde nuevos factores influyen en su determinación.

El autor considera 3 dimensiones que intervienen en la determinación del Export Potential Indicator (EPI), cuya metodología está inspirado en el gravity model. La primera dimensión es la Oferta: la cual se basa principalmente en la cuota de mercado, modificada por algunos de los factores que distorsionan el valor del verdadero rendimiento de las exportaciones: $Supply_{ik}^{EP} = Projected MS_{ik} \times TB_{ik} \times GTA_{ik}$. El primer factor es el $Projected MS_{ik} = \frac{v_{ik} \times \Delta GDP_i}{\sum_i (v_{ik} \times \Delta GDP_i)}$ para tener en cuenta el hecho de que el crecimiento económico aumentará la capacidad exportadora del exportador (ΔGDP_i) es la proporción esperada sobre el PIB actual para el país i. Para lo cual se considera a GDP, según sus siglas en inglés Gross Domestic Product, el producto interno bruto de una nación. El crecimiento esperado del PIB se calcula para un período de tiempo de cinco años empezando con el período de tiempo más reciente utilizado en el análisis. Sobre la base de los datos comerciales reportados, sin embargo, las cuotas de mercado de los países no siempre reflejan

correctamente la capacidad real de los países para competitivamente exportar productos.

El segundo factor es la relación exportación-importación, definida como:

$TB_{ik} = \min\left(1, \frac{x_{ik}}{m_{ik}}\right)$. Las exportaciones declaradas frecuentemente comprenden reexportaciones que no se encuentran vinculadas a ninguna capacidad del país para producir el bien. No obstante, el objetivo de las evaluaciones del potencial de exportación es brindar orientación sobre el apoyo al comercio para los sectores que tienen una base de producción significativa en el país, tal como el sector agro. En relación con lo mencionado, se debe medir las ventajas comparativas que dan cuenta de la balanza comercial las RCA, según sus siglas en inglés Revealed Comparative Advantages, o ventaja comparativa revelada se corrigen por la relación a la que las importaciones superan las exportaciones. Como una consecuencia, un producto que el país parece exportar competitivamente se degrada si la balanza comercial del producto es negativa (tenga en cuenta que en la situación contraria de una balanza comercial positiva no se aplicará el factor de corrección, es decir, un producto no es actualizado si las exportaciones son más altas que las importaciones).

El último factor representa el margen de preferencia que el país enfrenta globalmente cuando se exporta el producto k, $GTA_{ik} = \left(\frac{1 + av. \text{tariff}_{ik}}{1 + av. \text{tariff}_k}\right)^{\sigma_k}$. Donde $\sigma_k > 0$ es la elasticidad de sustitución asociado al producto k. La cuota de mercado de una nación en la exportación de determinados bienes capturados por los datos comerciales abarca información sobre ventajas arancelarias. Es probable que sea más grande cuando el país tiene grandes ventajas arancelarias en los mercados mundiales para algún producto. Sin embargo, esto no significa que el producto represente una oportunidad de exportación también en un mercado (o región) objetivo determinado si ese mercado objetivo en particular ofrece condiciones de acceso al mercado menos favorables. Lo contrario es cierto para la tarifa global desventajas: a pesar de que el producto es de poca importancia para el país en general, podría tener un alto potencial en un mercado objetivo específico. Las tarifas superiores al 80% se han eliminado del cálculo aranceles medios porque el examen de los picos arancelarios asociados a flujos comerciales significativos ha reveló que en muchos casos no corresponden a la tarifa real aplicada y, por lo tanto,

podrían llevar a inferencias erróneas sobre las capacidades reales de oferta. El numerador del factor de ventaja arancelaria es la tarifa promedio ponderada aplicada al producto k (mercados j importaciones de producto k de proveedores que se utilizan como ponderaciones en el cálculo del promedio aranceles). El denominador es el arancel promedio ponderado aplicado a las exportaciones del producto k del país i. El país i tiene una ventaja arancelaria si el numerador excede el denominador. Cuanto mayor es la ventaja, la más fuerte es la reducción de la cuota de mercado. El impacto de un arancel depende de la sensibilidad del comercio a los precios, medido por σ_k (la elasticidad de sustitución entre los proveedores del producto k) que refleja la facilidad con la que un mercado puede cambiar a otros proveedores de ese producto en caso de un aumento de precio. Si bien los aranceles provienen de la base de datos de Market Access Map del ITC, las elasticidades de los precios se toman del GTAP, según sus siglas en inglés Global Trade Analysis Project, base de datos que distingue 43 sectores de bienes.

La segunda dimensión: Demanda, posee condiciones que se capturan mediante la combinación de una proyección de valores de importación y de factores que explican la apertura del mercado objetivo a los productos exportados por el país, $Demand_{ijk} = Projected M_{jk} \times MTA_{ijk} \times DistanceFactor_{ijk}$. El primer factor en el lado derecho viene dado por: $Projected M_{jk} = v_{jk} \times \left(\frac{\Delta GDP_j}{\Delta Pop_j} \right)^{E_{MacGDP_j}} \times \nabla Pop_j$. Aquí, E_{MacGDP_j} es la elasticidad-ingreso de la demanda de importaciones per cápita, estimada por separado por nivel de desarrollo 'd' y de 2 dígitos del Sistema Armonizado (HS) c. La importación proyectada se basa en las importaciones actuales, aumentado por el crecimiento esperado de la población (con una elasticidad unitaria) y el crecimiento esperado del PIB por persona cápita. La demanda de todos los bienes aumenta como resultado del crecimiento de la población, pero la demanda de bienes aumenta más cuando se espera que el PIB per cápita crezca. Las importaciones potenciales de un exportador particular dependen de un número de factores que están fuera del control del exportador y que se explican a continuación.

El tercer factor representa el margen de preferencia que el país disfruta en el mercado objetivo, $MTA_{ijk} = \left(\frac{1 + av.tariff_{jk}}{1 + tariff_{ijk}} \right)^{\sigma_k}$. Si los aranceles aplicados al país exportador son inferiores a los aranceles aplicados a otros proveedores del producto k, el exportador se beneficia de una ventaja arancelaria en el mercado que se traducirá en un mayor potencial de importación. La magnitud de este

impacto depende nuevamente en la sensibilidad del precio del comercio, σ_k . Como antes, se ha experimentado el factor de corrección de la ventaja arancelaria una identificación de valores atípicos.

El factor final en el lado derecho se refiere a un indicador de ventaja de distancia específica del producto, definido como: $DistanceFactor_{ijk} = e^{-|av.logdistance_{jk} - logdistance_{ij}|}$. Compara la distancia al exportador con la distancia a otros proveedores de producto k . En estimaciones empíricas de bilateral los flujos comerciales, las distancias se emplean como un proxy para los costos de transporte. Sin embargo, mientras los costos de transporte varían según los productos, las distancias bilaterales son constantes y, por lo tanto, no son útiles cuando el objetivo es diferenciar los productos de acuerdo con su potencial de exportación. Esto es diferente para la distancia promedio sobre la que se comercializa un producto. Los productos perecederos, por ejemplo, son sensibles a distancia y, por lo tanto, típicamente importados de países vecinos, mientras que la distancia importa menos para productos duraderos. Información incorporada en la distancia promedio sobre la que se comercializa un producto puede ayudar a identificar los mejores productos para exportar a un mercado determinado. Si el exportador está cerca del mercado, favorecerá los productos para los cuales la proximidad es una ventaja (alta sensibilidad del comercio a distancia). Estos son productos que en promedio se comercializan en distancias cortas. Si el exportador está lejos del mercado, favorecerá productos para los cuales la distancia es menos importante (baja sensibilidad del comercio a distancia). Estos son productos que, en promedio, se comercializan a largas distancias. Cuanto más cerca esté la relación (cuanto menor es la diferencia absoluta) entre la distancia del exportador al mercado objetivo y la distancia media sobre la que el mercado objetivo importa el producto, mayor será la exportación potencial del producto para el mercado. Las distancias se toman de la base de datos GeoDist de CEPII (Mayer y Zignago, 2011). Considerando CEPII como un Centro Panamericano de Investigación e Innovación.

La tercera dimensión facilidades para el comercio exterior, se basa en el comercio real entre el exportador i y el mercado j para productos con potencial relativo a su comercio hipotético si el exportador tuviera la misma participación en el mercado j que tiene en los mercados mundiales $Easiness_{ij} = \frac{v_{ij}}{\sum_i (Supply_{ik}^{EP,Static} \times Demand_{ijk}^{Static})}$. Si $Easiness > 1$, exportador, me resulta más fácil comerciar con el mercado j que

con los mercados mundiales en promedio, por ejemplo, porque dos países se encuentran cerca, porque comparten el mismo idioma o cultura o porque han establecido vínculos comerciales en el mercado pasado. Esto aumentará el potencial del exportador para comercializar cualquier tipo de producto con el mercado j . Por el contrario, si $Easiness < 1$, el exportador encuentra que es relativamente más difícil comerciar con j , reduciendo su potencial de comerciar con ese mercado independientemente del producto bajo análisis. Adicionalmente, el mapa de potencial de exportación, según ITC, es una herramienta que se basa en el comercio, aranceles, PIB y geográfica de datos que ayuda a los países a evaluar su potencial para aumentar las exportaciones identificando productos, mercados y proveedores con potencial sin explotar. Herramienta que permite a los países, de forma gratuita, acceder a datos relevantes para identificar su potencial exportador, conllevando a que los países puedan mejorar sus alianzas comerciales. Para el desarrollo de la presente investigación se elaboró una base de datos conformada por los principales 105 países destino de exportaciones peruanas y los principales 10 productos del sector agro – no tradicional, teniendo como fuente el ITC y mediante la utilización de la herramienta Export Potential Map (Anexo 6).

Como el segundo teórico secundario para la definición de la segunda variable: Potencial exportador se toma de Sayavong (2015), quien expone que el potencial exportador es considerado como los determinantes máximos de exportación esperados, como la distancia a los socios comerciales, la tarifa, el tipo de cambio y el PIB de los socios comerciales, lo que denota que para determinar el potencial exportador del Perú se debe de evaluar diversos factores, que intervienen tanto en el país destino como en el de origen. Estos factores pueden generar gran impacto en los resultados, por ende, es importante realizar un estudio completo de cada uno de ellos.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

La actual investigación es de tipo aplicada porque se busca identificar las barreras que limitan el alcance del potencial agroexportador y contribuir con la sociedad. Según Hernández (2014) menciona que “una investigación será de carácter aplicada cuando la investigación contribuye a solucionar un problema existente socialmente a través de técnicas que a la vez ayuden a posteriores investigaciones.” (p. 129).

Diseño de investigación

En esta investigación se aplicará un diseño no experimental. Según Hernández (2014), se considera una investigación no experimental cuando no se provoca ninguna situación, sino cuando se observan situaciones ya dadas, que no han sido manifestadas de manera intencional por el investigador. En la investigación no experimental las variables no pueden ser manipuladas y no se ejerce control directo sobre dichas variables (p.152). Es decir, es diseño no experimental cuando no se manipula ninguna de las variables y se observa la situación dada.

El nivel de estudio es descriptivo correlacional; ya que se identifican diversas características del objeto de estudio y se mide el nivel de relación entre ambas variables. Por ende, es importante mencionar que una investigación puede incluir diferentes alcances, es decir, un estudio descriptivo puede contener componentes correlacionales. Con respecto a la investigación descriptiva, esta busca definir propiedades y características relevantes de algún fenómeno que se someta a una investigación. Asimismo, define las tendencias de una determinada población. En relación a los estudios correlacionales, tienen como objetivo descubrir la relación o grado de vinculación que exista entre dos o más variables, conceptos o categorías de un grupo o población (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, pp.93 -96).

Asimismo, una investigación de diseño no experimental se puede clasificar en transversales y longitudinales. En relación al primer diseño de estudio, las transversales, son investigaciones que recolectan información de un momento específico, cabe resaltar que su finalidad es describir las variables del estudio y evaluar tanto su incidencia como su correlación en un tiempo determinado (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.154). En este estudio se aplicará la investigación transversal, ya que se busca describir las variables y analizar la relación de las mismas en un momento definido.

3.2. Variables y operacionalización

Variables

Una variable es una propiedad que puede cambiar y su variación es posible de observarse y medirse. Además, estas adquieren relevancia en una investigación científica en el momento que se relacionan con otras variables, en otras palabras, si se consideran parte de una hipótesis o teoría (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.105). La presente investigación cuenta con dos variables, las cuales se mencionará a continuación:

- **Variable 1:** Barreras al comercio exterior

Definición conceptual

Se les considera a todas aquellas trabas, restricciones conductuales, estructurales, funcionales y otras que evitan u obstaculizan la capacidad de empezar, impulsar o continuar las actividades comerciales en los mercados internacionales. (Malca & Rubio,2014, p. 7).

Definición operacional

Se obtendrán datos de las fuentes primarias mediante la técnica de encuesta para así poder determinar el grado de dificultad de las barreras al comercio exterior con respecto a las agroexportaciones en el Perú - 2018.

- **Variable 2:** Potencial exportador

Definición conceptual

El potencial exportador es un enfoque cuantitativo que sirve para encontrar sectores y mercados de exportación alentadores a nivel global,

basados principalmente en información comercial y facilidades de accesos al comercio. (Decreux & Spies,2016, p.3).

Definición operacional

Se obtendrán información de las fuentes primarias de la base de datos del ITC mediante la técnica de una matriz de datos para así poder determinar el potencial exportador de un producto del sector agro en el mercado internacional.

Operacionalización de las variables

La operacionalización de las variables teóricas de la presente investigación se llevará a cabo mediante dimensiones (Anexo 1). Por lo que para operacionalizar las barreras al comercio exterior se ha tenido en cuenta dos dimensiones: Barreras de Mercado de Origen y Barreras de Mercado de Destino presentada en la siguiente tabla:

Tabla 3

Operacionalización de la variable barreras al comercio exterior

Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Mercado de origen	Políticas de Gobierno	Ordinal
	Riesgos y retornos	
Mercado de destino.	Económicas	El inventario está compuesto por 30 reactivos de opción múltiple:
	Político - legal	
	Sociocultural	Totalmente dificultoso = 1
	Logísticas	Bastante dificultoso = 2
	Restricciones en mercado exterior (Barreras No Arancelarias)	Difícil = 3 Ni difícil ni no difícil = 4 No difícil = 5 Bastante no difícil = 6 Totalmente nada difícil = 7

Nota: Elaboración propia

Asimismo, para la operacionalizar de la variable potencial exportador se ha considerado tres indicadores: Oferta, demanda y facilidad para el comercio presentada en la siguiente tabla:

Tabla 4

Operacionalización de la variable potencial exportador

Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Oferta	Proyecciones de crecimiento del PIB	Ordinal
	Valores de importación y exportación	
	Aranceles ad-valorem	
Demanda	Elasticidades precio	
	PIB y Población	
	Distancia	
Facilidad para el Comercio	Cultura	
	Protección del Mercado	
	Vínculos Comerciales	

Nota: Elaboración propia

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

Población

Vara (2012, p.221), define a la población como: “el conjunto de sujetos o cosas que tienen una o más propiedades en común, se encuentran en un espacio o territorio y varían en el transcurso del tiempo”.

Para el estudio se consultó a ADEX y Mincetur sobre el tamaño total de empresas exportadoras del sector agro, sin embargo, la información de estas entidades no se encuentra actualizada y las cifras difieren según la entidad que las proporciona. En consideración a lo mencionado y dadas las limitaciones propias de la investigación, especialmente de tiempo y costo, no se pudo determinar el tamaño real de empresas pertenecientes al sector agro.

En esta investigación se tomó como referencia el directorio de los asociados de Adex, donde aparecen las empresas exportadoras de productos agros de diversas partes del país. Se consideró a aquellas que tenían datos básicos para contactarse y que asistieron a la feria Expo-Alimentaria 2018, para facilitar la ejecución de la encuesta. Por ende, se consideró la siguiente población:

Tabla 5

Determinación de la población

Población:	Empresas exportadoras de productos agrícolas.
Muestra:	Empresas exportadoras de productos agros registradas en ADEX.
Unidad de muestreo:	Persona natural o jurídica.

Nota: Elaboración propia

Para el estudio de las empresas agroexportadoras se consideró una población constituida por 144 firmas del sector agroexportador del Perú. Cabe resaltar que el número de firmas pertenecientes a la Asociación de Exportadores de Adex es una población finita, es decir se conoce el tamaño de la población por lo tanto se considera a esta cantidad uniforme de asociados.

Criterios de Exclusión

Criterio N°1

Para determinar el número de agroexportadores de la población, se utilizó la base de datos de los asociados de Adex 2018 conformada por 287 firmas y pertenecientes a 10 rubros.

Tabla 6

Empresas Asociados a Adex

	Asociados	N.º
	Agroindustrias, Alimentos y Bebidas	46
	Agropecuario	15
Rubros	Café y Cacao	20
	Capsicum	14
	Colorantes y Extractos Naturales	11
	Flores	6
	Frutas y Hortalizas	90
	Menestras y Otros Granos	37
	Pisco	5
	Productos Naturales	43
	Total	287

Nota: Elaboración propia

En la tabla 6, se observa que Adex agrupa a sus asociados en 10 rubros, donde el 31% de las firmas pertenecen al rubro Frutas y Hortalizas, mientras que el rubro de las Flores y Pisco solo representan un 2% cada una.

Criterio N°2

Para la determinación de la población de la presente investigación solo se consideran las empresas que pertenezcan a los siguientes 6 rubros del sector agro: Agroindustrias, Alimentos y Bebidas, Agropecuario, Café y Cacao, Capsicum, Frutas y Hortalizas y Menestras y otros Granos (Anexo 3).

Tabla 7

Empresas Agroexportadoras

Empresas Agroexportadoras	N.º
Agroindustrias, Alimentos Y Bebidas	31
Agropecuario	14
Café Y Cacao	14
Capsicum	7
Frutas Y Hortalizas	56
Menestras Y Otros Granos	22
Totales	144

Nota: Elaboración propia

En la tabla 7, se percibe que las empresas pertenecientes al sector agro que se encuentran asociadas a Adex son un total de 144. Donde la mayor cantidad de empresas son las del rubro Frutas y Hortaliza que representan el 39% y por otro lado las de rubro Capsicum representan solo un 5%.

Muestra

Según Vara (2012): “La muestra (n), es el conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados por algún método racional, siempre parte de la población” (p. 221). En esta investigación se aplicará a la información recolectada una muestra inicial de 105 empresarios del rubro agro-exportaciones, de la Asociación de Exportadores de Adex, que nos brinden su opinión referente a las barreras al comercio exterior que existen, además según

su experiencia identifican y califican el grado de dificultad de las barreras que limitan su actividad exportadora.

Determinación de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{E^2 \cdot (N-1) + (Z^2 \cdot p \cdot q)}$$

Dónde:

N: Población (144)

P: Proporción de que el evento ocurra en un 0.5 (50%)

q: Proporción de que el evento ocurra en un 0.5 (50%)

Z: Nivel de confianza (1.96)

E: Error permitido (5%)

n= Muestra

Datos:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 144 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 \times (144-1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 105$$

La técnica seleccionada para determinar la muestra fue el muestreo estratificado. Consiste en dividir en grupos o clases que son homogéneos respecto a las características a estudiar, asimismo a cada uno de los estratos se le asigna una cuota que determina el número de miembros del mismo que compondrán la muestra (Quezada, 2010, p.104).

A continuación se aplicará la asignación proporcional, en donde el tamaño de cada estrato en la muestra es proporcional a su tamaño en población:

$$K = \frac{n}{N} \qquad K = \frac{105}{144}$$

K, es la proporción

$$K = 0.72916667$$

Tabla 8

Muestreo Estratificado / Empresas Agroexportadores

Estrato	N	Proporción (k)	n
Agroindustrias, Alimentos Y Bebidas	31	0.72916667	23
Agropecuario	14	0.72916667	10
Café Y Cacao	14	0.72916667	10
Capsicum	7	0.72916667	5
Frutas Y Hortalizas	56	0.72916667	41
Menestras Y Otros Granos	22	0.72916667	16
Totales	144	0.72916667	105

Nota: Elaboración propia

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos

Para la investigación se utilizará una encuesta y como técnica de recolección de datos el análisis documentario, fuentes como ITC Trade Map, IMF World Economic Outlook database, World Bank y otros (Anexo 4).

Instrumento de recolección de datos

Con el fin de alcanzar los objetivos de la investigación se utilizará como instrumento de recolección de datos una encuesta que incluye un total de 30 Ítems que serán procesadas a través del SPSS, aplicando preguntas de escala Likert (Anexo 5).

Tabla 9

Escala de Likert

1	2	3	4	5	6	7
Totalmente difícil	Bastante difícil	Difícil	Ni difícil ni no difícil	No difícil	Bastante no difícil	Totalmente nada difícil

Nota: Elaboración propia

Para Bernal (2010, p.250). El cuestionario es un conjunto de preguntas, formuladas para adquirir información y datos necesarios. El objetivo de la encuesta que se aplicará es indagar la percepción de los agroexportadores

acerca de las barreras que limitan el alcance del potencial exportador. Para el desarrollo de la encuesta, se tuvo en cuenta el instrumento de recolección de datos que aplica la revista de investigación Obstáculos a la actividad exportadora (2014), que permite identificar y analizar los diferentes indicadores.

Asimismo, la variable Potencial Exportador se medirá utilizando el instrumento de matriz de datos, que está conformada por 3 indicadores, oferta, demanda y facilidad al comercio. La información recolectada tiene como fuente principal el Centro de Comercio Internacional, ITC, por sus siglas en inglés. El objetivo de la matriz de datos es conocer el potencial exportador de las principales 10 partidas de productos del sector agro en 105 países y poder realizar una comparación para una mejor elección de mercado (Anexo 6).

Validez

Según Morán & Alvarado (como se citó en Freire, 2015, p.37), “la validez es el grado en que un instrumento mide la variable que busca medir, u obtiene los datos que pretende recolectar”. Asimismo, en el artículo se aborda la validez interna y externa, que se sustentan en enfoques técnicos y son utilizados en diferentes estudios. En cuanto a la primera, se enfoca en encontrar la validez de los resultados, en otros términos, si presenta una relación entre las variables investigadas. Por otro lado, la validez externa evalúa la posibilidad de transferir los resultados alcanzados en el estudio hacia nuevas investigaciones, con distintas características referente a poblaciones (Freire, 2015, p.36).

Con el propósito de acreditar la validez del instrumento, se sometió el cuestionario y la matriz de datos a juicio de expertos (Anexo 7), conformada por 30 preguntas la variable independiente Barreras al comercio exterior y la matriz de datos a la variable dependiente Potencial exportador, los resultados se encuentran en el anexo 8. A continuación se muestra la relación de los profesionales que realizaron la validación de los instrumentos:

Tabla 10

Validación de juicio de expertos

N°	Expertos	Calificación instrumentos	Especialidad
Experto 1	Mgtr. Chombo Jaco José Alberto	Aplicable	Investigador
Experto 2	Mgtr. Vilca Horna, Melissa	Aplicable	Investigador

Experto 3	Mgr. Barco Solari, Esteban Augusto	Aplicable	Investigador
Experto 4	Dra. Navarro Soto, Fabiola	Aplicable	Investigador
Experto 5	Mgr. Chura Lugar, Rudy	Aplicable	Investigador

Nota: Elaboración propia

Confiabilidad

La confiabilidad hace referencia al grado en el que un instrumento genera resultados sólidos y congruentes (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.200). En la presente investigación se buscó una confiabilidad mayor de 0.70 mediante el Alfa de Cronbach.

Tabla 11

Análisis de Confiabilidad de la variable independiente / Barreras del Comercio Exterior

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
.976	30

Nota: Elaboración propia

Los datos procesados en el SPSS, arrojaron 0.976 de confiabilidad en el cuestionario de la variable Barreras al Comercio Exterior, que se realizó a 20 empresarios pertenecientes al sector agro, permitiendo conocer la estabilidad de los ítems, ya que logra tener un nivel de confiabilidad muy buena.

Tabla 12

Análisis de confiabilidad de la variable dependiente / Potencial Exportador

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.902	10

Nota: Elaboración propia

Los datos procesados en el SPSS, arrojaron 0.902 de confiabilidad en la base de datos de la variable Potencial Exportador, que se realizó una recolección de información de 15 países, permitiendo conocer la estabilidad de los ítems, ya que logra tener un nivel de confiabilidad muy buena.

3.5. Procedimientos

Los instrumentos utilizados en la presente investigación fueron validados a través del juicio de expertos, es decir, profesionales con gran trayectoria en el tema de estudio. Asimismo, se realizaron los análisis de fiabilidad de las dos variables, el muestreo de la primera variable Barreras del Comercio Exterior fue de 20 empresarios pertenecientes al sector agro y con respecto a la segunda variable Potencial Exportador su muestra fue de 15 países, ambas se realizaron mediante el estadístico Alpha de Cronbach.

Posteriormente a la ejecución de los procesos mencionados, se aplicó el cuestionario a la muestra de 105 empresarios agroexportadores, quienes asistieron a la feria Expo Alimentaria 2018 y pertenecen a la Asociación de Exportadores de Adex. Cabe señalar que la encuesta se realizó utilizando preguntas de escala Likert para ser procesados a través del software SPSS (Statistical Product and Service Solutions) y obtener los datos estadísticos del estudio.

3.6. Método de análisis de datos

En esta investigación se utilizó el software SPSS y el programa Microsoft Excel para el análisis descriptivo. Respecto al análisis inferencial también se optó por utilizar el software SPSS, con el objetivo de obtener los resultados de los siguientes procedimientos: (a) Confiabilidad de los instrumentos de medición a través del Alfa de Cronbach, (b) Prueba de normalidad de cada variable, en la cual se utilizó el estadístico de Kolmogorov – Smirnov para evaluar la distribución de los datos recopilados, (c) Contrastación de hipótesis, se utilizó el coeficiente de correlación de Spearman para poner a prueba la hipótesis, conocer si existe relación entre las variables y elaborar las tablas cruzadas. Finalmente, se realizó la interpretación de la información, luego de obtener los resultados del análisis descriptivo e inferencial mediante los sistemas mencionados.

3.7. Aspectos éticos

La ejecución de la investigación se realizó en la feria Expo Alimentaria 2018, donde asistieron los empresarios agroexportadores y quienes aceptaron participar en el estudio desarrollando la encuesta. La información recopilada es de uso académico exclusivamente y confidencial, ya que fue una de las condiciones establecidas.

Además, la investigación respeta la propiedad intelectual de los autores de tesis, revistas, libros y otras publicaciones, por ende, las fuentes citadas en el estudio se han realizado aplicando las normas APA. Además, se ha utilizado el software Turnitin con el objetivo de producir un trabajo más original. Cabe destacar que el desarrollo del estudio expuesto ha seguido las indicaciones de la guía de elaboración de trabajos de investigación redactado por la Universidad Cesar Vallejo.

IV. RESULTADOS

Descripción de Resultados

Estadística descriptiva: Barreras al comercio exterior

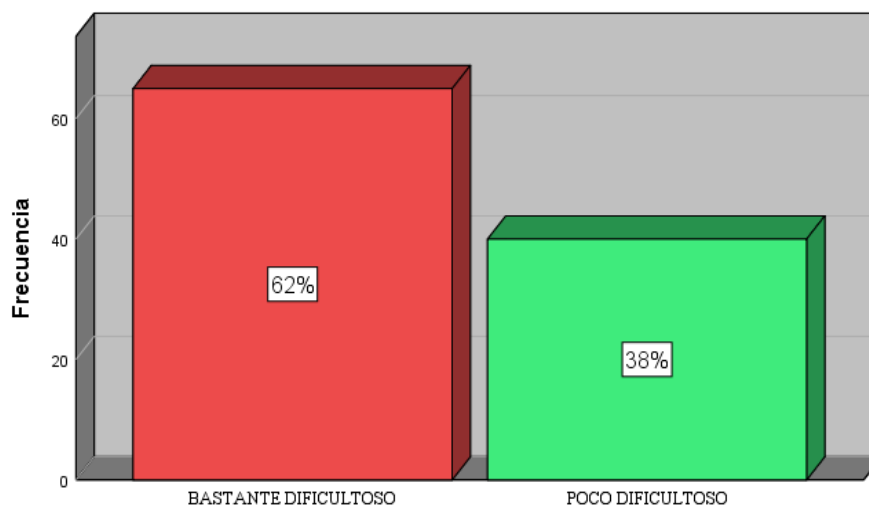
Tabla 13

Barreras al comercio exterior

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante Dificultoso	65	61.9%	61.9	61.9
	Poco Dificultoso	40	38.1%	38.1	100.0
	Total	105	100.0%	100.0	

Nota: Elaboración propia

Gráfico 1



Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 13, se observa el grado de dificultad que perciben los agroexportadores con respecto a las barreras del Comercio Exterior, se han considerado tanto las barreras del mercado de origen como las del mercado de destino. Los resultados indican que estas barreras son bastante dificultosas en un 62%, sin embargo, un 38% de los encuestados difieren y consideran que las barreras en estudio son pocas dificultosas. Por lo tanto, se confirma que las

barreras al comercio exterior dificultan considerablemente alcanzar el potencial agroexportador de las firmas, creando una brecha entre las exportaciones reales y las exportaciones potenciales de su producto en un mercado internacional.

Tabla 14

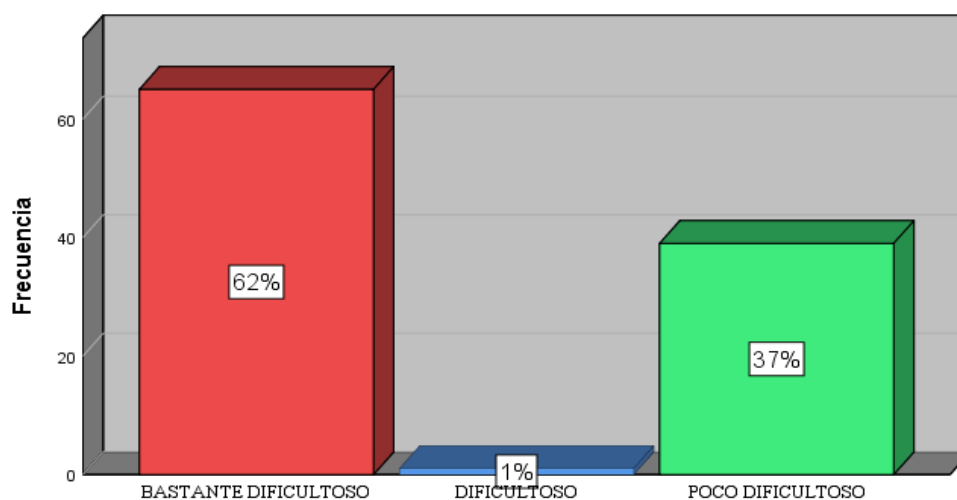
Barreras del mercado de origen

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante Dificultoso	65	61.9	61.9
	Dificultoso	1	1.0	62.9
	Poco Dificultoso	39	37.1	100.0
	Dificultoso			
	Total	105	100.0	100.0

Nota: Elaboración propia

Gráfico 2

Barreras del mercado de origen



Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 14, las barreras del mercado de origen representan la primera dimensión de las barreras al comercio exterior, analizando se obtiene como resultado que el 62% de los agroexportadores encuestados expresan que las barreras del mercado de origen son bastante dificultosas, seguido de un 1% que considera que es dificultoso. En contraste un 37% considera que están barreras son poco dificultosas. Por lo tanto, se comprueba que las barreras del mercado

de origen son consideradas, por la mayoría de los encuestados, como bastante dificultosas, lo cual genera un obstáculo a las firmas en el momento de incursionar en el mercado internacional y su objetivo de alcanzar el potencial exportador de su producto en un nuevo mercado.

Tabla 15

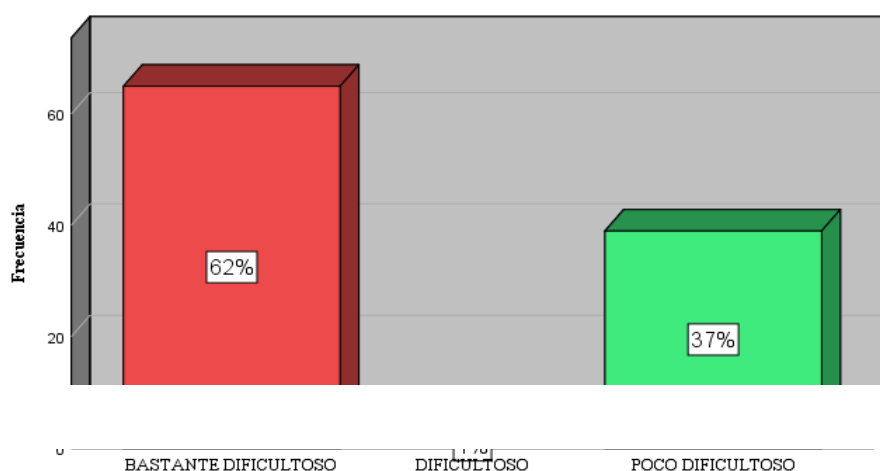
Políticas de gobierno

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante Dificultoso	65	61.9	61.9	61.9
Válido Dificultoso	1	1.0	1.0	62.9
Válido Poco Dificultoso	39	37.1	37.1	100.0
Total	105	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

Gráfico 3

Políticas de gobierno



Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 15, las barreras de mercado de origen relacionadas a las políticas de gobierno son consideradas por los agroexportadores en un 62% como barreras bastante dificultosas, seguido en un 1% que es dificultoso. No obstante, un 37% de los encuestados percibe que estas barreras son poco dificultosas. Por consiguiente, las barreras de políticas de gobierno son

percibidas por la mayor cantidad de encuestados como bastante dificultoso. Esto quiere decir que la barrera mencionada genera un obstáculo para varios agroexportadores en el momento de internacionalizarse.

Tabla 16: Riesgos y retornos

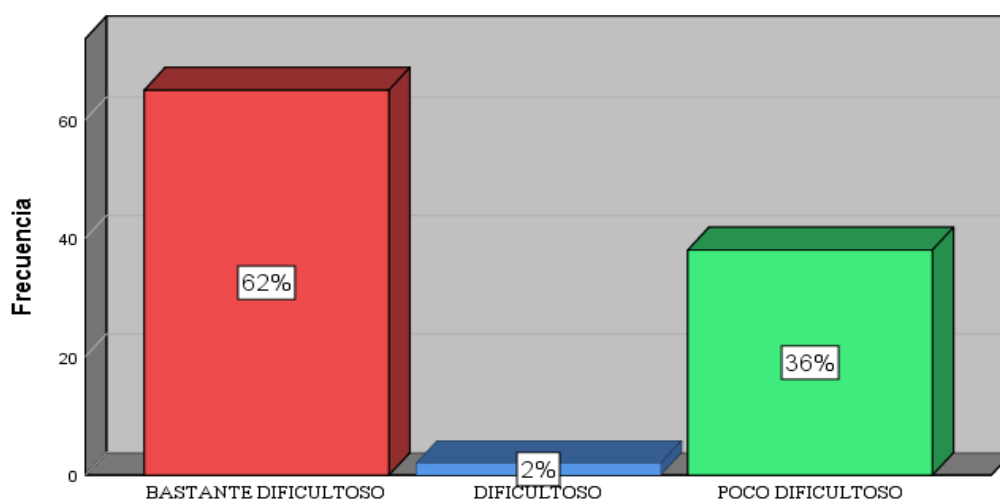
Riesgos y retornos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante Dificultoso	65	61.9	61.9
	Dificultoso	2	1.9	63.8
	Poco Dificultoso	38	36.2	100.0
	Total	105	100.0	100.0

Nota: Elaboración propia

Gráfico 4

Riesgos y retornos



Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 16, las barreras de mercado de origen relacionadas a riesgos y retornos son consideradas por los agroexportadores en un 62% como barreras bastante dificultosas, seguido en un 2% que es dificultoso. Sin embargo, un 36% de los encuestados expresa que estas barreras son poco dificultosas. Por consiguiente, las barreras vinculadas a riesgos y retornos son percibidas por la mayor cantidad de encuestados como bastante dificultoso. Esto quiere decir que

la barrera en estudio genera una traba para varios agroexportadores en el momento de ingresar su producto en el mercado exterior y alcanzar su potencial exportador.

Tabla 17

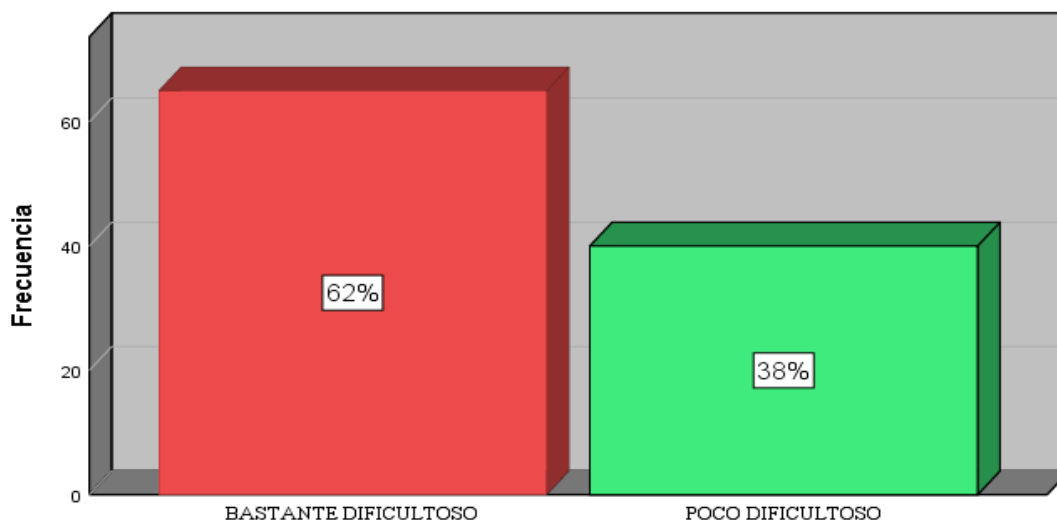
Barreras del mercado de destino

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bastante Dificultoso	65	61.9	61.9	61.9
Válido Poco Dificultoso	40	38.1	38.1	100.0
Total	105	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

Gráfico 5

Barreras del mercado de destino



Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 17, las barreras del mercado de destino representan la segunda dimensión de las barreras al comercio exterior, analizando se obtiene como resultado que el 62% de los agroexportadores encuestados expresan que las barreras en estudio son bastante dificultosas. En contraste un 38% considera que son poco dificultosas. En consecuencia, se comprueba que las barreras del

mercado de destino son consideradas, por la mayoría de los encuestados, como bastante dificultosas, lo cual genera un obstáculo a las empresas del sector agro en su objetivo de alcanzar el potencial exportador de su producto e incursionar en un nuevo mercado.

Tabla 18

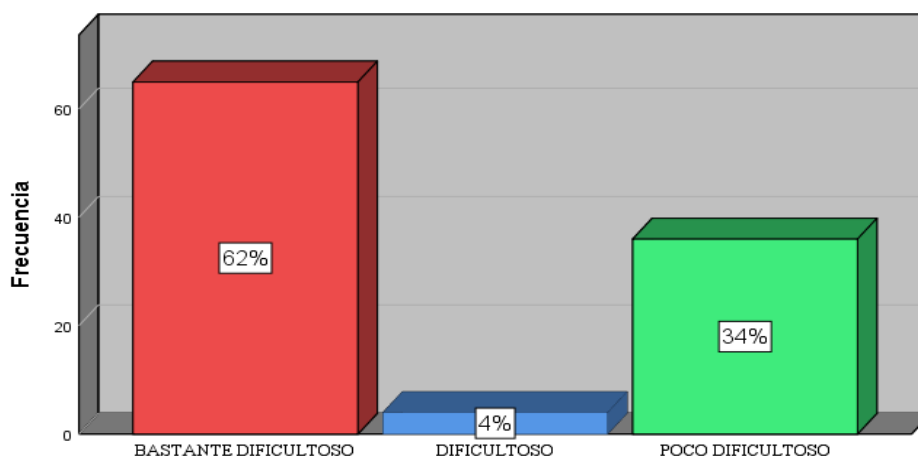
Barreras económicas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante Dificultoso	65	61.9	61.9	61.9
	Dificultoso	4	3.8	3.8	65.7
	Poco Dificultoso	36	34.3	34.3	100.0
	Total	105	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

Gráfico 6

Barreras económicas



Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 18, las barreras de mercado de destino relacionadas a la economía son consideradas por los agroexportadores en un 62% como barreras bastante dificultosas, seguido en un 4% que es dificultoso. Por contraste, un 34% de los encuestados valora que estas barreras son poco dificultosas. De manera

que, las barreras económicas son percibidas por la mayor cantidad de los agroexportadores como bastante dificultoso. Es decir, que la barrera mencionada genera una dificultad a las empresas que buscan alcanzar su potencial exportador de sus productos exportados.

Tabla 19

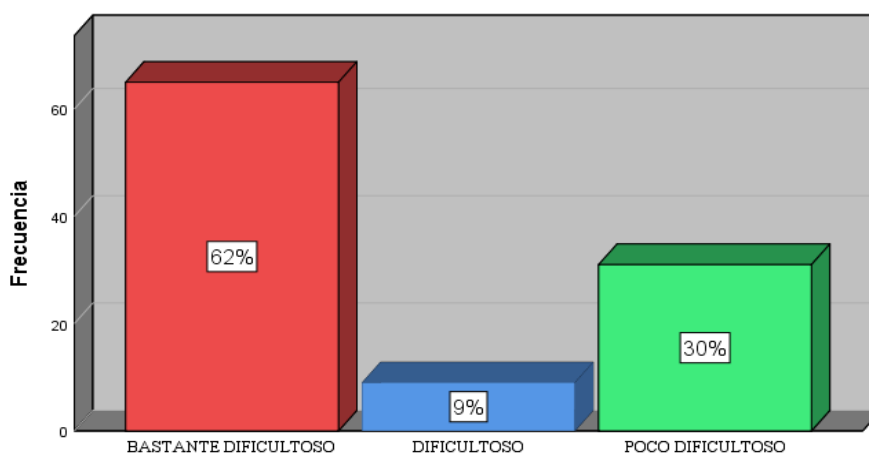
Barreras político- legal

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante Dificultoso	65	61.9	61.9
	Dificultoso	9	8.6	70.5
	Poco Dificultoso	31	29.5	100.0
Total	105	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

Gráfico 7

Barreras político- legal



Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 19, las barreras de mercado de destino relacionadas a Político-Legal son consideradas por los agroexportadores en un 62% como barreras bastante dificultosas, seguido en un 9% que es dificultoso. Sin embargo, un 30% de los encuestados expresan que estas barreras son poco dificultosas. Por

consiguiente, las barreras relacionadas a Político-Legal son percibidas por los encuestados como bastante dificultoso. Esto quiere decir que la barrera en mención genera una traba para varios agroexportadores, es por ello que se debe de evaluar las barreras existentes en los nuevos mercados.

Tabla 20

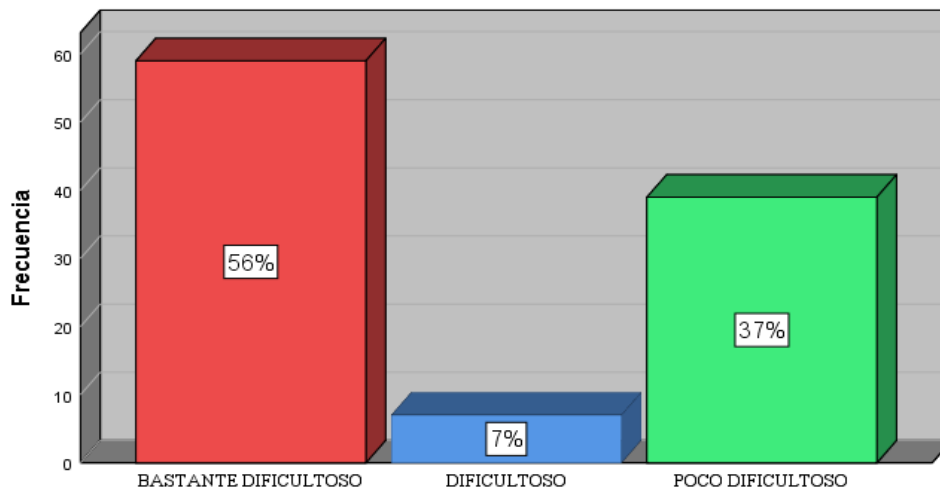
Barreras socioculturales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bastante Dificultoso	59	56.2	56.2	56.2
Dificultoso	7	6.7	6.7	62.9
Válido Poco Dificultoso	39	37.1	37.1	100.0
Total	105	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

Gráfico 8

Barreras socioculturales



Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 30, las barreras de mercado de destino vinculadas a los aspectos socioculturales son consideradas por los agroexportadores en un 56% como barreras bastante dificultosas, seguido en un 7% que es dificultoso. En cambio, un 37% de los encuestados estima que estas barreras son poco

difíciles. De tal manera que, las barreras socioculturales son percibidas por el mayor número de encuestados como bastante difíciles. Esto quiere decir que es importante evaluar los aspectos socioculturales antes de incursionar en un nuevo mercado, en caso contrario se convertirá en una traba comercial.

Tabla 21

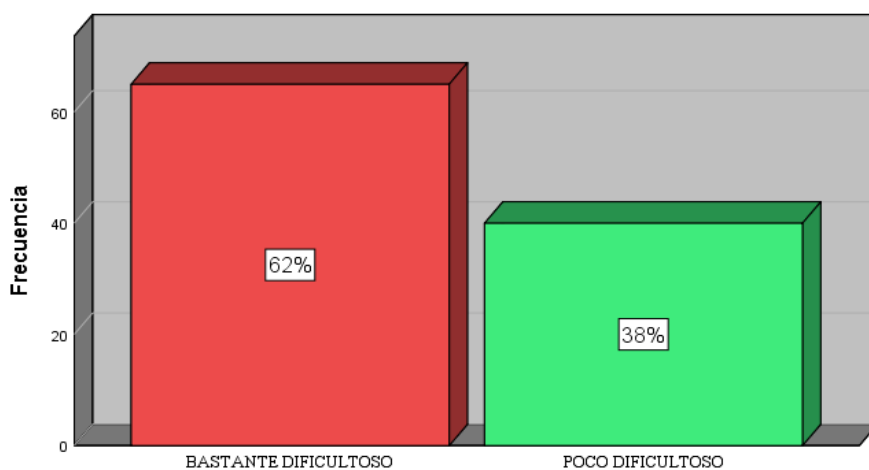
Barreras logísticas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Bastante Dificultoso	65	61.9	61.9	61.9
Válido Poco Dificultoso	40	38.1	38.1	100.0
Total	105	100.0	100.0	

Nota: Elaboración propia

Gráfico 9

Barreras logísticas



Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 21, las barreras de mercado de destino relacionadas a la logística son consideradas por los agroexportadores en un 62% como barreras bastante difíciles. Sin embargo, un 38% de los encuestados expresan que estas barreras son poco difíciles. Por consiguiente, las barreras relacionadas

a la logística son percibidas por los agroexportadores como bastante dificultoso. Esto quiere decir que la barrera en mención genera una traba para diversas empresas, es por ello que se debe de evaluar principalmente los costos que incurren en la Distribución Física Internacional del mercado al que se desea ingresar.

Tabla 22

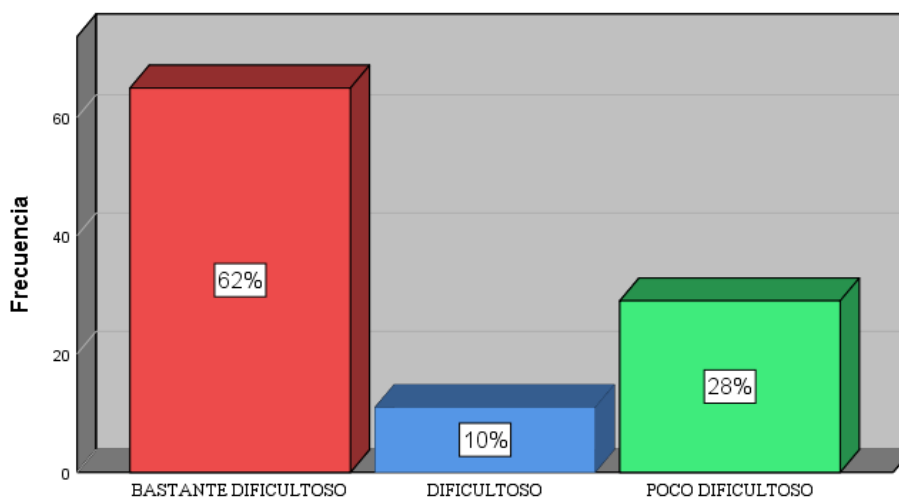
Restricciones en mercado exterior

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante Dificultoso	65	61.9	61.9
	Dificultoso	11	10.5	72.4
	Poco Dificultoso	29	27.6	100.0
	Total	105	100.0	100.0

Nota: Elaboración propia

Gráfico 10

Restricciones en mercado exterior



Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 22, las barreras de mercado de destino relacionadas a las restricciones en el mercado exterior son percibidas por los encuestados en un

62% como barreras bastante difíciles, seguido en un 10% que es difícil. En contraste un 28% de los encuestados consideran que estas barreras son poco difíciles. De tal manera que, las barreras en estudio son percibidas por el mayor número de encuestados como bastante difícil. Esto quiere decir que es importante evaluar las medidas que establecen cada gobierno para el producto a exportar y no se conviertan en una traba para poder alcanzar su potencial exportador.

Estadística descriptiva: Potencial Exportador

Tabla 23

Promedio del Potencial Exportador de 105 Países (expresado en millones)

País	Potencial Exportador		Exportaciones	GAP Exportador	
Estados Unidos	131	m	120	29	m
Holanda	0	m	0	3	m
España	18	m	17	3	m
Ecuador	2	m	1	11	m
China	37	m	13	24	m
Inglaterra	24	m	20	7	m
Chile	5	m	3	2	m
Alemania	22	m	10	13	m
Corea del Sur	96	m	4	93	m
Colombia	6	m	3	3	m
Bélgica	9	m	5	3	m
Canadá	21	m	9	12	m
Hong Kong	11	m	8	3	m
Francia	13	m	8	6	m
Italia	3	m	3	2	m
Japón	8	m	4	6	m
Bolivia	89	m	33	56	m
Rusia	6	m	3	3	m
Brasil	8	m	5	6	m
Haití	0	m	0	0	m
Panamá	2	m	1	1	m
Uruguay	0	m	0	0	m

Nota: Elaboración propia con datos de Export Potential Map

País	Potencial Exportador		Exportaciones		GAP Exportador	
República Dominicana	1	n	0		1	m
Australia	3	n	1		2	m
Nicaragua	0	n	0		0	m
Honduras	1	n	5		1	m
Argentina	3	n	0		2	m
Dinamarca	2	n	78		2	m
Costa Rica	1	n	34		0	m
Tailandia	9	n	69		7	m
Indonesia	4	n	109		1	m
Suecia	3	n	0		3	m
Malasia	1	n	67		1	m
Polonia	2	n	1		1	m
Nueva Zelanda	1	n	50		1	m
Viet Nam	3	n	14		3	m
Guatemala	2	n	0		1	m
Venezuela	14	n	0		14	m
Finlandia	1	n	0		1	m
India	61	n	0		61	m
Israel	0	n	0		0	m
Emiratos Árabes	101	n	34		1	m
Suiza	4	n	72		2	m
Portugal	1	n	0		0	m
Irlanda	1	n	1		1	m
El Salvador	1	n	0		1	m
Grecia	0	n	0		0	m
México	7	n	2		4	m
Paraguay	21	n	0		21	m
Costa Rica	1	n	34		0	m
Bahamas	0	n	0		0	m
Belice	60	n	0		60	m
Jamaica	56	n	0		56	m
Dominica	0	n	0		0	m
Bermudas	22	n	10		8	m
Cuba	19	n	0		19	m
Liberia	144	n	0		144	m
Nigeria	36	n	0		36	m
Angola	74	n	0		74	m
Egipto	108	n	44		108	m
Namibia	343	n	0		343	m

Nota: Elaboración propia con datos de Export Potential Map

País	Potencial Exportador		Exportaciones	GAP Exportador	
Libia	0	m	0	0	m
Marruecos	12	m	0	12	m
Filipinas	1	m	0	0	m
Singapur	1	m	97	1	m
Nepal	20	m	0	20	m
Afganistán	184	m	0	184	m
Pakistán	118	m	0	118	m
Turquía	45	m	20	45	m
Arabia Saudita	18	m	90	0	m
Corea (Norte), Republica	0	m	0	0	m
Irak	135	m	0	135	m
Japón	8	m	5	6	m
Macao	62	m	0	62	m
Mongolia	188	m	0	188	m
Siria, Republica Árabe De	173	m	0	173	m
Noruega	6	m	69	4	m
Austria	2	m	93	2	m
Bulgaria	0	m	40	0	m
Croacia	0	m	90	0	m
Estonia	1	m	74	0	m
Rumania	0	m	0	0	m
Croacia	0	m	90	0	m
Guyana	0	m	0	0	m
Granada	0	m	0	0	m
Aruba	0	m	28	0	m
Guyana	0	m	0	0	m
Madagascar	0	m	0	0	m
Samoa	0	m	0	0	m
Ucrania	0	m	0	0	m
Serbia	72	m	0	72	m
Albania	217	m	27	81	m
Republica Checa	1	m	0	0	m
Luxemburgo	128	m	0	103	m
Lituania	41	m	60	0	m
Letonia	0	m	0	0	m
Irlanda (Eire)	1	m	1	1	m
Hungría	0	m	0	0	m
Eslovenia	0	m	83	0	m
Eslovaquia	0	m	0	1	m

Nota: Elaboración propia con datos de Export Potential Map

Interpretación:

En la tabla 33, se muestra el potencial exportador promedio de cada país al que se exporta un determinado producto agro- no tradicional. Asimismo, se puede apreciar que la diferencia entre el Potencial exportador; las exportaciones máximas que se puede realizar de un producto a país determinado; y las exportaciones reales, tiene como resultado el Gap Exportador, es decir este indicador nos muestra la brecha, en términos numéricos, que existen entre ambas variables. Mientras el Gap Exportador sea más alto la brecha entre el potencial exportador y las exportaciones reales serán mayores.

Prueba de Normalidad:

Ho: Las variables barreras al Comercio Exterior y Potencial Exportador no tienen una distribución normal.

H1: Las variables barreras al Comercio Exterior y Potencial Exportador tienen distribución normal.

Para determinar la distribución de los datos recolectados se utilizó el estadístico de Kolmogorov-Smirnov, ya que la muestra de este estudio es de 105 firmas agroexportadoras.

Tabla 24

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Barreras al comercio exterior	0.323	105	0.000
Potencial exportador	0.062	105	,200*

Nota: Elaboración propia

Interpretación:

Como se muestra en la tabla 24, la muestra de la investigación fue de 105 encuestados. Para la prueba de normalidad se utilizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov. Los datos de la muestra de la variable Barreras al Comercio Exterior tienen un Sig. de $0.000 < 0,05$ mientras que la variable Potencial Exportador tiene un Sig. de $0,200 > 0,05$; por lo que debido a que la variable barrera al comercio exterior es no normal se utilizará la estadística no paramétrica.

Contrastación de Hipótesis

Tabla 25

Nivel de correlación de Spearman

Correlación	Interpretación
- 1.00	Correlación negativa perfecta
- 0.90	Correlación negativa muy fuerte
- 0.75	Correlación negativa considerable
- 0.50	Correlación negativa moderada
- 0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+ 0.10	Correlación positiva débil
+ 0.50	Correlación positiva moderada
+ 0.75	Correlación positiva considerable
+ 0.90	Correlación positiva muy fuerte
+ 1.00	Correlación positiva perfecta

Nota: Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.306)

Hipótesis General:

H1: Existe relación entre las barreras al comercio exterior y el potencial agroexportador del Perú, 2018.

Tabla 26

Prueba de correlación de variables

		Potencial exportador	
Rho de Spearman	Barreras al Comercio Exterior	Coefficiente de correlación	-.050
		Sig. (bilateral)	.615
		N	105

Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 26, como el valor de Sig. (bilateral) es 0,615 >0,05 aceptamos la hipótesis nula de que la variable Barreras al Comercio Exterior y Potencial Exportador no tienen relación significativa. Los resultados del análisis estadístico evidencian un -0,050, por lo que se concluye en que debido a que la variable barrera al comercio exterior es no normal se utilizará la estadística no paramétrica.

Hipótesis Específica 1:

Hi: Existe relación entre las barreras del mercado de origen y el potencial agroexportador del Perú, 2018.

Tabla 27

Prueba de Rho Spearman

		Barreras del Mercado de Origen
Rho de Spearman	Potencial exportador	-0.48
	Coeficiente de correlación	.630
	Sig. (bilateral)	105
	N	

Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 27, dado a los resultados, observamos que la variable Potencial Exportador y la dimensión Barreras del Mercado de Origen poseen una correlación negativa de -0.48. Además, ambas variables no tienen un nivel de significancia (bilateral) se obtuvo un Sig. de 0.630 > 0.05. Por ende, se concluye que no se acepta la hipótesis específica de investigación, es decir; No existe relación el Potencial exportador y Barreras del mercado de origen.

Hipótesis Específica 2:

Hi: Existe relación entre las barreras del mercado de destino y el potencial agroexportador del Perú, 2018.

Tabla 28

Prueba de Rho Spearman

		Barreras del Mercado de Destino
Rho de Spearman	Potencial exportador	-0.050
	Coeficiente de correlación	.615
	Sig. (bilateral)	105
	N	

Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 28, dado a los resultados, observamos que el potencial exportador y la dimensión Barreras del Mercado de Destino poseen una

correlación negativa de -0.50. Además, ambas variables no tienen un nivel de significancia (bilateral) se obtuvo un Sig. de 0.615 > 0.05. Por ende, se concluye que no se acepta la hipótesis específica de investigación, es decir; No existe relación entre los Potencial Exportador y Barreras del Mercado de Destino.

Tablas cruzadas de variables y dimensiones

Tabla 29

Barreras al comercio exterior y potencial exportador

		Potencial exportador			Total
		Bastante difícil	Difícil	Poco difícil	
Barreras al Comercio Exterior	Bastante	55.2%	6.7%		61.9%
	Difícil				
	Poco Difícil	35.2%	1.9%	1.0%	38.1%
Total		90.5%	8.6%	1.0%	100.0%

Nota: Elaboración Propia

Interpretación:

Según la tabla 29, se puede observar que cuando el potencial exportador es bastante difícil, 55.2% de los encuestados opinan que las barreras al comercio exterior es bastante difícil y poco difícil en un 35.2%; por otra parte cuando el potencial exportador es difícil, se presenta una dispersión en la opinión de los encuestados, quienes consideran que las barreras al comercio exterior son bastante difíciles en un 6.7% y poco difíciles en 1.9%; por último cuando el potencial exportador es poco difícil los encuestados consideran que la variable barreras al comercio exterior es poco difícil en un 1%.

Tabla 30

Barreras del mercado de origen y potencial exportador

		Potencial Exportador			
		Bastante Difícultoso	Difícultoso	Poco difícultoso	Total
Barreras del Mercado de Origen	Bastante	55.2%	6.7%		61.9%
	Difícultoso	1.0%			1.0%
	Poco Difícultoso	34.3%	1.9%	1.0%	37.1%
Total		90.5%	8.6%	1.0%	100.0%

Nota: Elaboración Propia

Interpretación:

Según la tabla 30, se puede observar que cuando el potencial exportador es bastante difícil, 55.2% de los encuestados opinan que las barreras del mercado de origen es bastante difícil, difícil en un 1.0% y poco difícil en un 34.3% ; por otra parte cuando el potencial exportador es difícil , se presenta una dispersión en la opinión de los encuestados, quienes consideran que las barreras del mercado de origen son bastante difíciles en un 6.7% y poco difíciles en 1.9%; por último cuando el potencial exportador es poco difícil los encuestados consideran que la dimensión barreras del mercado de origen es poco difícil en un 1%.

Tabla 31

Barreras del mercado de destino y potencial exportador

		Potencial exportador			
		Bastante Difícultoso	Difícultoso	Poco Difícultoso	Total
Barreras del Mercado de	Bastante	55.2%	6.7%		61.9%
	Difícultoso				
Destino	Poco Difícultoso	35.2%	1.9%	1.0%	38.1%
Total		90.5%	8.6%	1.0%	100.0%

Nota: Elaboración propia

Interpretación:

Según la tabla 31, se puede observar que cuando el potencial exportador es bastante difícil, 55.2% de los encuestados opinan que las barreras del

mercado de destino es bastante dificultoso, y dificultoso en un 35.2% ; por otro lado cuando el potencial exportador es dificultoso , los encuestados consideran que las barreras del mercado de destino son bastante dificultosas en un 6.7% y poco dificultosas en 1.9%; por último cuando el potencial exportador es poco dificultoso los encuestados consideran que la dimensión barreras del mercado de destino es poco dificultoso en un 1%.

V. DISCUSIÓN

La investigación tuvo como propósito resolver la relación entre las barreras al comercio exterior y el potencial agroexportador del Perú, 2018. Mediante los resultados obtenidos luego de analizar los datos recopilados en la muestra selecta de 105 empresarios registrados en Adex, se determinó la relación de las barreras del mercado de origen y del mercado de destino con el potencial agroexportador.

Los resultados obtenidos son válidos puesto que los instrumentos fueron validados por juicio de expertos a través de la V de Aiken teniendo como resultado en cuanto a la variable Barreras al Comercio Exterior una validez de 81% y la variable Potencial Exportador una validez de 82%. Asimismo, se realizó una prueba piloto para verificar la confiabilidad de los instrumentos, para la variable Barreras al Comercio Exterior, el Alfa de Cronbach fue de 0.976 y para la variable Potencial Exportador fue de 0.902. Cabe resaltar, que se presentó algunos inconvenientes al momento de ejecutar la encuesta debido a que en los stands donde se encontraban los agroexportadores había mucha presencia de público y se tenía que esperar a que el encuestado tenga disposición de tiempo para contestar todas las preguntas.

Los resultados obtenidos en la investigación podrían ser utilizados por agroexportadores que deseen ofrecer sus productos en nuevos mercados e incrementar sus cantidades y valores de exportación. Pero la información analizada no podría generalizarse para todos los sectores de exportación debido a que cada sector afronta diferentes barreras en su incursión al comercio exterior, además la opinión y percepción de los agroexportadores puede diferir con respecto al grado de dificultad que representan cada barrera, causando un contexto diferente entre las barreras al comercio exterior y el potencial exportador.

La investigación acepta la hipótesis nula, es decir, no existe relación entre las barreras al comercio exterior y el potencial agroexportador, debido a que en la prueba de correlación de las variables se obtuvo que el valor de Sig. (bilateral) es 0,615 >0,05, por lo tanto, no tienen relación significativa. Asimismo, las hipótesis específicas también se aceptaron las hipótesis nulas, ya que el valor de Sig. dio como resultado 0.630 > 0.05 y 0.615 >0.05. En las investigaciones encontradas como antecedentes las variables Barreras al Comercio Exterior y Potencial Exportador se relacionan y han sido utilizados como tema de estudio para diversos

países, en donde se ha utilizado la información proporcionada con el fin elegir de manera eficaz el nuevo mercado al que van incursionar y dirigir sus exportaciones.

Los autores Malca & Rubio en su investigación Obstáculos a la actividad exportadora de las empresas del Perú, dan a conocer el efecto negativo que causa los obstáculos en las exportaciones. Asimismo, Lozano en su estudio las barreras no arancelarias, como dificultad a superar para exportar a Canadá por productores colombianos, también se enfoca en las barreras existentes como una traba para poder incrementar las exportaciones a una determinada nación. Sin embargo, en la investigación no se pudo obtener resultados favorables donde se verifique la relación que existe entre las variables Barreras al Comercio Exterior y Potencial Exportador. Es por ello, que se recomienda que las entidades del estado proporcionen mayor data estadística sobre el tema con la finalidad que puedan realizarse nuevas investigaciones en el país y que los agroexportadores pueden obtener mayor información.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados del trabajo de investigación, asimismo la discusión correspondiente se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Primera: En relación a los resultados obtenidos de las variables de estudio, las barreras del mercado de origen y el potencial agroexportador del Perú, 2018 son variables independientes, contexto que queda demostrado con la prueba Rho de Spearman que nos brindó un coeficiente de correlación negativa de -0.050, con un Sig. (bilateral) de 0.615. Lo que significa que las barreras del mercado de origen no influyen en el potencial agroexportador de las empresas peruanas en el 2018, pero según la investigación de Malca & Rubio estas variables si se relacionan, lo que incita investigación a profundidad.

Segunda: Conforme a los resultados adquiridos de las variables, las barreras del mercado de origen y el potencial agroexportador del Perú, son independientes conforme al resultado alcanzado con el coeficiente de correlación negativo de -0.48, con un $p > 0,05$. Denotando que estas pueden ser estudiadas de manera independiente debido a que no se relacionan. Pero es necesario recalcar que hay una dispersión en la opinión de encuestados, pero según la opinión de los encuestados se comprueba que las barreras del mercado de origen son consideradas como bastante dificultosas

Tercera: Conforme a los resultados conseguidos las Barreras del Mercado de Destino y el potencial agroexportador del Perú, son independientes de acuerdo al resultado adquirido $p > 0,05$. Por ende, ambas variables no se relacionan. Pero es necesario resaltar que el 55.2% de los encuestados indicaron que alcanzar el potencial exportador es bastante dificultoso, además que son bastantes dificultosas las barreras del mercado del exterior.

VII. RECOMENDACIONES

De acuerdo a lo expuesto, se ha apreciado la negativa relación entre las barreras al comercio exterior y el potencial agroexportador, 2018. Sobre lo cual se recomienda al estado peruano y empresas agroexportadoras la continua investigación e indagación sobre las causas y/o barreras que frenan a las empresas exportadoras, del sector agro, en el incremento de sus exportaciones. Asimismo, se sugiere realizar una exhaustiva indagación sobre las causales que limitan a nuestro país en alcanzar su potencial exportador en el rubro, a pesar de contar un gran potencial y materia prima de calidad.

Se ha apreciado que no existe relación entre las barreras del mercado de origen y el potencial agroexportador, pero evaluando las respuestas recopiladas por los agroexportadores, nos permite recomendar a las empresas que busquen apoyo profesional con especialistas del rubro o se contacten con entidades estatales con enfoque agro e internacional, en los temas que estos ignoren, para que puedan capacitarse y logren tomar decisiones mejores y estratégicas, así también puedan tener un panorama más exacto en costos y procedimientos que conllevan las exportaciones del sector agro, evitando que el volumen de sus exportaciones y su rentabilidad se vean afectadas.

Asimismo, se ha evidenciado que no existe relación entre las barreras del mercado de destino y el potencial agroexportador, pero de acuerdo a la información brindada por los entrevistados, es preciso recomendar que se realice un estudio de mercado y evaluar los puntos expuestos en la presente investigación antes ingresar a un país extranjero, para evitar que se incurran en pérdidas económicas al momento de ingresar en el mercado de destino y que el volumen de sus exportaciones se vean afectadas.

Por otro lado, debido a que no se encontró relación entre las hipótesis mencionadas se recomienda que para futuras investigaciones del tema, utilicen una muestra representativa a nivel país lo que permitirá que ambas variables puedan evaluarse en un mismo panorama o nivel (macro), lo que aportará con valor significativo a que nuestro país alcance su potencial exportador en el sector agro.

REFERENCIAS

- Andrade, M. (2016). Análisis del potencial de exportación de la mermelada de maracuyá al mercado internacional. Período 2009-2017. Tesis para optar el título de Licenciada Multilingüe en Negocios e Intercambios Internacionales, Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador.
- Agroexportaciones superan los US\$ 1,000 millones en primeros meses tras 5 años. (4 de abril del 2018). Gestión. Recuperado el 7 de diciembre de <https://gestion.pe/economia/agroexportaciones-superan-us-1-000-millones-primeros-meses-5-anos-230778>
- Arévalo, A. & Lázaro, E. (2016). Análisis del potencial exportador de la empresa Amaz Food S.A.C. para la exportación de chocolate orgánico al mercado de Alemania – 2015. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, Facultad de Negocios, Universidad de Privada del Norte, Lima, Perú.
- Arteaga, J., Fernández, R., & Clavel, M. (2014). Las pymes españolas en Latinoamérica: barrera a la exportación. Colombia: Ad-minister. Recuperado el 10 de mayo del 2018, de <http://www.scielo.org.co/pdf/adter/n24/n24a4.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú (2018). Panorama actual y proyecciones macroeconómicas 2018-2019. Lima: Banco Central de la Reserva del Perú.
- Banco Central de Reserva del Perú (2015). Importancia de los pagos minoristas. Moneda. Recuperado el 13 de junio de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-161/moneda-161.pdf>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Recuperado el 8 de noviembre de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Calderón, A. (2016). Las barreras no arancelarias como problemática para la exportación de aceite de oliva de las mypes formales de la región Tacna, 2015. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales, Escuela Académico Profesional de Negocios Internacionales, Universidad de Tacna, Tacna, Perú.

- Cámara de Comercio de Lima (octubre, 2017). Revista La Cámara. Hay que eliminar barreras no arancelarias, N° 99. Recuperado el 28 de junio del 2018, de https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion799/ed_799_dig.pdf
- Canta, A., Casabella, R., Conde, A., Cordiano, M., Torres, G., & Roselló, J. (2014). Comercio Internacional en el siglo XXI. Buenos Aires: Editorial Dunken.
- Carpio, J., Gaona, L., Uculmana, L. & Shaska, V. (2015). Barreras en el Desarrollo de la Agroindustria del Espárrago en la Región Ica. Tesis para optar el título de Magíster en Administración Estratégica de Empresas, Escuela de Postgrado, Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2017). Estudio Económico de América Latina y el Caribe. Recuperado el 7 de diciembre de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/42001/159/S1700700_es.pdf
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2017). Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe. Recuperado el 25 de abril de https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/42315/S1701118_es.pdf
- Cornejo, E. (2010). Comercio internacional: Hacia una gestión competitiva. Lima: San Marcos.
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2013). Negocios Internacionales (14a ed.). México: Pearson.
- De la Hoz, P. (2013). Generalidades de Comercio Internacional. Colombia: Centro Editorial Esumer.
- Decreux, Y. & Spies, J., (diciembre, 2016). Export Potential Assessments. Recuperado de https://umbraco.exportpotential.intracen.org/media/1089/epa-methodology_141216.pdf
- Eguren, F. & Marapi, R. (mayo, 2015). La agroexportación en el Perú. Revista Agraria. Recuperado el 13 de junio de

- http://www.larevistaagraria.info/sites/default/files/revista/LRA173/LRA173_Agroexportacion_MesaRedonda.pdf
- Freire, C. (marzo,2015). La validez interna y externa de una investigación cualitativa. *Revista Empresarial*, 9(1),36-37. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6419733>
- García, J. & Sánchez, P. (2020). Diseño teórico de la investigación: instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. *Revista Información Tecnológica*. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v31n6/0718-0764-infotec-31-06-159.pdf>
- Gaurav, K. & Bharti, N. (2016). India-Pakistan Agro Products Trade: Mfn and Beyond. Instituto Indio de Tecnología de Patna. Recuperado el 6 de diciembre de https://www.researchgate.net/publication/305884571_INDIA-PAKISTAN_AGRO_PRODUCTS_TRADE_MFN_AND_BEYOND
- Hernández R. & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: Editorial McGraw Hill.
- Hernández R., Fernández C. & Baptista P. (2014). Metodología de la Investigación Científica (6a ed.) México DF: Editorial McGraw Hill.
- Hinaunye, J. (2016). Estimating Export Potential for a small open Economy using a Gravity Model Approach: Evidence from Namibia. *The Journal of Developing Areas*, 50 (4), 274-288.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (junio, 2018). Evolución de las exportaciones e importaciones, N° 8. Recuperado el 10 de mayo del 2018, de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/08-informe-tecnico-n08_exportaciones-e-importaciones-jun2018.pdf
- La Cámara (octubre, 2017). Hay que eliminar barreras no arancelarias. Lima: Cámara de Comercio de Lima.
- Las exportaciones agrarias siguen brillando. (28 de febrero del 2018). *Gestión*. Recuperado el 10 de julio de <https://gestion.pe/blog/innovacion-sinergias-y-crecimiento/2018/02/las-exportaciones-agrarias-siguen-brillando.html/?ref=gesr>
- Leon, A. & Neisser, H. (2017). Las Barreras No Arancelarias y el Crecimiento de las Exportaciones de las Empresas Agroindustriales Asociadas a la Cámara de Comercio de Tacna. Periodo 2009-2014. Tesis para optar el título de

Licenciada en Administración de Negocios Internacionales, Escuela Académico Profesional de Negocios Internacionales, Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú.

- Llamo, M. (2017). Potencialidades y Limitantes del Desarrollo de la Agroexportación en la Región Cajamarca: 2010-2015. Tesis para optar el título de Doctor en Ciencias, Escuela de Post Grado, Universidad Nacional de Cajamarca, Perú.
- Llamoga, K. (2016). La influencia de las barreras no arancelarias impuestas por la Unión Europea sobre las exportaciones de productos agroalimentarios frescos de la región La Libertad, 2014-2015. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, Facultad de Negocios, Universidad Privada del Norte, Lima, Perú.
- Lozano, A. (2017). Revista Logos Ciencia & Tecnología. Las barreras no arancelarias, como dificultad a superar para exportar a Canadá por productores colombianos. (N°2). Recuperado el 13 de mayo de <http://revistalogos.policia.edu.co/index.php/rlct/article/view/311/html>
- Malca O., & Rubio, J. (2015). Journal of Business. Obstáculos a la actividad exportadora de las empresas del Perú, N°7. Recuperado el 13 de mayo de 2018, de revistas.up.edu.pe/index.php/business/article/download/72/73/
- Malca, O., & Rubio, J. (2014). Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. Obstáculos a la actividad exportadora: encuesta a las empresas exportadoras del Perú. Recuperado el 13 de mayo de 2018, de <http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/968>
- Marcela, D., Hurtado, A., & Castillo, M. (2013). Revista EAN. Influencia de las barreras a la exportación sobre el compromiso exportador y su incidencia en los resultados internacionales, N°75. Recuperado el 13 de mayo del 2018, de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n75/n75a04.pdf>
- Miankhel, A., Kalirajan, K., & Thangavelu, S. (2014). Australia's export potential: an exploratory analysis. Australia: Journal of the Asia Pacific Economy.
- Ministerio de Agricultura y Riego (agosto, 2018). Boletín Estadístico Mensual "El Agro en Cifras". Recuperado el 15 de octubre del 2018, de https://www.midagri.gob.pe/portal/download/pdf/herramientas/boletines/agro-cifras/boletin-estadistico-mensual-el-agro-en-cifras-jun2018_170918.pdf

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (enero, 2016). Plan Estratégico Nacional Exportador 2025. Lima: Imprima S.A.C.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (marzo, 2018). Perú, entre los principales países con mayor crecimiento exportador en el mundo. Recuperado el 15 de octubre de 2018, de <https://www.mincetur.gob.pe/peru-entre-los-principales-paises-con-mayor-crecimiento-exportador-en-el-mundo/>
- Organización Mundial del Comercio (2017). Facilitación del Comercio. Recuperado de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tradfa_s/tradfa_s.htm
- Quezada, N. (2010). Metodología de la Investigación. Lima: Editora Macro
- Sayavong, V. (2015). Export Growth, Export Potential and Export Resistance. *Journal of Southeast Asian Economies*, 32 (3), 340-357.
- Sunat (2016). Estadísticas de comercio exterior. Recuperado de http://www.sunat.gob.pe/estad-comExt/modelo_web/web_estadistica.htm#
- United Nations Conference on Trade and Development (Julio, 2017). Evolution of the international trading system and its trends from a development perspective. Recuperado de <http://unctad.org/en/Pages/DITC/TNCD/Evolution-of-the-intl-trading-system.aspx>
- Valverde, M. (2016). Medidas sanitarias y fitosanitarias, ¿barreras al comercio?: el Caso Peruano en el Asia-Pacífico. Lima: Journal of Business
- Vara, A. (2012). Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa. Recuperado de <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>

ANEXOS

Anexo 1:

Matriz de Operacionalización de las variables

V ₁	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Instrumento
BARRERAS AL COMERCIO EXTERIOR	Para Malca, O. & Rubio J. (2014): Las barreras al comercio exterior son todos aquellos obstáculos, limitaciones actitudinales, estructurales, operativas y otras que disuade o impiden la capacidad para iniciar, desarrollar o mantener las operaciones comerciales en los mercados extranjeros (p. 7).	Se obtendrán datos de las fuentes primarias mediante la técnica de encuesta para así poder determinar el grado de dificultad de las barreras al comercio exterior con respecto a las agroexportaciones en el Perú - 2018.	Mercado de origen	Políticas de Gobierno	5	Ordinal	C U E S T I O N A R I O
				Riesgos y retornos	4		
				Económicas	5		
				Político - legal	4		
			Mercado de destino.	Sociocultural	2	Totalmente dificultoso = 1 Bastante dificultoso = 2 Difícil = 3 Ni dificultoso ni no dificultoso = 4 No dificultoso = 5 Bastante no dificultoso = 6 Totalmente nada dificultoso = 7	
				Logísticas	4		
				Restricciones en mercado exterior (Barreras No Arancelarias)	6		

Nota: Elaboración propia

Anexo 1:

Matriz de Operacionalización de las variables

V ₂	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Instrumento
POTENCIAL EXPORTADOR	Decreux, Y. & Spies, J., (2016) nos define al potencial exportador como: “[...] La comparación de los posibles valores de exportación con los valores reales de exportación permite revelar oportunidades no explotadas que las instituciones de apoyo al comercio pueden abordar (p. 10).	Se obtendrán información de las fuentes primarias de la base de datos del ITC mediante la técnica de una matriz de datos para así poder determinar el potencial exportador de un producto del sector agro en el mercado internacional.	Oferta	Proyecciones de crecimiento del PIB	Ordinal	Matriz de datos
				Valores de importación y exportación		
				Aranceles ad-valorem		
			Demanda	Elasticidades precio		
				PIB y Población		
				Distancia		
			Facilidad para el Comercio	Cultura		
				Protección del Mercado		
				Vínculos Comerciales		

Nota: Elaboración propia

Anexo 2

Matriz de consistencia

Título	Problema de investigación	Objetivos del estudio	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Instrumento de medición
Barreras al Comercio Exterior y su efecto en el Potencial Agroexportador peruano, 2018	<p>Problema General</p> <p>¿Qué relación existe entre las barreras al comercio exterior y el potencial agroexportador del Perú, 2018?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Identificar la relación que existe entre las barreras al comercio exterior y el potencial agroexportador del Perú, 2018.</p>	Barreras al Comercio Exterior	Para Malca, O. & Rubio J. (2014): Las barreras al comercio exterior son todos aquellos obstáculos, limitaciones actitudinales, estructurales, operativas y otras que disuade o impiden la capacidad para iniciar, desarrollar o mantener las operaciones comerciales en los mercados extranjeros (p. 7).	Se obtendrán datos de las fuentes primarias mediante la técnica de encuesta para así poder determinar el grado de dificultad de las barreras al comercio exterior con respecto a las agroexportaciones en el Perú - 2018	Cuestionario
	<p>Problemas Específicos</p> <p>¿Qué relación existe entre las barreras del mercado de origen y el potencial agroexportador del Perú, 2018?</p> <p>¿Qué relación existe entre las barreras del mercado de destino y el potencial agroexportador del Perú, 2018?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Identificar la relación que existe entre las barreras del mercado de origen y el potencial agroexportador del Perú, 2018.</p> <p>Determinar la relación que existe entre las barreras del mercado de destino y el potencial agroexportador del Perú, 2018.</p>	Potencial Exportador	Decreux, Y. & Spies, J., (2016) nos define al potencial exportador como: "[...] La comparación de los posibles valores de exportación con los valores reales de exportación permite revelar oportunidades no explotadas que las instituciones de apoyo al comercio pueden abordar (p. 10).	Se obtendrán información de las fuentes primarias de la base de datos del ITC mediante la técnica de una matriz de datos para así poder determinar el potencial exportador de un producto del sector agro en el mercado internacional.	Matriz de datos

Nota: Elaboración propia

Anexo 3

Población: Empresas Agroexportadoras

		Empresas Agroexportadoras	
Comité Principal	RUC	Nombre	
	20100002621	Molino El Triunfo S.A	
	20100055237	Alicorp S.A.A.	
	20100068649	Ingredion Peru S.A.	
	20100170842	Productos Extragel Y Universal S.A.C.	
	20100190797	LECHE GLORIA SOCIEDAD ANONIMA - GLORIA S.A.	
	20100226902	Alimentos Procesados S.A. Alprosa	
	20101024645	Corporacion Lindley S.A.	
	20102154046	Industrias Alimentarias S.A.C.	
	20103342091	San Roque S.A.	
	20114759733	INDUSTRIAS ALIMENTICIAS CUSCO S.A	
	20115397428	Helena S.A.C.	
	20170040938	Danper Trujillo S.A.C.	
	20291939083	Inka Crops S.A.	
	20294182412	MAIA S.A.C	
AGROINDUSTRIAS, ALIMENTOS Y BEBIDAS	20341607672	ECOFRESH SRLTDA	
	20342015108	AGROINDUSTRIAS NOBEX S.A.	
	20345048571	Grupo Comercial Bari S.A.	
	20378668574	Phoenix Foods S.A.C.	
	20407921047	Ajeprosos S.A.C	
	20413940568	Embotelladora San Miguel Del Sur S.A.C.	
	20419757331	Cogorno S.A.	
	20472567803	Multifoods S.A.C.	
	20501433501	Olivos del Sur SAC	
	20504004415	GANDULES INC SAC	
	20504187587	Alimentos De Exportacion Sociedad Anonima Cerrada - Aliex S.A.C.	
	20504524176	SELVA INDUSTRIAL S.A.	
	20507287736	Agrofruit Trading Eirl	
	20519050758	Villa Toscano Sac	
	20524555027	DELLANATURA S.A.C.	
	20548687315	RICH DE LOS ANDES SRL	
AGROPECUARIO	20601175054	JUNTA NACIONAL DE PALMA ACEITERA DEL PERU - JUNPALMA PERU	
	10082010063	Fumagalli Galli, Santiago Jose	
	20100331285	Ilender Peru S.A.	
	20221084684	REDONDOS S.A.	
	20376641466	Monsanto Peru S.A	
	20451871286	NATUCULTURA S.A.	
	20452624991	Hm.Clause Perú S.A.C	
	20459424734	Alabama S.A.	

Nota: Elaboración Propia con datos del Directorio de Adex

Comité Principal	Empresas Agroexportadoras		
	RUC	Nombre	
CAFÉ Y CACAO	20479379735	Alimentos Agricolas Y Lacteos Sac	
	20506741930	Corporación de Granjas del Perú SAC	
	20511686238	Hortisemillas S.A.C.	
	20511712174	Semillas Agrarias S.A.C.	
	20516295318	Comercializadora Y Servicios Los Inkas Sac	
	20517089037	Psw S. A.	
	20546891012	BOZELT S.A.C	
	20113381516	Technoserve Inc.	
	20131495006	PERALES HUANCARUNA S.A.C.	
	20450445569	Memex S.A.C.	
	20473159644	Cafetalera Amazonica S.A.C.	
	20480385579	Cooperativa De Servicios Multiples Sol&Cafe Ltda.	
	20500985322	Machu Picchu Foods S.A.C.	
	20521137682	Amazonas Trading Peru Sac	
	20522061035	Exportadora Romex SA	
	20525955843	COOPERATIVA AGRARIA ECOLÓGICA Y SOLIDARIA PIURA	
	20528976612	Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga	
	20535645346	Sumaqao Sociedad Anonima Cerrada	
	20550136598	CARANA CORPORATION SUCURSAL DEL PERU	
	20550306779	Agricola Verde S.A.C.	
	20600877110	CACAO DEL ORIENTE S.A.C.	
	20100401836	R. Muelle S.A.C	
	20120914279	Emaran S.A.C.	
	20132515680	Industrial Comercial Holguin E Hijos S.A.	
	CAPSICUM	20411552994	Peru Spices S.A.C
		20524548594	Grupo San Nicolas S.A.C.
20542089106		S & M Foods S.R.L.	
20566528844		AGRICOLA SAMI S.A.C.	
20100227542		Procesos Agroindustriales S.A.	
20104420282		AGROINDUSTRIAS AIB S.A	
20107760581		Conservera Amazonica S.A.	
20213039840		Productos De La Naturaleza Seleccionados Srl Pronasel	
20220905269		AGRO INDUSTRIA SAN ANTONIO S.R.LTDA.	
20224133929		Intipa Foods S.A.C.	
FRUTAS Y HORTALIZAS	20256119006	Sociedad Agricola Arona S.A.	
	20340584237	Camposol S.A.	
	20349422850	Desarrollo Agricola S.A.	
	20372983796	Keyperu S.A.	
	20390247487	Fundo Sacramento S.A.C.	

Nota: Elaboración Propia con datos del Directorio de Adex

Comité Principal	RUC	Empresas Agroexportadoras	Nombre
FRUTAS Y HORTALIZAS	20413620229	Agropecuaria Don Lucho S.A.C.	
	20421073792	Icasol S. A.	
	20455178291	Sc Packing S.A.C.	
	20455932409	Miranda Internacional S.A.C.	
	20462608056	Agroindustrias Vida Sac	
	20473558859	Acuifero Casma S.A.	
	20477793674	QUICORNAC S.A.C.	
	20481065799	Dominus S.A.C.	
	20484002216	Limonos Piuranos S.A.C.	
	20492046044	Ecological Corporation S.A.C.	
	20494586810	Sun Fruits Exports S.A.	
	20494711223	Empresa Agro Export Ica S.A.C.	
	20498174877	Productos Agroindustriales Del Sur	
	20505912803	Esparragos Del Peru S.A.C.	
	20511375666	Union De Negocios Corporativos S.A.C	
	20512217452	Agualima S.A.C.	
	20513798459	Agroindustrias SchurucanCHA Sac	
	20514006823	Shuman Produce Peru S.A.C.	
	20515190199	Sterling Peru S.A.C.	
	20518581237	Cynara Peru S.A.C.	
	20518590571	STIPT TRADE SOLUTIONS S.A.C.	
	20525124682	H.C.Q Peru S.A.C.	
	20525382894	Asociacion De Productores Agropecuarios De La Zona De Hualtaco Del Valle De San Lorenzo Tambogrande	
	20525973311	Tropical Fruit Trading Peru Sociedad Anonima Cerrada - Tropical Fruit Trading Peru S.A.C.	
	20530026923	Angels Agribusiness Group SAC	
	20530099211	ITABEN EXOPERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	
	20536558072	Sobifruits S.A.C.	
	20543521401	Corporacion Agricola Viñasol Sac	
	20548245134	Greenway S.A.	
	20549515071	Passion Fresh Sac	
	20549667334	White Lion Foods S.A.C	
	20550858461	PLANTACIONES DEL SOL SAC	
	20553266573	EARTHFRUCTIFERA S.A.C.	
	20556442259	Luna Verde Sac	
	20565881591	Agricola Cuyuma S.A.	
	20600020626	URSULA IMPORT EXPORT S.A.C.	
20600459946	Aseptic Peruvian Fruit S.A.		
20600609026	Beo S.A.C		
20601080291	Fruta Andina Sostenible S.A.C.		
20601152968	INTERNATIONAL REALTY PROPERTY MANAGMENT S.A.C.		

Nota: Elaboración Propia con datos del Directorio de Adex

Comité Principal	RUC	Empresas Agroexportadoras	Nombre
	20601578787	INCASOURCE TRADING SAC	
FRUTAS Y HORTALIZAS	20601596998	FAIR FRUIT PERU S.A.C.	
	20601609241	AGRICOLA FRUTOS DEL VALLE S.A.C.	
	20602164650	KR COMERCIAL DEL PERU S.A.C.	
	20102029497	SOCIEDAD ANONIMA DE PROVEEDORES INDUSTRIALES S.A.C - SAPROIND	
	20109714039	Interloom S.A.C	
	20143054323	Insumos Mantaro Srl	
	20349681014	EXPORTADORA OFK EIRL	
	20392854445	Lamas Import Export S.A.C.	
	20465976561	Alisur Sac	
	20479603392	Industria Arroceras De America S. A. C.	
	20491855020	Interamsa Agroindustrial S. A. C.	
	20510874456	Avendaño Trading Company S.A.C	
	20512896252	Olam Agro Peru S.A.C	
	20525241727	Procesadora Mejia Sac	
MENESTRAS Y OTROS GR	20536478397	Argencrops Peru S.A.C.	
	20549227369	ANDES ALIMENTOS & BEBIDAS S.A.C.	
	20551456014	Tierra Organica S.A.C.	
	20552256647	AGRO FERGI S.A.C.	
	20556859591	Agrofino Foods S.A.C.	
	20563730634	PERU ORGANIC GRAIN S.A.C.	
	20600208749	Frutos Y Granos Andinos Sumaq S.A.C. - Fga	
	20601576962	Productos Organicos De Los Andes S. A.	
	20601604273	AGROEXPORTACIONES MANA S.A.C.	
	20601903866	AGROANOSINVERSIONES DE EXPORTACION SUR S.A.C.	
	20601981638	ECORGANIC CORPORATION PERU S.A.C.	

Nota: Elaboración Propia con datos del Directorio de Adex

Anexo 4

Instrumento 1: Barreras del Comercio Exterior

CUESTIONARIO

INSTRUCCIONES: El presente documento es anónimo y confidencial, su aplicación será de uso exclusivo para el desarrollo de la investigación en Barreras al Comercio Exterior y su Efecto en el Potencial Agroexportador Peruano – 2018, por ello se pide su colaboración marcando con una “x” la respuesta que considere acertada, según su opinión, ¿En qué grado las barreras al Comercio Exterior expuestas hacen difícil iniciar o ampliar su actividad exportadora?

Llenar los datos que se les solicita a continuación:

DATOS DE CONTROL		N°	LEYENDA						
D1	Nombre del entrevistado:	1	Totalmente dificultoso						
D2	Cargo dentro de la empresa:	2	Bastante dificultoso						
D3	Correo Electrónico:	3	Difícil						
D4	Teléfono:	4	Ni difícil ni no difícil						
D5	Nombre de la empresa:	5	No difícil						
D6	RUC:	6	Bastante no difícil						
D7	Actividad de la Empresa:	7	Totalmente nada difícil						

BARRERAS AL COMERCIO EXTERIOR		GRADO DE DIFICULTAD						
BA1	Los trámites para acogerse al Drawback.	1	2	3	4	5	6	7
BA2	El proceso para tener el beneficio de la devolución del IGV (por exportar).	1	2	3	4	5	6	7
BA3	Falta de entidades o instituciones, en el Perú, que brinden asesoría sobre la exportación.	1	2	3	4	5	6	7
BA4	Falta de entidades peruanas que brinden asesoría para mejorar la calidad de los productos agrícolas.	1	2	3	4	5	6	7
BA5	Falta de entidades peruanas que proporcionen asesoría para concretar una negociación.	1	2	3	4	5	6	7
BA6	Desastres climatológicos en el Perú que afecten el cumplimiento de su orden de compra.	1	2	3	4	5	6	7
BA7	Bajo nivel de utilidades que se obtendrán en la exportación a realizar.	1	2	3	4	5	6	7
BA8	Falta de financiamiento para para afrontar el periodo de recuperación de una inversión.	1	2	3	4	5	6	7
BA9	Alto riesgo percibido por operaciones en el extranjero (fraude).	1	2	3	4	5	6	7
BA10	Aumento del nivel de precio del producto en el mercado destino.	1	2	3	4	5	6	7
BA11	El tipo de cambio del dólar con respecto a la moneda peruana.	1	2	3	4	5	6	7
BA12	Alto nivel de variaciones de la moneda extranjera.	1	2	3	4	5	6	7
BA13	Altas comisiones de los bancos al realizar transferencias bancarias en el exterior.	1	2	3	4	5	6	7
BA14	Inadecuada red extranjera de los bancos con los que se opera.	1	2	3	4	5	6	7
BA15	Las políticas rígidas del país destino para el ingreso de sus productos.	1	2	3	4	5	6	7
BA16	La inestabilidad política en el país de destino	1	2	3	4	5	6	7
BA17	Los requisitos para la comercialización de productos en el país destino.	1	2	3	4	5	6	7
BA18	Los tiempos para obtener los registros y permisos necesarios para la exportación.	1	2	3	4	5	6	7
BA19	Las diferencias culturales	1	2	3	4	5	6	7
BA20	El idioma del país destino.	1	2	3	4	5	6	7
BA21	Altos costos del servicio de agencia de aduana.	1	2	3	4	5	6	7
BA22	Altos costos del servicio de agencia de carga.	1	2	3	4	5	6	7
BA23	Altos costos del transporte local en el mercado destino.	1	2	3	4	5	6	7
BA24	Los tiempos de envío de la carga brindados por los operadores logísticos.	1	2	3	4	5	6	7
BA25	Los estándares de calidad que debe de cumplir el producto para su ingreso en el mercado extranjero.	1	2	3	4	5	6	7
BA26	Los registros sanitarios que debe contar su producto para que pueda exportar.	1	2	3	4	5	6	7
BA27	Diferencias en la utilización del producto en los mercados internacionales	1	2	3	4	5	6	7
BA28	El costo de adaptación del producto para el mercado extranjero.	1	2	3	4	5	6	7
BA29	Adaptar el rotulado del producto las exigencias del país destino.	1	2	3	4	5	6	7
BA30	Distancia entre el Perú y el país extranjero.	1	2	3	4	5	6	7

Anexo 5

Base de datos estadísticos de la encuesta

VARIABLE 1: BARRERAS AL COMERCIO EXTERIOR																																						
ENCUESTADOS	DIMENSIÓN 1 MERCADO DE ORIGEN															DIMENSIÓN 2 MERCADO DE DESTINO															D1	D 2	BARR_ COM_ EX					
	INDICADOR 1					INDICADOR 2					INDICADOR 3					INDICADOR 4					INDICADOR 5					INDICADOR 6								INDICADOR 7				
	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	B14	B15	B16	B17	B18	B19	B20	B21	B22	B23	B24	B25	B26	B27	B28	B29	B30								
1	3	3	3	2	1	3	2	3	3	4	2	1	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	5	4	3	4	3	23	64	87					
2	5	4	4	3	2	2	3	5	5	4	3	3	4	5	5	3	4	4	4	6	4	5	5	3	3	6	4	6	7	5	33	93	126					
3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	1	5	5	3	4	4	23	66	89						
4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	2	2	3	2	3	4	2	3	5	2	2	5	4	3	3	27	62	89						
5	4	5	5	5	6	3	2	7	6	4	3	3	5	6	5	3	5	5	5	7	5	6	5	3	5	5	4	4	6	6	43	100	143					
6	5	4	5	5	6	3	3	6	5	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	42	101	143					
7	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	3	4	2	2	4	2	5	5	3	3	4	4	23	67	90					
8	3	3	3	2	1	3	2	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	4	3	2	3	5	3	3	5	5	3	3	3	23	68	91					
9	5	4	5	5	5	2	3	6	6	5	5	3	4	7	3	5	5	5	5	6	3	5	5	5	2	6	4	4	6	6	41	99	140					
10	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	1	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	20	66	86					
11	5	4	5	5	5	2	3	5	5	5	5	3	5	6	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	39	100	139					
12	3	4	4	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	5	2	3	2	2	5	4	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	26	69	95					
13	6	5	5	5	5	3	3	6	5	5	5	3	5	6	3	2	5	5	5	7	5	5	6	3	3	6	5	4	6	6	43	100	143					
14	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	4	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	2	5	5	3	4	4	23	65	88					
15	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	3	5	2	2	5	4	3	3	27	63	90						
16	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	3	4	2	3	4	2	5	5	3	3	4	4	24	69	93					
17	4	5	5	5	6	3	2	7	6	4	3	3	5	6	5	3	5	5	5	7	5	6	5	3	5	5	4	4	6	6	43	100	143					
18	5	4	5	5	5	3	3	6	6	5	5	3	4	6	3	5	5	5	5	6	3	5	5	5	2	6	4	4	6	6	42	98	140					
19	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	5	5	3	4	4	23	67	90					
20	4	5	6	5	6	3	3	7	6	5	3	3	5	6	5	3	5	5	5	7	5	6	5	3	5	5	4	4	5	5	45	99	144					

Anexo 5

Base de datos estadísticos de la encuesta

VARIABLE 1: BARRERAS AL COMERCIO EXTERIOR																																				
ENCUESTADOS	DIMENSIÓN 1 MERCADO DE ORIGEN															DIMENSIÓN 2 MERCADO DE DESTINO																				
	INDICADOR 1					INDICADOR 2					INDICADOR 3					INDICADOR 4				INDICADOR 5				INDICADOR 6						INDICADOR 7				D1	D 2	BARR_ COM_ EX
	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	B14	B15	B16	B17	B18	B19	B20	B21	B22	B23	B24	B25	B26	B27	B28	B29	B30						
21	4	4	5	5	5	3	3	6	6	5	5	3	4	6	2	5	5	5	5	6	5	5	5	5	3	6	4	4	6	6	41	100	141			
22	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	1	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	20	66	86			
23	3	3	3	2	1	3	2	3	3	3	4	2	1	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	5	4	3	4	3	23	64	87		
24	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	3	5	2	2	5	4	3	3	3	27	63	90		
25	6	5	5	5	5	3	3	6	5	5	5	5	3	5	6	3	2	5	5	5	7	5	5	6	3	3	6	5	4	6	6	43	##	143		
26	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	3	4	2	3	4	2	5	5	3	3	4	4	26	69	95			
27	6	5	5	5	5	3	3	6	5	5	5	3	5	6	3	2	5	5	5	7	5	5	6	3	3	6	5	4	6	6	43	##	143			
28	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	1	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	23	67	90			
29	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	4	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	2	5	5	3	4	4	22	64	86			
30	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	2	3	4	2	2	4	2	5	5	3	3	4	4	23	68	91			
31	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	1	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	22	66	88			
32	5	4	5	5	6	3	3	5	5	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	41	##	142			
33	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	3	5	2	2	5	4	3	3	3	27	63	90		
34	5	4	5	5	6	3	3	6	5	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	42	##	143			
35	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	1	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	20	66	86			
36	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	3	5	2	2	5	4	3	3	3	27	63	90		
37	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	2	3	4	2	2	4	2	5	5	3	3	4	4	23	68	91			
38	3	3	3	2	1	3	2	3	3	3	4	2	1	3	4	3	2	3	2	3	4	3	3	3	2	2	5	4	3	4	3	23	63	86		
39	6	5	5	5	5	3	3	6	5	5	5	3	6	6	3	2	5	5	5	7	5	5	6	3	3	6	5	4	6	6	43	##	144			
40	3	4	4	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	5	2	3	2	2	5	4	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	26	69	95			

Anexo 5

Base de datos estadísticos de la encuesta

VARIABLE 1: BARRERAS AL COMERCIO EXTERIOR																																						
ENCUESTADOS	DIMENSIÓN 1 MERCADO DE ORIGEN															DIMENSIÓN 2 MERCADO DE DESTINO															D1	D2	BARR_ COM_ EX					
	INDICADOR 1					INDICADOR 2					INDICADOR 3					INDICADOR 4					INDICADOR 5					INDICADOR 6								INDICADOR 7				
	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	B14	B15	B16	B17	B18	B19	B20	B21	B22	B23	B24	B25	B26	B27	B28	B29	B30								
41	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	3	4	2	3	4	2	5	5	3	3	4	4	26	69	95					
42	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	2	2	3	2	3	4	2	3	5	2	2	5	4	3	3	3	27	62	89					
43	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	2	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	20	67	87					
44	5	4	5	5	6	3	3	6	6	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	43	##	144					
45	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	1	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	20	66	86					
46	5	4	5	5	5	2	3	5	6	5	5	3	4	7	3	5	5	5	5	6	3	5	5	5	2	6	4	4	6	6	40	99	139					
47	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	3	4	2	2	4	2	5	5	3	3	4	4	23	67	90					
48	3	3	3	2	1	3	2	2	3	4	2	2	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	5	4	3	4	3	22	65	87					
49	3	4	4	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	5	2	3	3	2	5	4	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	26	71	97					
50	4	5	6	5	6	3	3	7	6	5	3	3	5	6	5	3	5	5	5	7	5	6	5	3	5	5	4	4	5	5	45	99	144					
51	6	5	5	5	5	3	3	6	5	5	5	3	5	6	3	2	5	5	5	7	5	5	6	3	3	6	5	4	6	6	43	##	143					
52	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	3	5	2	2	5	4	3	3	3	27	63	90					
53	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	3	4	2	2	4	2	5	5	3	3	4	4	23	67	90					
54	5	4	5	5	6	3	3	6	5	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	42	##	143					
55	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	3	4	2	3	4	2	5	5	3	3	4	4	26	69	95					
56	4	5	6	5	6	3	3	7	6	5	3	3	5	6	5	3	5	5	5	7	5	6	5	3	5	5	4	4	5	5	45	99	144					
57	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	3	4	2	2	4	2	5	5	3	3	4	4	25	67	92					
58	3	3	3	2	1	3	2	3	3	4	2	1	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	5	4	3	4	3	23	64	87					
59	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	1	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	20	66	86					
60	6	5	5	5	6	3	3	6	5	5	5	3	5	6	3	2	5	5	5	7	5	5	6	3	3	6	5	4	6	6	44	##	144					

Anexo 5

Base de datos estadísticos de la encuesta

VARIABLE 1: BARRERAS AL COMERCIO EXTERIOR																																			
ENCUESTADOS	DIMENSIÓN 1 MERCADO DE ORIGEN														DIMENSIÓN 2 MERCADO DE DESTINO														D1	D2	BARR_ COM_ EX				
	INDICADOR 1				INDICADOR 2					INDICADOR 3					INDICADOR 4				INDICADOR 5				INDICADOR 6									INDICADOR 7			
	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	B14	B15	B16	B17	B18	B19	B20	B21	B22	B23	B24	B25	B26	B27	B28				B29	B30		
61	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	3	4	2	3	4	2	5	5	3	3	4	4	26	69	95		
62	5	4	5	5	6	3	3	6	5	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	42	##	143		
63	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	3	5	2	2	5	4	3	3	3	27	63	90		
64	5	4	5	5	6	3	3	6	5	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	42	##	143		
65	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	1	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	20	66	86		
66	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	3	4	2	2	4	2	5	5	3	3	4	4	24	67	91		
67	3	3	3	2	2	3	2	3	3	4	2	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	5	4	3	4	3	24	66	90		
68	5	4	5	5	6	3	3	6	5	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	42	##	143		
69	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	3	5	2	2	5	4	3	3	3	27	63	90		
70	4	5	6	5	6	3	3	7	6	5	3	3	5	6	5	3	5	5	5	6	5	6	5	3	5	5	4	4	5	5	45	98	143		
71	5	4	5	5	6	3	3	6	5	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	42	##	143		
72	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	3	4	2	2	4	2	5	5	3	3	4	4	23	67	90		
73	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	1	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	20	66	86		
74	6	5	5	5	5	3	3	6	5	5	5	3	5	6	3	1	5	5	5	7	5	5	6	3	3	6	5	4	6	6	43	99	142		
75	2	2	3	2	1	2	3	3	3	3	2	1	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	21	66	87		
76	4	5	6	5	6	3	3	7	6	5	3	3	5	6	5	3	5	5	5	7	5	6	5	3	5	5	4	4	5	5	45	99	144		
77	3	3	3	2	1	3	2	3	3	4	2	1	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	2	5	4	3	4	3	23	64	87		
78	3	4	4	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	5	2	3	2	2	5	4	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	26	69	95		
79	5	4	5	5	6	3	3	6	5	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	6	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	42	##	142		
80	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	3	5	2	2	5	4	3	3	3	27	63	90		

Anexo 5

Base de datos estadísticos de la encuesta

VARIABLE 1: BARRERAS AL COMERCIO EXTERIOR																																	
ENCUESTADOS	DIMENSIÓN 1 MERCADO DE ORIGEN														DIMENSIÓN 2 MERCADO DE DESTINO														D1	D2	BARR_ COM_ EX		
	INDICADOR 1				INDICADOR 2				INDICADOR 3				INDICADOR 4				INDICADOR 5				INDICADOR 6				INDICADOR 7								
	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	B14	B15	B16	B17	B18	B19	B20	B21	B22	B23	B24	B25	B26	B27	B28				B29	B30
81	5	4	5	5	6	3	3	6	5	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	42	##	143
82	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	1	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	21	66	87
83	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	3	4	2	3	4	2	5	5	3	3	4	4	26	69	95
84	5	4	5	5	6	3	3	6	5	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	42	##	143
85	4	5	6	5	6	3	3	7	6	5	3	3	5	6	5	3	5	5	5	6	5	6	5	3	5	5	4	4	5	5	45	98	143
86	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	3	4	2	2	4	2	5	5	3	3	4	4	23	67	90
87	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	5	5	3	4	4	23	66	89
88	3	4	4	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	5	3	3	2	2	5	4	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	26	70	96
89	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	2	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	20	67	87
90	5	4	5	5	5	3	3	6	5	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	41	##	142
91	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	1	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	20	66	86
92	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	3	5	2	2	5	4	3	3	3	27	64	91
93	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	2	3	4	2	2	4	2	5	5	3	3	4	4	23	68	91
94	5	4	5	5	6	3	3	6	5	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	42	##	143
95	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	2	3	4	2	2	3	3	4	3	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	20	67	87
96	6	5	5	5	5	3	3	6	5	5	5	3	5	6	3	2	5	5	5	7	5	5	6	3	3	6	5	4	6	6	43	##	143
97	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	5	5	3	4	4	23	66	89
98	4	5	6	5	5	3	3	7	6	5	3	3	5	6	5	3	5	5	5	7	5	6	5	3	5	5	4	4	5	5	44	99	143
99	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	5	5	3	4	4	23	66	89
100	3	4	4	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	5	2	3	2	2	5	4	3	3	5	2	1	5	3	5	5	4	26	69	95

Anexo 5

Base de datos estadísticos de la encuesta

VARIABLE 1: BARRERAS AL COMERCIO EXTERIOR																																						
ENCUESTADOS	DIMENSIÓN 1 MERCADO DE ORIGEN															DIMENSIÓN 2 MERCADO DE DESTINO															D1	D2	BARR_ COM_ EX					
	INDICADOR 1					INDICADOR 2					INDICADOR 3					INDICADOR 4					INDICADOR 5					INDICADOR 6								INDICADOR 7				
	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	B14	B15	B16	B17	B18	B19	B20	B21	B22	B23	B24	B25	B26	B27	B28	B29	B30								
101	5	4	5	5	6	2	3	6	5	5	5	3	5	7	3	3	5	5	5	7	5	5	5	3	3	6	5	4	6	6	41	##	142					
102	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	3	4	2	2	4	2	5	5	3	3	4	4	23	67	90						
103	6	5	5	5	5	3	3	6	5	5	5	3	5	6	3	2	5	5	5	7	5	5	6	3	3	6	5	4	6	6	43	##	143					
104	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	3	5	2	2	5	4	3	3	3	27	63	90					
105	4	5	6	5	6	3	3	7	6	5	3	3	5	5	5	3	5	5	5	7	5	6	5	3	5	5	4	4	5	5	45	98	143					

Anexo 6

Instrumento 2: Potencial Agro-exportador

080440

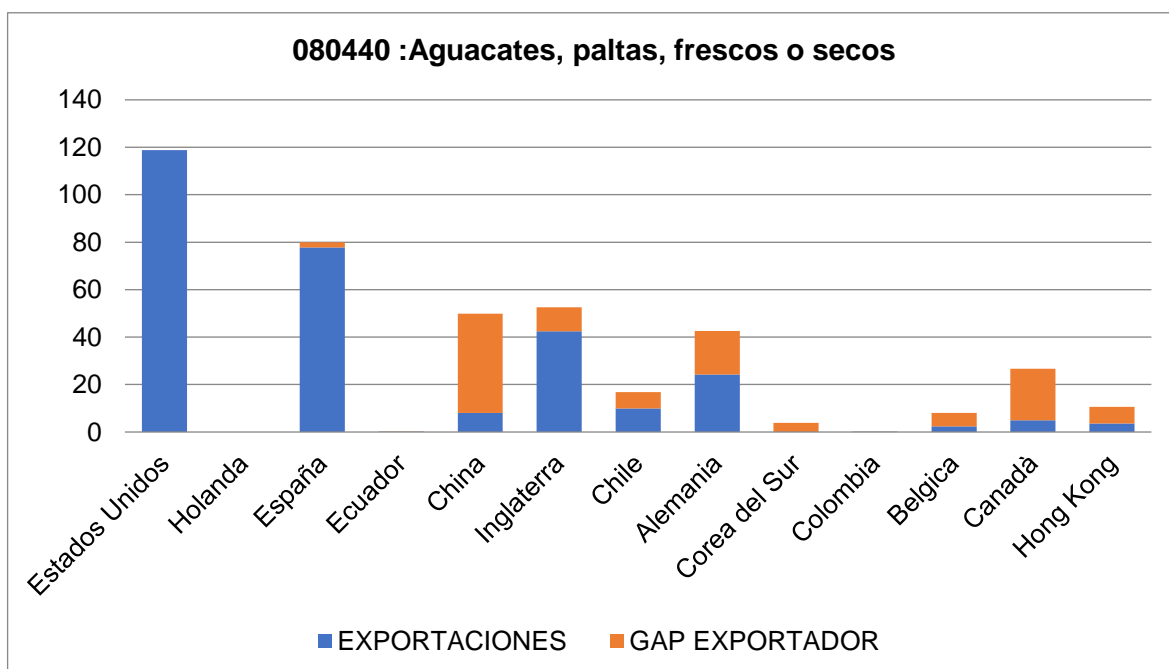
Aguacates, paltas, frescos o secos

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Estados Unidos	75	119	0
Holanda	0	0	0
España	80	78	2
Ecuador	0	0	0
China	50	8	42
Inglaterra	53	43	10
Chile	17	10	7
Alemania	43	24	18
Corea del Sur	4	0	4
Colombia	0	0	0
Bélgica	8	2	6
Canadá	27	5	22
Hong Kong	11	4	7
Francia	71	38	33
Italia	4	0	4
Japón	25	4	21
Bolivia	0	0	0
Rusia	8	2	6
Brasil	1	33	1
Haití	0	0	0
Panamá	1	0	1
Uruguay	0	0	0
República Dominicana	0	0	0
Australia	4	0	4
Nicaragua	0	0	0
Honduras	3	44	3
Argentina	7	0	7
Dinamarca	5	0	5
Costa Rica	6	5	1
Tailandia	2	0	2
Indonesia	0	0	0
Suecia	11	0	11
Malasia	1	667	1
Polonia	4	2	2
Nueva Zelanda	0	0	0
Viet Nam	0	0	0

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Guatemala	1	0	0
Venezuela	0	0	0
Finlandia	3	1	2
India	0	0	0
Israel	0	0	0
Emiratos Árabes U.	4	1	0
Suiza	9	7	3
Portugal	0	0	0
Irlanda	2	1	1
El Salvador	2	0	2
Grecia	0	0	0
México	0	0	0
Paraguay	0	0	0
Costa Rica	6	5	1
Bahamas	0	0	0
Belice	0	0	0
Jamaica	559	0	559
Dominica	0	0	0
Bermudas	43	24	18
Cuba	0	0	0
Liberia	0	0	0
Nigeria	360	0	360
Angola	179	0	179
Egipto	0	0	0
Namibia	899	0	899
Libia	0	0	0
Marruecos	2	2	0
Filipinas	0	0	0
Singapur	1	0	1
Nepal	0	0	0
Afganistán	0	0	0
Pakistán	0	0	0
Turquía	0	0	0
Arabia Saudita	1	0	1
Corea (Norte), Republica	0	0	0
Irak	0	0	0
Japón	25	4	21
Macao	0	0	0
Mongolia	368	0	368
Siria, Republica Árabe De	0	0	0
Noruega	27	8	19
Austria	2	0	2

Pais	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Bulgaria	0	400	0
Croacia	0	0	0
Estonia	1	0	1
Rumania	0	0	0
Croacia	0	0	0
Guyana	0	0	0
Granada	0	0	0
Aruba	0	117	0
Guyana	0	0	0
Madagascar	0	0	0
Samoa	0	0	0
Ucrania	0	0	0
Serbia	0	0	0
Albania	942	0	0
Republica Checa	1	1	1
Luxemburgo	0	0	0
Lituania	1	0	1
Letonia	0	0	0
Irlanda (Eire)	2	1	1
Hungría	0	0	0
Eslovenia	0	0	0
Eslovaquia	1	0	1

Nota: Elaboración Propia con datos de Export Potential Map



Nota: Elaboración Propia

Anexo 6

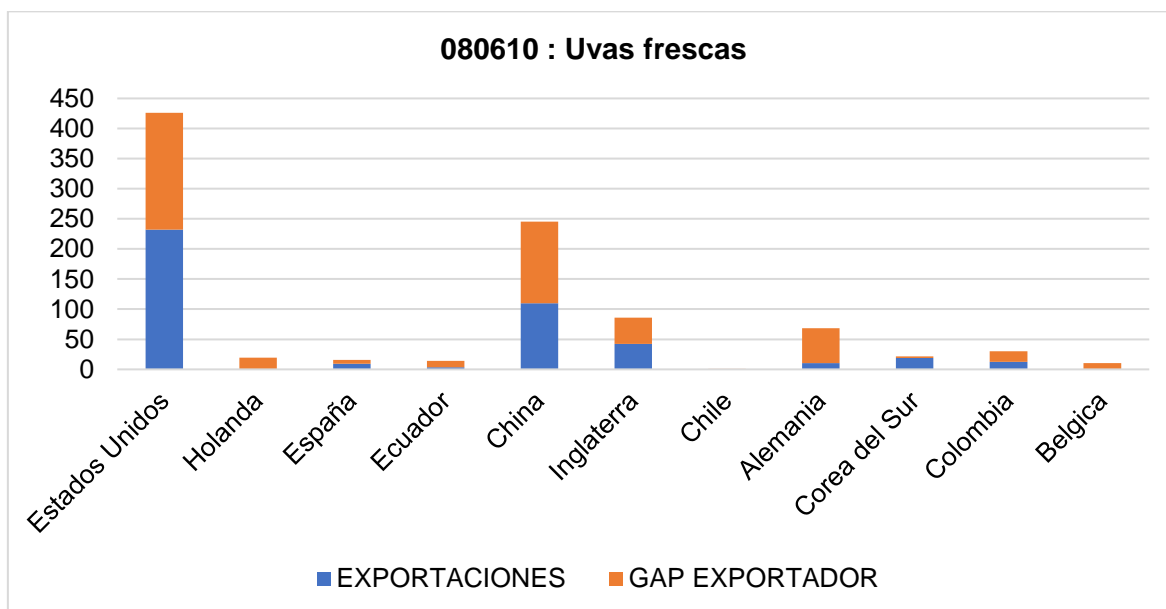
Instrumento 2: Potencial Agro-exportador

080610		Uvas frescas		
País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador	
Estados Unidos	426	232	194	
Holanda	0	0	20	
España	16	10	6	
Ecuador	14	3	11	
China	246	110	136	
Inglaterra	86	42	43	
Chile	1	0	1	
Alemania	68	10	58	
Corea del Sur	22	19	3	
Colombia	30	12	18	
Bélgica	10	0	10	
Canadá	64	28	37	
Hong Kong	85	74	11	
Francia	12	4	9	
Italia	6	1	5	
Japón	8	0	8	
Bolivia	1	0	1	
Rusia	28	21	7	
Brasil	29	6	23	
Haití	0	0	0	
Panamá	12	5	7	
Uruguay	0	0	0	
República Dominicana	10	0	10	
Australia	6	0	6	
Nicaragua	2	1	1	
Honduras	4	1	4	
Argentina	1	0	1	
Dinamarca	5	0	5	
Costa Rica	5	5	0	
Tailandia	75	24	51	
Indonesia	27	20	7	
Suecia	8	0	8	
Malasia	4	1	4	
Polonia	9	6	3	
Nueva Zelanda	5	1	4	
Viet Nam	28	3	25	
Guatemala	10	3	7	
Venezuela	2	2	0	

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Finlandia	5	1	4
India	2	2	0
Israel	0	0	0
Emiratos Árabes U.	4	2	2
Suiza	4	1	3
Portugal	2	3	0
Irlanda	4	1	2
El Salvador	6	2	3
Grecia	0	0	0
México	36	12	24
Paraguay	0	0	0
Costa Rica	5	5	0
Bahamas	1	0	1
Belice	0	0	0
Jamaica	0	0	0
Dominica	0	0	0
Bermudas	68	10	5
Cuba	0	0	0
Panamá	12	5	7
Liberia	0	0	0
Nigeria	0	0	0
Angola	0	0	0
Egipto	0	0	0
Namibia	380	0	380
Libia	0	0	0
Marruecos	0	0	0
Filipinas	4	0	4
Singapur	3	2	1
Nepal	0	0	0
Afganistán	447	0	447
Pakistán	0	0	0
Turquía	0	0	0
Arabia Saudita	1	4	0
Corea (Norte), Republica	0	0	0
Irak	219	0	219
Japón	8	0	8
Macao	0	0	0
Mongolia	0	0	0
Siria, Republica Árabe De	937	0	937
Noruega	14	3	11
Austria	4	0	4
Bulgaria	0	0	0

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Croacia	0	0	0
Estonia	1	0	1
Rumania	0	0	0
Croacia	0	0	0
Guyana	1	0	1
Granada	0	0	0
Aruba	0	0	0
Guyana	1	0	1
Madagascar	0	1	0
Samoa	0	0	0
Ucrania	0	0	0
Serbia	0	0	0
Albania	0	0	0
Republica Checa	3	1	1
Luxemburgo	0	0	0
Lituania	2	1	1
Letonia	0	0	0
Irlanda (Eire)	4	1	2
Hungría	0	0	0
Eslovenia	0	0	0
Eslovaquia	3	0	3

Nota: Elaboración Propia con datos de Export Potential Map



Nota: Elaboración Propia

Anexo 6

Instrumento 2: Potencial Agro-exportador

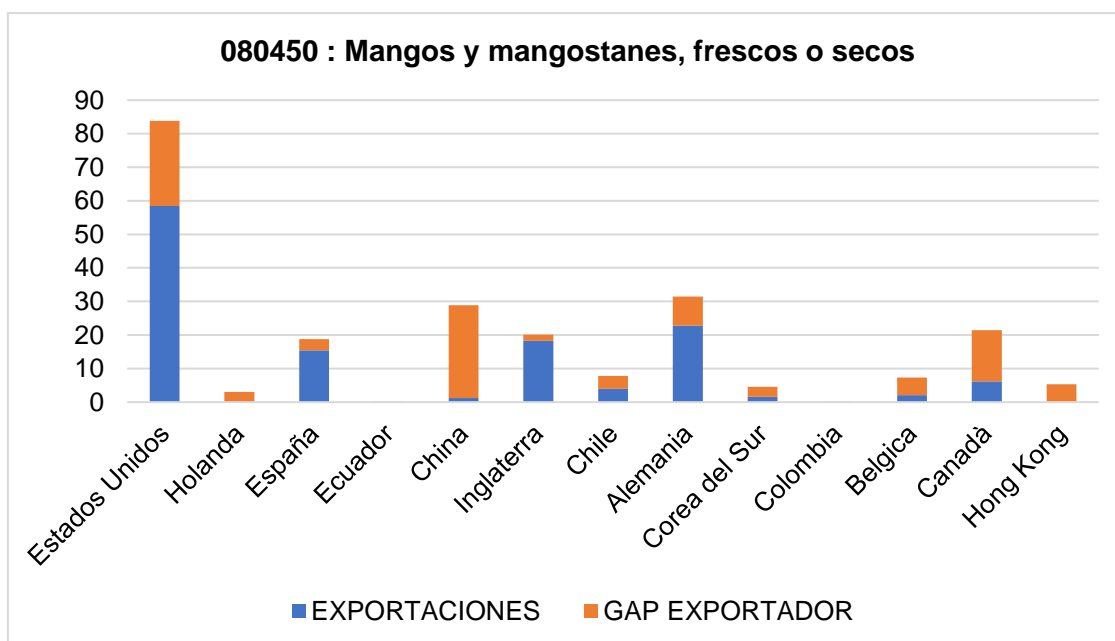
080450		Mangos y mangostanes, frescos o secos		
País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador	
Estados Unidos	84	59	25	
Holanda	0	0	3	
España	19	15	3	
Ecuador	0	0	0	
China	29	1	28	
Inglaterra	20	18	2	
Chile	8	4	4	
Alemania	32	23	9	
Corea del Sur	5	2	3	
Colombia	0	0	0	
Bélgica	7	2	5	
Canadá	21	6	15	
Hong Kong	5	0	5	
Francia	17	18	0	
Italia	3	1	2	
Japón	2	1	1	
Bolivia	0	0	0	
Rusia	4	1	3	
Brasil	0	0	0	
Haití	0	0	0	
Panamá	1	0	0	
Uruguay	0	0	0	
República Dominicana	0	0	0	
Australia	0	0	0	
Nicaragua	0	0	0	
Honduras	0	0	0	
Argentina	0	0	0	
Dinamarca	1	767	1	
Costa Rica	0	0	0	
Tailandia	1	667	1	
Indonesia	0	0	0	
Suecia	2	0	2	
Malasia	0	0	0	
Polonia	1	1	1	
Nueva Zelanda	1	1	0	
Viet Nam	2	0	2	

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
------	----------------------	---------------	----------------

Guatemala	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Finlandia	0	0	0
India	0	0	0
Israel	0	0	0
Emiratos Árabes U.	1	0	1
Suiza	5	7	0
Portugal	3	0	3
Irlanda	1	0	1
El Salvador	0	0	0
Grecia	0	0	0
México	2	1	0
Paraguay	214	0	214
Costa Rica	0	0	0
Bahamas	0	0	0
Belice	0	0	0
Jamaica	0	0	0
Dominica	0	0	0
Bermudas	32	23	9
Cuba	0	0	0
Liberia	0	0	0
Nigeria	0	0	0
Angola	0	0	0
Egipto	0	0	0
Namibia	878	0	878
Libia	0	0	0
Marruecos	0	0	0
Filipinas	0	0	0
Singapur	0	0	0
Nepal	0	0	0
Afganistán	41	0	41
Pakistán	397	0	397
Turquía	0	0	0
Arabia Saudita	1	333	1
Corea (Norte),Republica	0	0	0
Irak	10	0	10
Japón	2	1	1
Macao	0	0	0
Mongolia	210	0	210
Siria, Republica Árabe De	0	0	0
Noruega	4	3	1
Austria	2	0	1
País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador

Bulgaria	0	0	0
Croacia	0	0	0
Estonia	0	0	0
Rumania	0	0	0
Croacia	0	0	0
Guyana	0	0	0
Granada	0	0	0
Aruba	0	1	0
Guyana	0	0	0
Madagascar	0	0	0
Samoa	0	0	0
Ucrania	0	0	0
Serbia	0	0	0
Albania	391	0	0
Republica Checa	1	0	0
Luxemburgo	0	0	0
Lituania	0	167	0
Letonia	0	0	0
Irlanda (Eire)	1	0	1
Hungría	0	0	0
Eslovenia	0	0	0
Eslovaquia	0	0	0

Nota: Elaboración Propia con datos de Export Potential Map



Nota: Elaboración Propia

Instrumento 2: Potencial Agro-exportador

070920

Espárragos, frescos o refrigerados

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Estados Unidos	275	308	0
Holanda	0	0	0
España	48	34	14
Ecuador	0	0	0
China	0	0	0
Inglaterra	64	52	12
Chile	3	1	1
Alemania	34	10	24
Corea del Sur	3	1	2
Colombia	2	1	1
Bélgica	9	6	3
Canadá	47	16	30
Hong Kong	4	1	3
Francia	11	5	6
Italia	7	2	5
Japón	29	5	24
Bolivia	889	333	556
Rusia	1	0	1
Brasil	7	4	3
Haití	0	0	0
Panamá	1	1	0
Uruguay	0	0	0
República Dominicana	0	0	0
Australia	13	5	8
Nicaragua	0	0	0
Honduras	0	0	0
Argentina	0	0	0
Dinamarca	4	0	3
Costa Rica	0	0	0
Tailandia	0	0	0
Indonesia	0	400	0
Suecia	6	0	6
Malasia	0	0	0
Polonia	1	0	0
Nueva Zelanda	0	0	0
Viet Nam	0	133	0
Guatemala	0	0	0

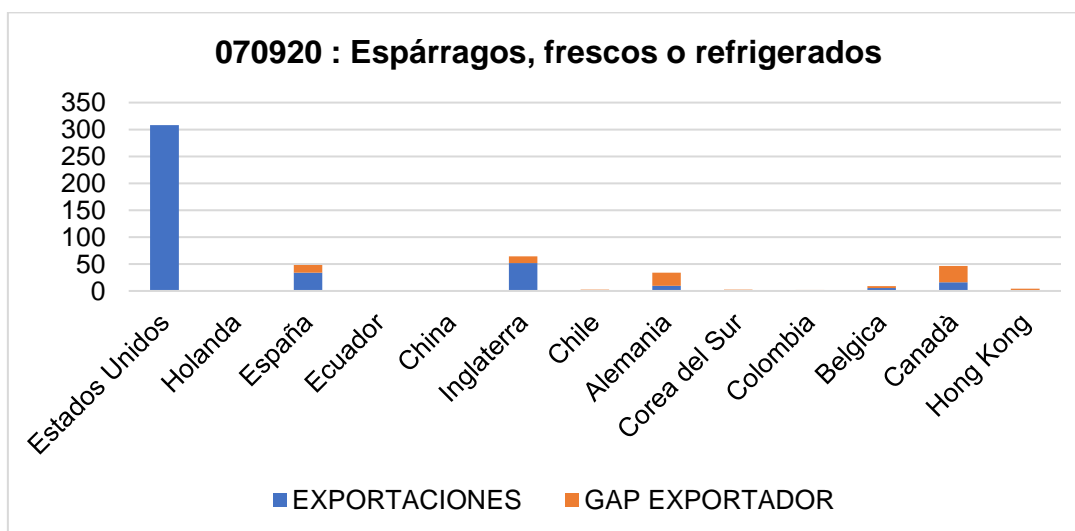
País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
------	----------------------	---------------	----------------

Venezuela	141	0	141
Finlandia	2	0	1
India	0	0	0
Israel	0	0	0
Emiratos Árabes U.	3	1	1
Suiza	19	4	15
Portugal	0	0	0
Irlanda	4	2	2
El Salvador	0	0	0
Grecia	0	0	0
México	4	2	2
Paraguay	0	0	0
Costa Rica	0	0	0
Bahamas	0	0	0
Belice	0	0	0
Jamaica	0	0	0
Dominica	0	0	0
Bermudas	34	10	24
Cuba	0	0	0
Panamá	1	1	0
Liberia	596	0	596
Nigeria	0	0	0
Angola	0	0	0
Egipto	0	0	0
Namibia	0	0	0
Libia	0	0	0
Marruecos	0	0	0
Filipinas	0	0	0
Singapur	2	1	1
Nepal	0	0	0
Afganistán	0	0	0
Pakistán	0	0	0
Turquía	0	0	0
Arabia Saudita	0	0	0
Corea (Norte), Republica	0	0	0
Irak	0	0	0
Japón	29	5	24
Macao	279	0	279
Mongolia	0	0	0
Siria, Republica Árabe De	0	0	0
Noruega	12	4	8
Austria	2	933	2

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
------	----------------------	---------------	----------------

Bulgaria	0	0	0
Croacia	0	0	0
Estonia	0	0	0
Rumania	0	0	0
Croacia	0	0	0
Guyana	0	0	0
Granada	0	0	0
Aruba	0	0	0
Guyana	0	0	0
Madagascar	0	0	0
Samoa	0	0	0
Ucrania	0	0	0
Serbia	721	0	721
Albania	0	0	0
Republica Checa	0	0	0
Luxemburgo	0	0	0
Lituania	0	0	0
Letonia	0	0	0
Irlanda (Eire)	4	2	2
Hungria	0	0	0
Eslovenia	0	0	0
Eslovaquia	0	0	0

Nota: Elaboración Propia con datos de Export Potential Map



Nota: Elaboración Propia

Instrumento 2: Potencial Agro-exportador

070310

Cebollas y chalotes, frescos o refrigerados

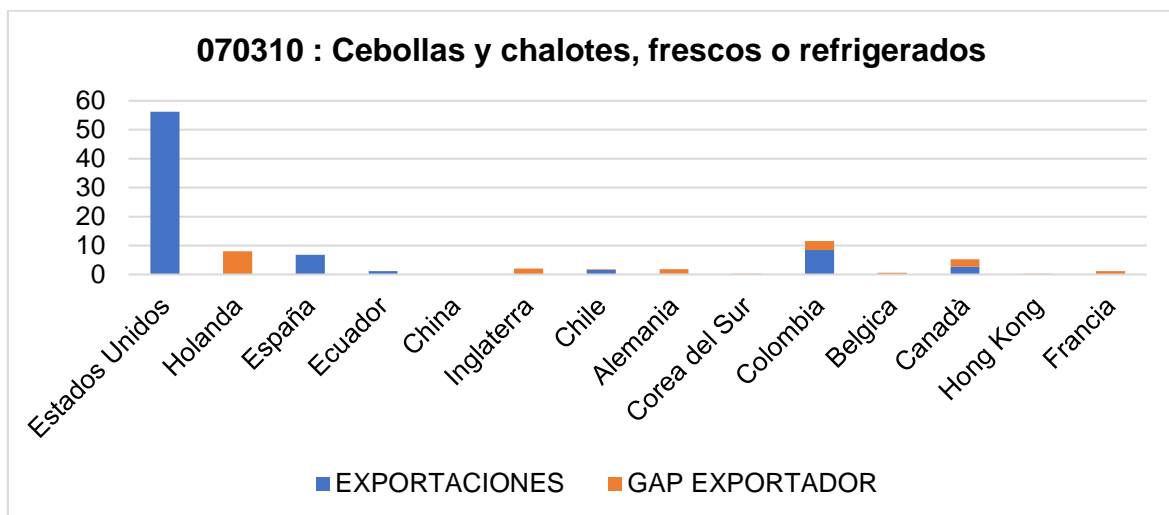
País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Estados Unidos	14	56	0
Holanda	0	0	8
España	1	7	0
Ecuador	1	1	0
China	0	0	0
Inglaterra	2	0	2
Chile	2	2	0
Alemania	2	0	2
Corea del Sur	0	0	0
Colombia	12	9	3
Bélgica	1	0	1
Canadá	5	3	3
Hong Kong	0	0	0
Francia	1	0	1
Italia	0	0	0
Japón	2	1	1
Bolivia	0	0	0
Rusia	2	0	1
Brasil	19	0	19
Haití	1	0	1
Panamá	2	1	2
Uruguay	0	0	0
República Dominicana	1	0	1
Australia	0	0	0
Nicaragua	1	0	1
Honduras	1	0	1
Argentina	15	0	15
Dinamarca	0	0	0
Costa Rica	0	0	0
Tailandia	0	0	0
Indonesia	1	0	1
Suecia	0	0	0
Malasia	1	0	1
Polonia	0	0	0
Nueva Zelanda	0	0	0
Viet Nam	2	0	2
Guatemala	1	0	1

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
------	----------------------	---------------	----------------

Venezuela	0	0	0
Finlandia	0	0	0
India	0	0	0
Israel	0	0	0
Emiratos Árabes U.	0	333	0
Suiza	0	700	0
Portugal	0	0	0
Irlanda	0	0	0
El Salvador	1	0	1
Grecia	0	0	0
México	4	0	4
Paraguay	0	0	0
Costa Rica	0	0	0
Bahamas	0	0	0
Belice	0	0	0
Jamaica	0	0	0
Dominica	0	0	0
Bermudas	2	0	2
Cuba	0	0	0
Panamá	2	1	2
Liberia	0	0	0
Nigeria	0	0	0
Angola	0	0	0
Egipto	376	0	376
Namibia	572	0	572
Libia	0	0	0
Marruecos	0	0	0
Filipinas	0	0	0
Singapur	0	0	0
Nepal	0	0	0
Afganistán	65	0	65
Pakistán	0	0	0
Turquía	449	0	449
Arabia Saudita	0	0	0
Corea (Norte), Republica	0	0	0
Irak	210	0	210
Japón	2	0	2
Macao	140	0	140
Mongolia	812	0	812
Siria, Republica Árabe De	0	0	0
Noruega	0	567	0
Austria	0	0	0

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Bulgaria	0	0	0
Croacia	0	0	0
Estonia	0	733	0
Rumania	0	0	0
Croacia	0	0	0
Guyana	0	0	0
Granada	0	0	0
Aruba	0	0	0
Guyana	0	0	0
Madagascar	0	0	0
Samoa	0	0	0
Ucrania	0	0	0
Serbia	0	0	0
Albania	0	0	0
Republica Checa	0	0	0
Luxemburgo	989	0	989
Lituania	0	0	0
Letonia	0	0	0
Irlanda (Eire)	0	0	0
Hungría	0	0	0
Eslovenia	0	833	0
Eslovaquia	0	0	0

Nota: Elaboración Propia con datos de Export Potential Map



Nota: Elaboración Propia

Anexo 6

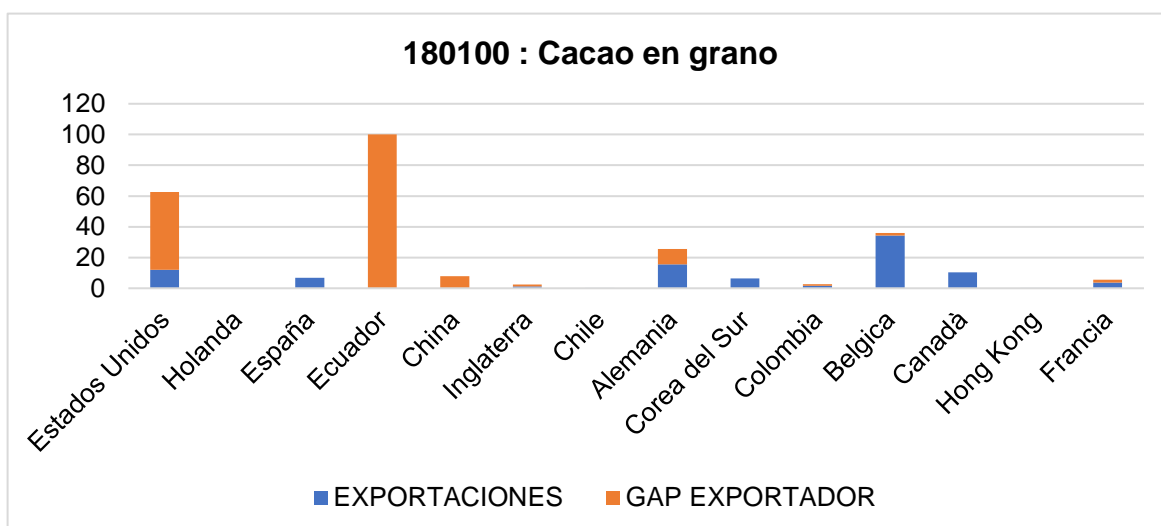
Instrumento 2 : Potencial Agro-exportador

180100		Cacao en grano		
País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador	
Estados Unidos	63	12	51	
Holanda	0	0	0	
España	6	7	0	
Ecuador	0	0	100	
China	8	0	8	
Inglaterra	3	1	1	
Chile	0	0	0	
Alemania	26	16	10	
Corea del Sur	1	7	0	
Colombia	3	2	1	
Bélgica	36	34	2	
Canadá	9	10	0	
Hong Kong	0	0	0	
Francia	6	4	2	
Italia	6	16	0	
Japón	2	1	1	
Bolivia	0	0	0	
Rusia	3	2	1	
Brasil	12	0	12	
Haití	0	0	0	
Panamá	0	0	0	
Uruguay	0	0	0	
República Dominicana	0	0	0	
Australia	0	1	0	
Nicaragua	0	0	0	
Honduras	0	0	0	
Argentina	0	0	0	
Dinamarca	0	0	0	
Costa Rica	0	0	0	
Tailandia	1	0	1	
Indonesia	7	3	4	
Suecia	0	0	0	
Malasia	4	5	0	
Polonia	0	0	0	
Nueva Zelanda	0	0	0	
Viet Nam	0	0	0	
Guatemala	0	0	0	

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Venezuela	0	0	0
Finlandia	0	0	0
India	1	2	0
Israel	0	0	0
Emiratos Árabes U.	998	0	0
Suiza	1	2	0
Portugal	0	0	0
Irlanda	0	0	0
El Salvador	0	0	0
Grecia	0	0	0
México	11	2	9
Paraguay	0	0	0
Costa Rica	0	0	0
Bahamas	0	0	0
Belice	0	0	0
Jamaica	0	0	0
Dominica	0	0	0
Bermudas	26	16	10
Cuba	0	0	0
Panamá	0	0	0
Liberia	0	0	0
Nigeria	0	0	0
Angola	0	0	0
Egipto	0	0	0
Namibia	0	0	0
Libia	0	0	0
Marruecos	115	0	115
Filipinas	0	0	0
Singapur	2	1	1
Nepal	0	0	0
Afganistán	0	0	0
Pakistán	0	0	0
Turquía	3	0	3
Arabia Saudita	172	567	0
Corea (Norte),Republica	0	0	0
Irak	0	0	0
Japón	5	1	4
Macao	0	0	0
Mongolia	0	0	0
Siria, Republica Árabe De	0	0	0
Noruega	0	0	0

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Austria	5	0	5
Bulgaria	0	0	0
Croacia	0	900	0
Estonia	4	5	0
Rumania	0	0	0
Croacia	0	900	0
Guyana	0	0	0
Granada	0	0	0
Aruba	0	0	0
Guyana	0	0	0
Madagascar	0	0	0
Samoa	0	0	0
Ucrania	0	0	0
Serbia	0	0	0
Albania	0	0	0
Republica Checa	0	0	0
Luxemburgo	0	0	0
Lituania	403	433	0
Letonia	0	0	0
Irlanda (Eire)	0	0	0
Hungría	0	0	0
Eslovenia	1	0	0
Eslovaquia	0	0	1

Nota: Elaboración Propia con datos de Export Potential Map



Nota: Elaboración Propia

Anexo 6

Instrumento 2: Potencial Agro-exportador

081190

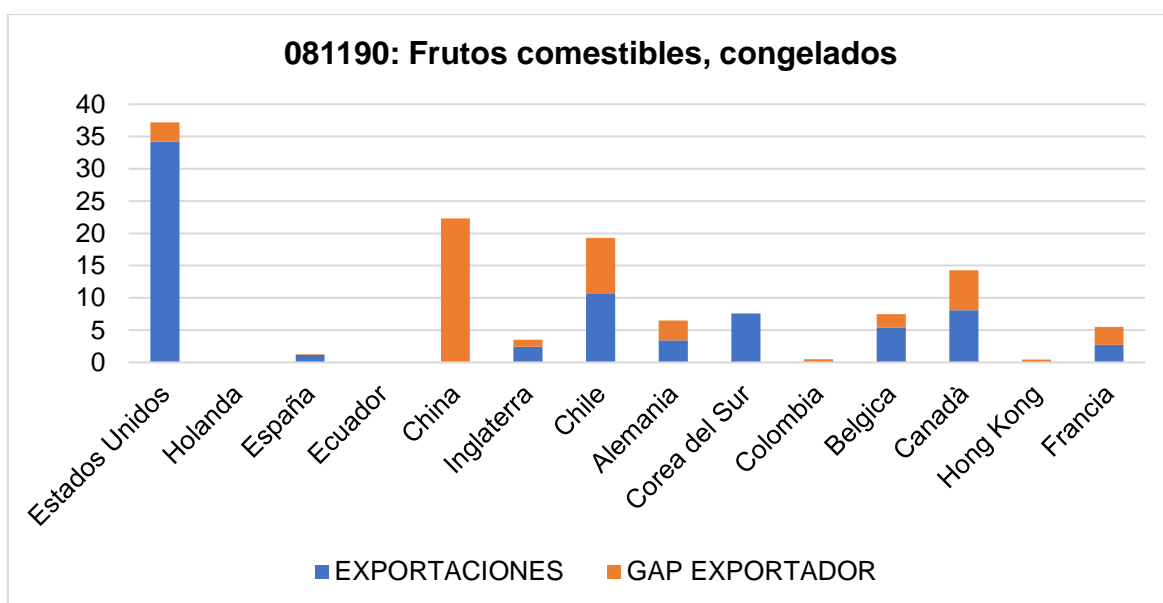
Frutos comestibles, congelados

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Estados Unidos	37	34	3
Holanda	0	0	0
España	1	1	0
Ecuador	0	0	0
China	22	0	22
Inglaterra	4	2	1
Chile	19	11	9
Alemania	7	3	3
Corea del Sur	6	8	0
Colombia	0	0	0
Bélgica	8	5	2
Canadá	14	8	6
Hong Kong	0	0	0
Francia	6	3	3
Italia	2	0	2
Japón	6	13	0
Bolivia	0	0	0
Rusia	1	0	1
Brasil	2	0	2
Haití	0	0	0
Panamá	0	0	0
Uruguay	0	0	0
República Dominicana	0	0	0
Australia	5	3	2
Nicaragua	0	0	0
Honduras	0	0	0
Argentina	0	0	0
Dinamarca	0	0	0
Costa Rica	0	0	0
Tailandia	1	0	1
Indonesia	0	667	0
Suecia	1	2	0
Malasia	0	0	0
Polonia	1	2	0
Nueva Zelanda	2	0	1
Viet Nam	0	0	0

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Guatemala	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Finlandia	0	0	0
India	0	0	0
Israel	0	1	0
Emiratos Árabes U.	0	0	0
Suiza	1	0	1
Portugal	0	0	0
Irlanda	0	0	0
El Salvador	0	0	0
Grecia	0	0	0
México	3	1	2
Paraguay	0	0	0
Costa Rica	0	0	0
Bahamas	0	0	0
Belice	530	0	530
Jamaica	0	0	0
Dominica	0	0	0
Bermudas	7	3	3
Cuba	0	0	0
Panamá	0	0	0
Liberia	0	0	0
Nigeria	0	0	0
Angola	558	0	558
Egipto	0	433	0
Namibia	614	0	614
Libia	0	0	0
Marruecos	0	0	0
Filipinas	0	0	0
Singapur	0	0	0
Nepal	29	0	29
Afganistán	42	0	42
Pakistán	635	0	635
Turquía	0	0	0
Arabia Saudita	0	0	0
Corea (Norte), Republica	0	0	0
Irak	0	0	0
Japón	6	13	0
Macao	119	0	119
Mongolia	426	0	426
Siria, Republica Árabe De	0	0	0
Noruega	0	0	0

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Austria	1	0	1
Bulgaria	0	0	0
Croacia	0	0	0
Estonia	0	0	0
Rumania	0	0	0
Croacia	0	0	0
Guyana	0	0	0
Granada	0	0	0
Aruba	0	0	0
Guyana	0	0	0
Madagascar	0	0	0
Samoa	1	0	1
Ucrania	0	0	0
Serbia	0	0	0
Albania	0	0	0
Republica Checa	0	0	0
Luxemburgo	0	0	0
Lituania	0	0	0
Letonia	0	0	0
Irlanda (Eire)	0	0	0
Hungría	0	0	0
Eslovenia	0	0	0
Eslovaquia	0	0	0

Nota: Elaboración Propia con datos de Export Potential Map



Nota: Elaboración Propia

Anexo 6

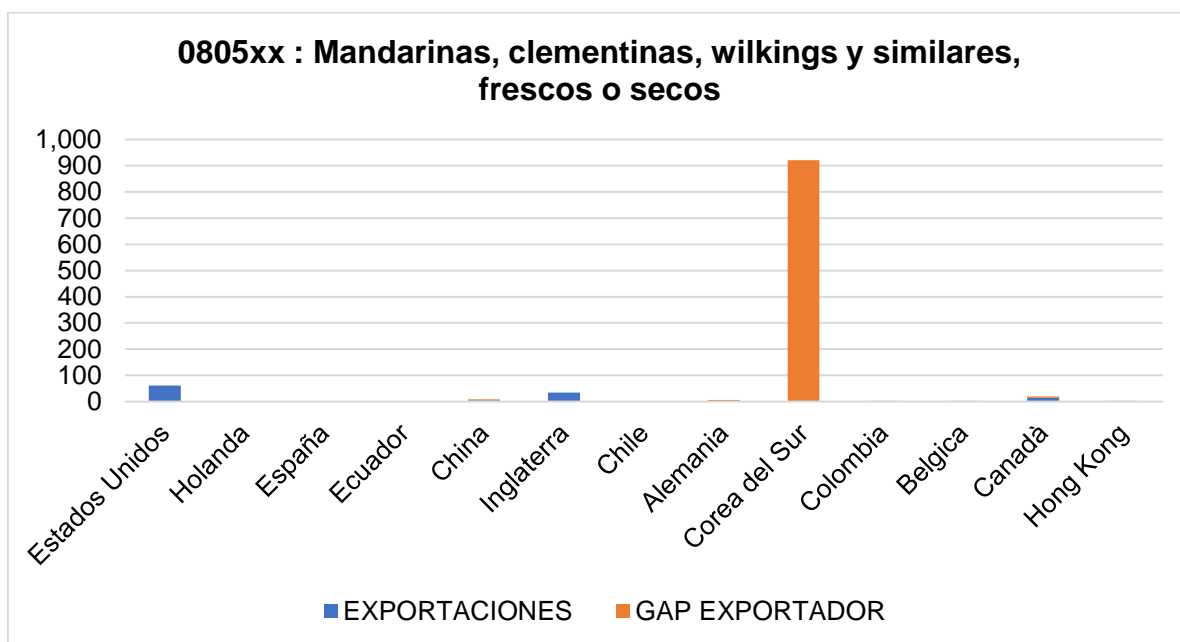
Instrumento 2: Potencial Agro-exportador

0805xx	Mandarinas, clementinas, Wilkins y similares, frescos o secos		
País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Estados Unidos	37	61	0
Holanda	0	0	0
España	0	0	0
Ecuador	1	0	0
China	8	5	4
Inglaterra	8	35	0
Chile	0	0	0
Alemania	6	2	5
Corea del Sur	921	0	921
Colombia	3	1	2
Bélgica	2	0	2
Canadá	19	15	5
Hong Kong	3	0	3
Francia	3	1	2
Italia	1	0	1
Japón	1	0	1
Bolivia	0	0	0
Rusia	15	5	10
Brasil	3	0	3
Haití	0	0	0
Panamá	1	1	0
Uruguay	0	0	0
República Dominicana	0	0	0
Australia	0	0	0
Nicaragua	0	0	0
Honduras	0	0	0
Argentina	0	0	0
Dinamarca	1	0	1
Costa Rica	1	1	0
Tailandia	10	0	10
Indonesia	2	0	2
Suecia	2	0	2
Malasia	1	0	1
Polonia	1	0	0
Nueva Zelanda	0	500	0
Viet Nam	2	0	2
Guatemala	0	0	0
Venezuela	0	0	0
Finlandia	1	1	0

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
India	0	0	0
Israel	0	0	0
Emiratos Árabes U.	1	0	1
Suiza	1	0	1
Portugal	0	0	0
Irlanda	1	5	0
El Salvador	0	0	0
Grecia	0	0	0
México	1	1	0
Paraguay	0	0	0
Costa Rica	1	1	0
Bahamas	0	0	0
Belice	0	0	0
Jamaica	0	0	0
Dominica	0	0	0
Bermudas	6	2	5
Cuba	193	0	193
Panamá	1	1	0
Liberia	0	0	0
Nigeria	1	0	1
Angola	0	0	0
Egipto	0	0	0
Namibia	43	0	43
Libia	0	0	0
Marruecos	0	0	0
Filipinas	1	0	1
Singapur	0	0	0
Nepal	0	0	0
Afganistán	772	0	772
Pakistán	0	0	0
Turquía	0	200	0
Arabia Saudita	0	0	0
Corea (Norte),Republica	0	0	0
Irak	868	0	868
Japón	1	0	1
Macao	77	0	77
Mongolia	0	0	0
Siria, Republica Árabe De	789	0	789
Noruega	2	1	1
Austria	1	0	1
Bulgaria	0	0	0
Croacia	0	0	0
Estonia	0	0	0
Rumania	0	0	0

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Croacia	0	0	0
Guyana	0	0	0
Granada	0	0	0
Aruba	0	167	0
Guyana	0	0	0
Madagascar	0	0	0
Samoa	0	0	0
Ucrania	0	0	0
Serbia	0	0	0
Albania	677	0	677
Republica Checa	0	0	0
Luxemburgo	0	0	0
Lituania	0	0	0
Letonia	0	0	0
Irlanda (Eire)	1	5	0
Hungría	0	0	0
Eslovenia	0	0	0
Eslovaquia	0	0	0

Nota: Elaboración Propia con datos de Export Potential Map



Nota: Elaboración Propia

Anexo 6

Instrumento 2 : Potencial Agro-exportador

071080

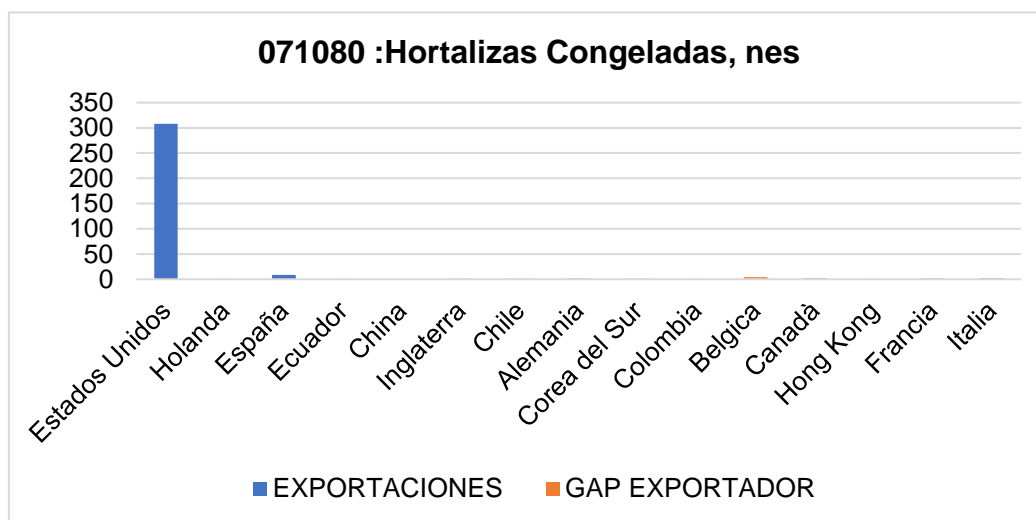
Hortalizas Congeladas, mes

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Estados Unidos	275	308	0
Holanda	0	0	0
España	2	9	0
Ecuador	0	0	0
China	0	0	0
Inglaterra	1	1	1
Chile	1	0	0
Alemania	1	1	0
Corea del Sur	1	0	1
Colombia	0	0	0
Bélgica	4	1	3
Canadá	2	1	1
Hong Kong	0	0	0
Francia	1	1	0
Italia	2	2	0
Japón	3	12	0
Bolivia	0	0	0
Rusia	0	0	0
Brasil	1	1	1
Haití	0	0	0
Panamá	0	0	0
Uruguay	0	0	0
República Dominicana	0	0	0
Australia	0	0	0
Nicaragua	0	0	0
Honduras	0	0	0
Argentina	0	0	0
Dinamarca	0	0	0
Costa Rica	0	333	0
Tailandia	0	0	0
Indonesia	0	0	0
Suecia	1	0	0
Malasia	0	0	0
Polonia	0	0	0
Nueva Zelanda	0	0	0
Viet Nam	0	0	0
Guatemala	0	0	0

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Venezuela	0	0	0
Finlandia	0	0	0
India	604	0	604
Israel	0	0	0
Emiratos Árabes U.	0	0	0
Suiza	0	0	0
Portugal	0	0	0
Irlanda	0	0	0
El Salvador	0	0	0
Grecia	0	0	0
México	1	0	1
Paraguay	0	0	0
Costa Rica	0	333	0
Bahamas	0	0	0
Belice	73	0	73
Jamaica	0	0	0
Dominica	0	0	0
Bermudas	1	1	0
Cuba	0	0	0
Panamá	0	0	0
Liberia	0	0	0
Nigeria	0	0	0
Angola	0	0	0
Egipto	708	0	708
Namibia	0	0	0
Libia	0	0	0
Marruecos	0	0	0
Filipinas	0	0	0
Singapur	0	0	0
Nepal	41	0	41
Afganistán	466	0	466
Pakistán	143	0	143
Turquía	0	0	0
Arabia Saudita	0	0	0
Corea (Norte), Republica	0	0	0
Irak	45	0	45
Japón	3	12	0
Macao	0	0	0
Mongolia	35	0	35
Siria, Republica Árabe De	0	0	0
Noruega	0	100	0
Austria	0	0	0

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Bulgaria	0	0	0
Croacia	0	0	0
Estonia	0	0	0
Rumania	0	0	0
Croacia	0	0	0
Guyana	0	0	0
Granada	0	0	0
Aruba	0	0	0
Guyana	0	0	0
Madagascar	0	0	0
Samoa	0	0	0
Ucrania	0	0	0
Serbia	1	0	1
Albania	29	267	0
Republica Checa	0	0	0
Luxemburgo	247	0	0
Lituania	0	0	0
Letonia	0	0	0
Irlanda (Eire)	0	0	0
Hungría	0	0	0
Eslovenia	0	0	0
Eslovaquia	0	0	0

Nota: Elaboración Propia con datos de Export Potential Map



Nota: Elaboración Propia

Anexo 6

Instrumento 2 : Potencial Agro-exportador

320300

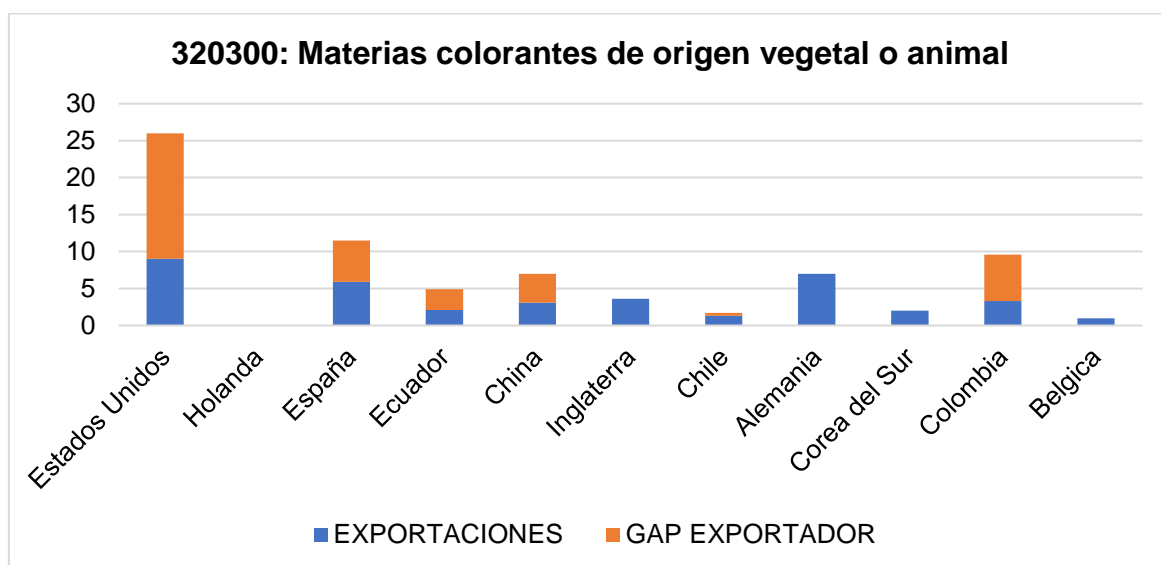
Materias colorantes de origen vegetal o animal

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Estados Unidos	26	9	17
Holanda	0	0	0
España	12	6	6
Ecuador	5	2	3
China	7	3	4
Inglaterra	2	4	0
Chile	2	1	0
Alemania	5	7	0
Corea del Sur	1	2	0
Colombia	10	3	6
Bélgica	1	1	0
Canadá	3	0	3
Hong Kong	0	0	0
Francia	3	2	1
Italia	2	2	0
Japón	4	3	1
Bolivia	1	0	0
Rusia	1	2	0
Brasil	6	5	1
Haití	0	0	0
Panamá	1	0	1
Uruguay	0	0	0
República Dominicana	1	0	1
Australia	1	1	1
Nicaragua	0	0	0
Honduras	0	0	0
Argentina	3	2	1
Dinamarca	5	13	0
Costa Rica	0	0	0
Tailandia	2	0	2
Indonesia	0	0	0
Suecia	0	0	0
Malasia	0	0	0
Polonia	0	1	0
Nueva Zelanda	0	0	0
Viet Nam	1	0	1

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Guatemala	3	1	1
Venezuela	1	0	0
Finlandia	0	0	0
India	1	0	0
Israel	0	0	0
Emiratos Árabes U.	0	0	0
Suiza	3	0	3
Portugal	0	0	0
Irlanda	0	0	0
El Salvador	1	1	1
Grecia	0	0	0
México	4	4	1
Paraguay	0	0	0
Costa Rica	0	0	0
Bahamas	0	0	0
Belice	0	0	0
Jamaica	0	0	0
Dominica	0	0	0
Bermudas	5	7	0
Cuba	0	0	0
Panamá	1	0	1
Liberia	844	0	844
Nigeria	0	0	0
Angola	0	0	0
Egipto	0	2	0
Namibia	49	0	49
Libia	0	0	0
Marruecos	0	0	0
Filipinas	0	0	0
Singapur	0	967	0
Nepal	127	0	127
Afganistán	11	0	11
Pakistán	0	0	0
Turquía	0	1	0
Arabia Saudita	0	0	0
Corea (Norte), Republica	0	0	0
Irak	0	0	0
Japón	3	12	0
Macao	0	0	0
Mongolia	26	0	26
Siria, República Árabe De	0	0	0

País	Potencial Exportador	Exportaciones	Gap Exportador
Noruega	0	0	0
Austria	0	0	0
Bulgaria	0	0	0
Croacia	0	0	0
Estonia	0	0	0
Rumania	0	1	0
Croacia	0	0	0
Guyana	0	0	0
Granada	0	0	0
Aruba	0	0	0
Guyana	0	0	0
Madagascar	0	0	0
Samoa	0	0	0
Ucrania	0	0	0
Serbia	0	0	0
Albania	129	0	129
Republica Checa	0	0	0
Luxemburgo	45	0	45
Lituania	0	0	0
Letonia	0	0	0
Irlanda (Eire)	0	0	0
Hungría	0	1	0
Eslovenia	0	0	0
Eslovaquia	0	0	0

Nota: Elaboración Propia con datos de Export Potential Map



Nota: Elaboración Propia

Anexo 7 Validación de instrumento: Potencial exportador.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el potencial exportador del país.

MATRIZ DE DATOS

Nº Item	Dimensión	Indicador	Etiqueta	Tipo (Numérico)	Nombre	Fuente	Medida	Pertinencia	Relevancia	Claridad	SUGERENCIAS
1	OFERTA	FBI	growthgdp	Ancho, 4; Decimales, 0	Proyección de crecimiento del PBI	World Bank	Escala	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Importación Y Exportación	export&import	Ancho, 4; Decimales, 0	Cantidad de Importaciones Y Exportaciones AGRO	ITC Trade Map	Escala	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
		AD- VALOREM	taxes	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de Ad-Valorem	ITC Market Access Map	Escala	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
2	DEMANDA	Precio	firmsize	Ancho, 4; Decimales, 0	Elasticidad de los Precios	GTAP	Escala	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Población	population	Ancho, 4; Decimales, 0	Crecimiento de la Población	Labour statistics	Escala	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Distancia	distance	Ancho, 4; Decimales, 0	Distancia entre países/ km	CEPI GeoDist	Escala	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
3	FACILIDAD DEL COMERCIO	Cultura	culture	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de similitud	SIICEX	Escala	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Protección del mercado	marketprotection	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de protección del Mercado	SIICEX	Escala	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Vinculos comerciales	commerce	Ancho, 4; Decimales, 0	Cantidad de Acuerdos Comerciales	SIICEX	Escala	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Carolina Torres DNI: 08652199

Especialidad del validador: DR. MINISTRACION

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

19 de julio del 2018

Firma del Experto Informante.

Especialidad

Anexo 7 Validación de instrumento: Potencial exportador.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el potencial exportador del país.

MATRIZ DE DATOS

Ítem	Dimensión	Indicador	Etiqueta	Tipo (Numérico)	Nombre	Fuente	Medida	Pertinencia			Relevancia			Claridad			SUGERENCIAS					
								M	A	S	M	A	S	M	A	S	M	A	S			
1	OFERTA	PBI	growthgdp	Ancho, 4; Decimales, 0	Proyección de crecimiento del PBI	World Bank	Escala															
		Importación Y Exportación	export&import	Ancho, 4; Decimales, 0	Cantidad de Importaciones Y Exportaciones AGRO	ITC Trade Map	Escala															
		AD- VALOREM	taxes	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de Ad-Valorem	ITC Market Access Map	Escala															
2	DEMANDA	Precio	firmsize	Ancho, 4; Decimales, 0	Elasticidad de los Precios	GTAP	Escala															
		Población	population	Ancho, 4; Decimales, 0	Crecimiento de la Población	Labour statistics	Escala															
		Distancia	distance	Ancho, 4; Decimales, 0	Distancia entre países/ km	CEPII GeoDist	Escala															
3	FACILIDAD DEL COMERCIO	Cultura	culture	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de similitud	SICEX	Escala															
		Protección del mercado	marketprotection	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de protección del Mercado	SICEX	Escala															
		Vínculos comerciales	commerce	Ancho, 4; Decimales, 0	Cantidad de Acuerdos Comerciales	SICEX	Escala															

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: Vilka Hanna Meliss DNI: 54344337

Especialidad del validador: Administración

19 de julio del 2018

Firma del Experto Informante: [Firma]

Especialidad

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Anexo 7

Validación de instrumento: Potencial exportador.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el potencial exportador del país.

MATRIZ DE DATOS

Nº Item	Dimensión	Indicador	Etiqueta	Tipo (Numérico)	Nombre	Fuente	Medida	Pertinencia			Relevancia			Claridad			SUGERENCIAS					
								MD	D	A	MD	D	A	MD	D	A	MD	D	A	MD	D	A
1	OFERTA	PBI	growthgdp	Ancho, 4; Decimales, 0	Proyección de crecimiento del PBI	World Bank	Escala															
		Importación Y Exportación	export&import	Ancho, 4; Decimales, 0	Cantidad de Importaciones Y Exportaciones AGRO	ITC Trade Map	Escala															
		AD- VALOREM	taxes	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de Ad- Valorem	ITC Market Access Map	Escala															
2	DEMANDA	Precio	firmsize	Ancho, 4; Decimales, 0	Elasticidad de los Precios	GTAP	Escala															
		Población	population	Ancho, 4; Decimales, 0	Crecimiento de la Población	Labour statistics	Escala															
		Distancia	distance	Ancho, 4; Decimales, 0	Distancia entre países/ km	CEPI GeoDist	Escala															
3	FACILIDAD DEL COMERCIO	Cultura	culture	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de similitud	SIICEX	Escala															
		Protección del mercado	marketprotection	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de protección del Mercado	SIICEX	Escala															
		Vínculos comerciales	commerce	Ancho, 4; Decimales, 0	Cantidad de Acuerdos Comerciales	SIICEX	Escala															

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: BARCO SOLARI, ETEBON A. DNI: 02867613.

Especialidad del validador: NEGOCIOS INTERNACIONALES

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

19 de julio del 2018

 Firma del Experto Informante.
 Especialidad

Anexo 7
Validación de instrumento: Potencial exportador.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el potencial exportador del país.

MATRIZ DE DATOS

Nº Item	Dimensión	Indicador	Ejiqueta	Tipo (Numérico)	Nombre	Fuente	Medida	Pertinencia			Relevancia			Claridad			SUGERENCIAS		
								M	P	A	M	P	A	M	P	A			
1	OFERTA	PBI	growthgdp	Ancho, 4; Decimales, 0	Proyección de crecimiento del PBI	World Bank	Escala												
		Importación Y Exportación	export&import	Ancho, 4; Decimales, 0	Cantidad de Importaciones Y Exportaciones AGRO	ITC Trade Map	Escala												
		AD- VALOREM	taxes	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de Ad- Valorem	ITC Market Access Map	Escala												
2	DEMANDA	Precio	firmsize	Ancho, 4; Decimales, 0	Elasticidad de los Precios	GTAP	Escala												
		Población	population	Ancho, 4; Decimales, 0	Crecimiento de la Población	Labour statistes	Escala												
		Distancia	distance	Ancho, 4; Decimales, 0	Distancia entre países/ km	CEPI GeoDist	Escala												
3	FACILIDAD DEL COMERCIO	Cultura	culture	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de similitud	SIICEX	Escala												
		Protección del mercado	marketprotection	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de protección del Mercado	SIICEX	Escala												
		Vinculos comerciales	commerce	Ancho, 4; Decimales, 0	Cantidad de Acuerdos Comerciales	SIICEX	Escala												

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable No aplicable
 Apellidos y nombres del juez validador: Fabiola Navarro Saldaña DNI: 21010733
 Especialidad del validador: Administración de Empresas

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
 Nota: Suficiencia, se otorga suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


 Firma del Experto Informante.
 Especialidad

Anexo 7

Validación de instrumento: Barreras al comercio exterior.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide las Barreras al Comercio Exterior y su Efecto en el Potencial Agroexportador Peruano – 2018

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias			
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD		D	A	MA
1	Los trámites para acogerse al Drawback.			✓									✓	
2	El proceso para tener el beneficio de la devolución del IGV (por exportar).			✓				✓					✓	
3	Falta de entidades o instituciones, en el Perú, que brinden asesoría sobre la exportación.			✓				✓					✓	
4	Falta de entidades peruanas que brinden asesoría para mejorar la calidad de los productos agrícolas.			✓				✓					✓	
5	Falta de entidades peruanas que proporcionen asesoría para concretar una negociación.						✓						✓	
6	Desastres climatológicos en el Perú que afecten el cumplimiento de su orden de compra.						✓						✓	
7	Bajo nivel de utilidades que se obtendrán en la exportación a realizar.						✓						✓	
8	Falta de financiamiento para para afrontar el periodo de recuperación de una inversión.						✓						✓	
9	Alto riesgo percibido por operaciones en el extranjero (fraude).						✓						✓	
	DIMENSIÓN 2: MERCADO DE DESTINO	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	Sugerencias
10	Aumento del nivel de precio del producto en el mercado destino.			✓				✓					✓	
11	El tipo de cambio del dólar con respecto a la moneda peruana.			✓				✓					✓	
12	Alto nivel de variaciones de la moneda extranjera.			✓				✓					✓	
13	Altas comisiones de los bancos al realizar transferencias bancuarias en el exterior.						✓						✓	
14	Inadecuada red extranjera de los bancos con los que se opera.						✓						✓	
15	Las políticas rígidas del país destino para el ingreso de sus productos.			✓				✓					✓	
16	La inestabilidad política en el país de destino			✓				✓					✓	
17	Los requisitos para la comercialización de productos en el país destino.			✓				✓					✓	
18	Los tiempos para obtener los registros y permisos necesarios para la exportación.			✓				✓					✓	
19	Las diferencias culturales			✓				✓					✓	

Anexo 7
Validación de instrumento: Potencial exportador.

MATRIZ DE DATOS

Nº Item	Dimensión	Indicador	Etiqueta	Tipo (Numérico)	Nombre	Fuente	Medida	Validación	Validación	Validación	Validación	Validación	Validación	Validación	Validación	Validación	Validación	Validación	Validación	Validación	Validación				
1	OFERTA	PBI	growthgdp	Ancho, 4; Decimales, 0	Proyección de crecimiento del PBI	World Bank	Escala																		
		Importación Y Exportación	export&import	Ancho, 4; Decimales, 0	Cantidad de Importaciones Y Exportaciones AGRO	ITC Trade Map	Escala																		
		AD-VALOREM	taxes	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de Ad-Valorem	ITC Market Access Map	Escala																		
		Precio	firmsize	Ancho, 4; Decimales, 0	Elasticidad de los Precios	GTAP	Escala																		
2	DEMANDA	Población	population	Ancho, 4; Decimales, 0	Crecimiento de la Población	Labour statistics	Escala																		
		Distancia	distance	Ancho, 4; Decimales, 0	Distancia entre países/ km	CEPII GeoDist	Escala																		
		Cultura	culture	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de similitud	SICEX	Escala																		
3	FACILIDAD DEL COMERCIO	Protección del mercado	marketprotection	Ancho, 4; Decimales, 0	Nivel de protección del Mercado	SICEX	Escala																		
		Vinculos comerciales	commerce	Ancho, 4; Decimales, 0	Cantidad de Acuerdos Comerciales	SICEX	Escala																		

Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mgr. RODRIGO CHAYTA LAYCUE DNI: 41677549

Especialidad del validador: NEGOCIOS INTERNACIONALES

¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
² Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³ Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.
Especialidad

Anexo 8

Resultados de validez de la variable Barreras al Comercio Exterior

N° Ítems		\bar{X}	DE	V Aiken
Ítem 1	Relevancia	3.200	0.45	0.73
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.200	0.84	0.73
Ítem 2	Relevancia	3.600	0.55	0.87
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.600	0.55	0.87
Ítem 3	Relevancia	3.400	0.89	0.80
	Pertinencia	3.200	0.45	0.73
	Claridad	3.200	0.45	0.73
Ítem 4	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.400	0.55	0.80
Ítem 5	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.600	0.55	0.87
	Claridad	3.600	0.55	0.87
Ítem 6	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.800	0.45	0.93
	Claridad	3.200	0.45	0.73
Ítem 7	Relevancia	3.600	0.55	0.87
	Pertinencia	3.600	0.55	0.87
	Claridad	3.200	0.84	0.73
Ítem 8	Relevancia	3.600	0.55	0.87
	Pertinencia	3.600	0.55	0.87
	Claridad	3.600	0.55	0.87
Ítem 9	Relevancia	3.200	0.84	0.73
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.400	0.55	0.80
Ítem 10	Relevancia	3.200	0.45	0.73
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.800	0.45	0.93
Ítem 11	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.200	0.45	0.73
	Claridad	3.400	0.55	0.80
Ítem 12	Relevancia	3.600	0.55	0.87
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.200	0.45	0.73
Ítem 13	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.600	0.55	0.87
	Claridad	3.600	0.55	0.87

Anexo 8

Resultados de validez de la variable Barreras al Comercio Exterior

Nº Ítems		\bar{X}	DE	V Aiken
Ítem 14	Relevancia	3.200	0.45	0.73
	Pertinencia	3.600	0.55	0.87
	Claridad	3.600	0.55	0.87
Ítem 15	Relevancia	3.600	0.55	0.87
	Pertinencia	3.600	0.55	0.87
	Claridad	3.600	0.55	0.87
Ítem 16	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.600	0.55	0.87
	Claridad	3.400	0.89	0.80
Ítem 17	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.600	0.55	0.87
	Claridad	3.600	0.55	0.87
Ítem 18	Relevancia	3.200	0.45	0.73
	Pertinencia	3.600	0.55	0.87
	Claridad	3.200	0.45	0.73
Ítem 19	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.600	0.55	0.87
Ítem 20	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.400	0.55	0.80
Ítem 21	Relevancia	3.600	0.55	0.87
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.200	0.45	0.73
Ítem 22	Relevancia	3.800	0.45	0.93
	Pertinencia	3.200	0.45	0.73
	Claridad	3.200	0.45	0.73
Ítem 23	Relevancia	4.000	0.00	1.00
	Pertinencia	3.800	0.45	0.93
	Claridad	3.400	0.55	0.80
Ítem 24	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.600	0.55	0.87
Ítem 25	Relevancia	3.200	0.45	0.73
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.600	0.55	0.87
Ítem 26	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.200	0.45	0.73

Anexo 8

Resultados de validez de la variable Barreras al Comercio Exterior

N° Ítems		X	DE	V Aiken
Ítem 27	Relevancia	3.600	0.55	0.87
	Pertinencia	3.200	0.45	0.73
	Claridad	3.200	0.45	0.73
Ítem 28	Relevancia	3.600	0.55	0.87
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.200	0.45	0.73
Ítem 29	Relevancia	3.600	0.55	0.87
	Pertinencia	3.200	0.45	0.73
	Claridad	3.200	0.45	0.73
Ítem 30	Relevancia	3.600	0.55	0.87
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.200	0.45	0.73

Nota: Elaboración propia

Anexo 8

Resultados de validez de la variable Potencial Exportador

N° Ítem		\bar{X}	DE	V Aiken
Ítem 1	Relevancia	3.200	0.45	0.73
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.200	0.45	0.73
Ítem 2	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.600	0.55	0.87
Ítem 3	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.200	0.45	0.73
	Claridad	3.400	0.55	0.80
Ítem 4	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.600	0.55	0.87
	Claridad	3.600	0.55	0.87
Ítem 5	Relevancia	3.600	0.55	0.87
	Pertinencia	3.600	0.55	0.87
	Claridad	3.800	0.45	0.93
Ítem 6	Relevancia	3.400	0.55	0.80
	Pertinencia	3.600	0.55	0.87
	Claridad	3.400	0.55	0.80
Ítem 7	Relevancia	3.600	0.55	0.87
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.600	0.89	0.87

Anexo 8

Resultados de validez de la variable Potencial Exportador

Nº Ítem		\bar{x}	DE	V Aiken
Ítem 8	Relevancia	3.600	0.55	0.87
	Pertinencia	3.400	0.55	0.80
	Claridad	3.800	0.45	0.93
Ítem 9	Relevancia	3.400	0.89	0.80
	Pertinencia	3.600	0.55	0.87
	Claridad	3.600	0.55	0.87

Nota: Elaboración propia



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, STEPHANIE ERAZO ROMANÍ, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, asesora de la Tesis titulada: "BARRERAS AL COMERCIO EXTERIOR Y SU EFECTO EN EL POTENCIAL AGROEXPORTADOR PERUANO, 2018" del autor (es) RIMAS CJUNO MILAGROS ROSA JENNIFER y VALLE CORALES MELIZA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud de 25.00% establecido, y 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.

Lima, 10 de diciembre del 2018

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ERAZO ROMANÍ STEPHANIE CAROLINA DNI: 46794083 ORCID: 0000-0001-7601-1900	