



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Relación entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Br. Juan Marcos Vílchez Canchari

ASESOR:

Dr. Carlos Sotelo Estacio

SECCIÓN:

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comercio Internacional

PERÚ - 2018

Página del jurado

.....

Dr. Edwin Martínez López.

Presidente

.....

Mgtr. Fernando Alexis Nolazco Labajos.

Secretario

.....

Dr. Carlos Sotelo Estacio.

Vocal

Dedicatoria

Dedico mi trabajo de investigación a mi Madre, que en incontables oportunidades me brindó su apoyo incondicional, a mi novia, por su loable comprensión del sacrificio de tiempo que no pude estar con ella, a mis amigos, colegas y profesores por el aliento y la constante motivación.

Agradecimiento

A Dios y a los docentes de la Universidad César Vallejo, por sus enseñanzas y orientaciones, de manera especial al Dr. Carlos Sotelo Estacio por su dedicación y constancia.

Declaratoria Jurada

Yo, Juan Marcos Vílchez Canchari, estudiante del Programa de Maestría en Administración de Negocios de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI 44597815 con la tesis titulada: “Relación entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017”

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autoría.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude, plagio, autoplagio, piratería o falsificación asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Lima, 2 de diciembre del 2017.

.....
Juan Marcos Vílchez Canchari.

DNI: 44597815.

Presentación

Señores miembros del Jurado:

Presento ante ustedes la Tesis titulada “Relación entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017”, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado Académico de Maestro en Administración de Negocios.

La presente investigación consta de los siguientes capítulos:

El Primer capítulo, referido a los antecedentes, marco teórico, el cual abarca las, diferentes teorías de las variables en estudio, justificación, planteamiento y formulación del problema, hipótesis y objetivos.

El Segundo Capítulo, está referido al marco metodológico, donde se presentan las variables, metodología, la población y la muestra, los instrumentos utilizados y el método de análisis de datos.

El Tercer Capítulo, se presentan los resultados: descriptivos y contrastación de hipótesis. La discusión, las conclusiones deducidas del análisis estadístico de los datos, así como las sugerencias y los aportes que permitirán justificar la presente investigación.

Por lo expuesto, señores miembros del jurado, reciban con beneplácito vuestros aportes y sugerencias para mejorar, a la vez deseamos sirva de aporte a quienes deseen continuar un estudio de esta naturaleza.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Lista Contenido

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Presentación	vi
Lista Contenido	vii
Resumen	xii
Abstract	xiii
I. Introducción	14
1.1. Antecedentes	15
1.1.1. Internacionales	15
1.1.2. Nacionales	16
1.2. Fundamentación científica, técnica y humanística	18
1.2.1. Variable evolución del mercado de Canadá	18
1.2.2. Variable exportación de palta Hass	34
1.3. Justificación	62
Justificación Teórica	62
Justificación Práctica	62
Justificación Metodológica	62
1.4. Problema	63
1.4.1. Realidad Problemática	63
1.4.2. Formulación del problema	64
1.5 Hipótesis	65
1.6. Objetivos de la investigación	65
Objetivo general	65
Objetivos Específicos	65
II. Marco metodológico	66
2.1 Variable	67
2.2. Operacionalización de las variables	67
2.3. Metodología	68
2.4. Tipos de estudio	69
2.5. Diseño de investigación	69
2.6. Población, muestra y muestreo	71
2.6.1. Población	71
2.6.2. Muestra	71
2.6.3. Muestreo	72
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	72

2.7.1. Validación y confiabilidad de los instrumentos	74
2.8. Método de análisis de datos	77
III. Resultados	78
3.1. Descripción de las variables	79
3.2. Contrastación de hipótesis	89
IV. Discusión	94
V. Conclusiones	97
VI. Recomendaciones	99
Referencias	101
Apéndice	107

Listas de tablas		Pág.
Tabla 1	Clasificación de la inflación	33
Tabla 2	Ventajas y desventajas de la exportación indirecta	35
Tabla 3	Ventajas y desventajas de la exportación directa	36
Tabla 4	Elementos necesarios para la oferta	38
Tabla 5	Destinos de exportación de palta Hass según bloques económicos	47
Tabla 6	Destinos de exportación de palta Hass según países	49
Tabla 7	Participación de regiones en exportaciones FOB 2016-2017	50
Tabla 8	Nivel de control gubernamental de acuerdo a la percepción de Principales empresas exportadoras de palta Hass en el periodo 2016	51
Tabla 9	Nivel de supervisión del control gubernamental de acuerdo a Partida arancelaria de la palta según Aduanas	52
Tabla 10	Nivel de vigilancia del control gubernamental de acuerdo a la Partida arancelaria de la palta según NANDINA	53
Tabla 11	Aranceles aplicados a la subpartida arancelaria 0804.40.00.00	53
Tabla 12	Tratados y convenios internacionales para el comercio de paltas (08044000)	54
Tabla 13	Vías de embarque para la exportación de palta Hass 2015-2016	58
Tabla 14	Puertos de embarques de palta Hass 2015-2016	58
Tabla 15	Rutas marítimas operativas Perú – Canadá	59
Tabla 16	Vuelos comerciales Perú – Canadá	60
Tabla 17	Vuelos cargueros Perú – Canadá	60
Tabla 18	Operacionalización de la variable Evolución del mercado de Canadá	67
Tabla 19	Operacionalización de la variable exportación de palta Hass	68

Tabla 20	Confiabilidad de los instrumentos Evolución del mercado de Canadá y la evolución exportaciones peruanas de palta Hass	74
Tabla 21	Validación del instrumento: Evolución del mercado de Canadá	75
Tabla 22	Validación del instrumento: Evolución exportaciones peruanas de palta Hass	75
Tabla 23	Análisis de ítems-test de variables evolución del mercado de Canadá y exportación de palta Hass	76
Tabla 24	Nivel de evolución del mercado de Canadá a los consumidores o posibles consumidores de palta Hass	79
Tabla 25	Nivel de demanda en la evolución del mercado de Canadá de acuerdo a los consumidores o posibles consumidores de palta Hass	80
Tabla 26	Nivel de precios de la evolución del mercado de Canadá de acuerdo a los consumidores o posibles consumidores de palta Hass	81
Tabla 27	Nivel de las exportaciones de palta Hass de acuerdo a los operadores logísticos y/o exportadores	82
Tabla 28	Nivel de oferta en las exportaciones de palta Hass de acuerdo a los operadores logísticos y/o exportadores	83
Tabla 29	Nivel de comercialización en las exportaciones de palta Hass de acuerdo a los operadores logísticos y/o exportadores	84
Tabla 30	Distribución de frecuencias entre nivel de evolución del mercado en Canadá y la evolución de exportación peruana de palta Hass	85
Tabla 31	Distribución de frecuencias entre nivel de la demanda dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass	86
Tabla 32	Distribución de frecuencias entre nivel de los precios dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass	88
Tabla 33	Correlación entre la evolución del mercado de Canadá y las exportaciones peruanas de palta Hass	90
Tabla 34	Correlación relación entre las exportaciones peruana de palta Hass y la demanda del mercado de Canadá	91
Tabla 35	Correlación entre las exportaciones peruanas de palta Hass y los precios del mercado de Canadá	92

Lista de figuras		Pág.
Figura 1	Importaciones de palta a Canadá por países	26
Figura 2	Estacionalidad de importación de palta a Canadá	28
Figura 3	Precio de la palta en puerto en los principales mercados (precio CIF)	30
Figura 4	Precio de palta en puerto por mes en los principales mercados	30
Figura 5	Evolución del PBI per cápita en Canadá 2013-2017	31
Figura 6	Evolución de la inflación en Canadá 2013-2017	33
Figura 7	Producción nacional de palta	39
Figura 8	Producción de paltas por regiones	40
Figura 9	Rendimiento promedio de producción de palta a nivel nacional en el mundo	41
Figura 10	Rendimiento promedio de producción de palta por regiones	41
Figura 11	Evolución de las áreas cosechadas de palta por regiones	42
Figura 12	Evolución de las áreas cosechadas de palta por regiones	46
Figura 13	Destinos de exportación de palta Hass según bloques económicos 2016	47
Figura 14	Destinos de exportación de palta Hass según países 2016	48
Figura 15	Participación de regiones en la exportación de palta Hass 2015-2016	49
Figura 16	Participación de empresas en la exportación de palta Hass 2016	51
Figura 17	Mapeo de la cadena logística de palta Hass 2016	56
Figura 18	Barras de evolución del mercado de Canadá de acuerdo a los consumidores o posibles consumidores de palta Hass	79
Figura 19	Barras de demanda en la evolución del mercado de Canadá de acuerdo a los consumidores o posibles consumidores de palta Hass	80
Figura 20	Barras de precio en la evolución del mercado de Canadá de acuerdo a los consumidores o posibles consumidores de palta Hass	81
Figura 21	Barras de las exportaciones de palta Hass de acuerdo a los operadores logísticos y/o exportadores	82
Figura 22	Barras de la oferta en las exportaciones de palta Hass de acuerdo a los operadores logísticos y/o exportadores	83
Figura 23	Barras de comercialización en las exportaciones de palta Hass de acuerdo a los operadores logísticos y/o exportadores	84
Figura 24	Barras entre la evolución del mercado en Canadá y la evolución de exportación peruana de palta Hass	85
Figura 25	Barras entre demanda y evolución de la exportación peruana de palta Hass	87
Figura 26	Barras entre precios y evolución de la exportación peruana de palta Hass	88

Resumen

El objetivo del presente trabajo de investigación es determinar la relación que existe entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017; siendo como problema general ¿Cómo se relaciona la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017?

Tipo de investigación básica, de diseño no experimental, descriptivo correlacional de corte transversal bajo el enfoque cuantitativo. La población está constituida en dos grupos; por habitantes de Canadá comprendidas entre las edades de 18 y 65 años, correspondiendo al 67.2% (24.3 millones de habitantes) del total de habitantes de Canadá, y por operadores logísticos y/o exportadores con experiencia, la muestra son 386 consumidores de Canadá y con 386 operadores logísticos y/o exportadores. Para la recolección de datos se utilizó el instrumento cuestionario para medir la evolución del mercado de Canadá y la evolución de las exportaciones peruanas de palta Hass adaptado por Vílchez, J. (2017), se obtuvo una confiabilidad con Alpha de Cronbach de 0,818 evolución del mercado de Canadá y 0.852 para las exportaciones peruanas de palta Hass. El análisis estadístico se realizó a través de software SPSS versión 23. Se utilizaron técnicas de estadística descriptiva, se utilizó la prueba estadística Rho de Spearman. Significancia <0.05 .

Se aplicó el estadístico no paramétrico Rho de Spearman donde se observó que existe relación entre la evolución de las exportaciones peruanas de palta Hass y la evolución del mercado de Canadá. Se obtuvo un coeficiente de correlación positiva moderada $r=0.936$, con un $p=0.000$ ($p<0.05$), con el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se pudo afirmar que existe relación entre la evolución del mercado de Canadá y la evolución de las exportaciones peruanas de palta Hass en el 2017.

Palabras clave: Evolución del mercado de Canadá, exportaciones peruanas de palta Hass.

Abstract

The objective of this research is to determine the relationship between the evolution of the Canadian market and the evolution of Peruvian Hass avocado exports; Being as a general problem How is the evolution of the Canadian market and the evolution of the Peruvian exports of Hass avocado related?

Type of basic research, from non-experimental, descriptive correlational cross-sectional study under the quantitative approach. The population is made up of two groups; By Canadian residents between the ages of 18 and 65, corresponding to 67.2% (24.3 million inhabitants) of the total Canadian population, and by experienced logistic and / or exporting operators, the sample is 386 Canadian consumers and 386 Logistic operators and / or exporters. For data collection, the questionnaire instrument was used to measure the evolution of the Canadian market and the evolution of the Peruvian exports of avocado Hass adapted by Vílchez, J. (2017), a reliability was obtained with Alpha of Cronbach of 0.818 evolution of the Market for Canada and 0.852 for Peruvian Hass avocado exports. Statistical analysis was performed using SPSS software version 23. Descriptive statistics techniques were used, using Spearman's Rho statistical test. Significance <0.05. (check).

The non-parametric Rho de Spearman statistic was applied where it was observed that there is a relationship between the evolution of Peruvian Hass avocado exports and the evolution of the Canadian market. We obtained a moderate positive correlation coefficient $r = 0.936$, with $p = 0.000$ ($p < 0.05$), with which the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted. Therefore, it can be affirmed that there is a relationship between the evolution of the Canadian market and the evolution of Peruvian Hass avocado exports.

Key words: Evolution of the Canadian market, Peruvian avocado exports Hass.

I. Introducción

1.1 Antecedentes

1.1.1. Internacionales.

Torres (2009), investigó sobre el rol que juega las exportaciones de paltas de México en el mundo, así como su impacto económico y social que genera su producción y exportación en las ciudades mexicanas. Tuvo como objetivo validar la importancia de la producción de palta en la economía mexicana y como este influye en la generación de empleos. La metodología usada es de enfoque cualitativo, no experimental, descriptivo exploratorio. Las conclusiones fueron que la exportación de paltas mexicanas representó 33.9% de la producción mundial total, lo que lo posicionó al país como el mayor productor a escala mundial, su importancia en la económica mexicana de esta actividad es la generación de empleos directa e indirectamente, solamente en Michoacán, principal productor de paltas en el país se estima la creación de 40 mil empleos permanentes y 60 mil empleos estacionales ligados a actividades indirectas.

Valdebenito (2009), investigó sobre el impacto económico de ampliar la gama de productos derivados de la palta en la empresa mediante la exportación a mercados foráneos, como medio de mitigar los riesgos de las crecientes fluctuaciones de cambio en el mercado nacional y mundial. Se planteó como objetivo elaborar un plan de negocios enfocado en la comercialización y exportación de aceite de Palta con el fin de diversificar y ampliar el mercado de la empresa FastFrut Ltda, mitigando riesgos de la vulnerabilidad de la volatilidad de economía mundial y los cambios bruscos de mercado, para ello evaluó proyectos que permitiría ampliar su portafolio de productos siendo uno de las cosas la producción y exportación de aceite de palta. La metodología usada es de enfoque cualitativo, no experimental, descriptivo exploratorio. Las conclusiones dieron a Australia como potencial mercado, debido a la creciente demanda de aceites saludables y a su poder adquisitivo. Los resultados demuestran viabilidad con un VAN alrededor de US\$ 50.000 y una TIR igual al 52% tomando como tasa de descuento del 18%, evaluado a 5 años, siendo el período de retorno de la inversión 3 años.

Cisneros (2013), investigó sobre la viabilidad de exportación de paltas de Ecuador a Colombia y las barreras que amenazan su viabilidad poniendo énfasis en los aspectos financieros y logísticos. Tuvo objetivo realizar un estudio de mercado objetivo analizando distintos factores como sus importaciones, exportaciones, económica y política a mediano plazo, etc. Sumado a esto realizó un el estudio técnico, financiero y logístico para proyectar pronósticos de ventas, organización, financiamiento aspectos de ámbito legal. La metodología usada es de enfoque cualitativo, no experimental. Las conclusiones determinaron su viabilidad dando como resultado un TIR de 22,19% el mismo que es superior a la tasa de interés bancaria, el costo beneficio es de 1,51 es decir, que por cada dólar que se invierta se gana 0,51 centavos.

1.1.2. Nacionales

García y Quintanilla (2003), investigaron sobre las barreras que limitan la exportación de palta peruana a mercados de países desarrollados. El motivo de su investigación es determinar las debilidades físicas y fisiológicas de la palta peruana como producto para satisfacer las exigencias de los mercados foráneos. La metodología usada es de enfoque cualitativo, no experimental, descriptivo exploratorio. Las conclusiones revelaron que una barrera importante para la exportación de la palta peruana es la calidad física exigida por el mercado mundial, donde se destaca requisitos como el tamaño, la forma, el color de la cáscara, etc, también observaron que en el Perú no era exportador en gran cantidad, debido a que las paltas nacionales no cumplían los requerimientos de calidad del mercado foráneo, debido a que gran proporción de ellas presentaban manchas, formas irregulares, tamaños y colores no adecuados, daños externos en su traslado y manipulación, a esto se suma el poco control de enfermedades del fruto que atacan a la cáscara, incluyendo el daño causado por la Mosca de la fruta, la cual abunda en los cultivos de la sierra. Estos dos autores señalaron que todo esto permite efectuar el proceso adicional del trozado de la palta para poder cumplir estándares internacionales de calidad.

Vidal (2010), investigó el mercado estadounidense en cuanto a perfil consumidor para determinar la demanda que podría cubrir con la implantación de una planta empaquetadora de paltas en Huaral, así como la viabilidad de su funcionamiento. El motivo de su investigación es determinar las características de las necesidades del mercado estadounidense sobre el consumo de palta y basa su análisis de diversos factores externos e internos, formulando estrategia de calidad del producto exportado y analizando el mercado estadounidense, apoyada en un estudio técnico y legal que contempla la implantación de una planta empaquetadora en Lima, Huaral. La metodología usada es de enfoque cualitativo, no experimental, descriptivo exploratorio. La conclusión revela que EEUU posee una demanda insatisfecha de 1250 toneladas anuales, la evaluación económica y financiera de los flujos de caja mostraron factibilidad superior a los \$ 542 millones, con un tiempo de recuperación de 3 años. La inversión para la puesta en marcha del proyecto es de \$657 715.26, del cual un 52% será financiado por bancos y COFIDE, y un 48% por aporte de capital de accionistas.

Salas (2012), investigó sobre las limitaciones que afectan la exportación de palta Hass al mercado italiano entre los años 2004 a 2011. El objetivo de su investigación es determinar las características que han afectado la exportación de paltas ante la demanda de los consumidores italianos y si la logística peruana está en condiciones de hacerle frente a dicha demanda, conocer los requisitos técnicos, sistema de distribución física internacional y barreras de acceso al mercado italiano, además, se pudo conocer las diferentes características que presenta el consumidor italiano de palta Hass. La metodología usada es de enfoque cualitativo y cuantitativo, para el diseño cualitativo se realizó entrevistas a profundidad a las empresas peruanas exportadoras de palta Hass y a una compañía comercializadora italiana; y en el diseño cuantitativo, se empleó un cuestionario online para el público consumidor italiano. En su conclusión dan a conocer una creciente demanda e interés por el producto, pero aún no existen las condiciones logísticas necesarias para lograr que la palta importada tenga un precio accesible en el mercado italiano.

Muñoz y Rodríguez (2014), investigaron sobre las enfermedades que afectan la producción de palta Hass en la costa peruana y como combatirlos. Tuvo como objetivo dar a conocer la diversidad de ácaros depredadores, se realizó en la costa central de Perú (Lima e Ica), donde se cultiva la palta Hass con fines de exportación. La metodología usada es de enfoque cualitativo, no experimental, descriptivo exploratorio, en la cual se describieron 12 especies de la familia Phytoseiidae, de los cuales algunos tendrían potencial como depredadores eficientes de *Oligonychus* sp.; estos son: *Amblyseius aequalis* (Muma), *Amblyseius chungas* (Demmark y Muma), *Amblyseiella setosa* (Muma), *Euseius emanus* (El-Banhawy), *Euseius concordis* (Chant), *Euseius stipulatus* (Athias–Henriot), *Phytoseiulus persimilis* (Athias Henriot), *Phytoseiulus macropilis* (Banks), *Neoseiulus californicus* (McGregor), *Typhlodromina subtropica* (Chant), *Typhlodromus* (*Antoseius*) *evectus* (Schusters) y *Aristadromips* n.sp. Se concluyó que la vegetación espontánea cumple un rol importante en la conservación de las especies halladas en este cultivo y que además la introducción de un ácaro depredador exótico, como *Euseius stipulatus*, contribuyó significativamente con el control de la plaga durante la temporada de invierno.

1.2. Fundamentación científica, técnica y humanística

1.2.1. Variable evolución del mercado de Canadá

Definición de mercado.

A continuación, se citan a distintos autores para dar un significado a este término, entre ellos:

Kotler (2004), definió al mercado como “un conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio” (p.10). Lo explica como un grupo e individuos que tengan necesidades insatisfechas y que estén en posición de tranzar para su satisfacción.

Mientras Mankiw (2004), definió un mercado como “un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta” (p.41). Explica como la existencia de un grupo que necesita el bien o servicio y otro que desea otorgarlo a cambio de un beneficio.

Adicionalmente Jany (2005), definió “mercado es cualquier persona o grupo con los que un individuo u organización tenga o pueda tener una relación de intercambio” (p.72). Simplemente lo explica como un grupo de individuos que buscan un intercambio con beneficios propios.

Finalmente, la RAE, definió el mercado como el "conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio".

Tipos de Mercado.

Para Romero (2004), existen 4 tipos de mercados según su competencia y se describen a continuación:

Mercado de Competencia Perfecta: Se da donde los bienes y servicios en venta son iguales y donde los vendedores como los compradores son tan numerosos que no influyen en el precio del mercado.

Mercado Monopolista: Se da cuando la empresa influye en el precio (impone precio). Su causa principal es la barrera de entrada para que otras empresas no entren a competir, estas barreras pueden ser recurso clave, derecho exclusivo de producción, costo de producción eficiente.

Mercado de Competencia Imperfecta: Se da entre el mercado de competencia perfecta y el mercado monopolista.

Mercado de Monopsonio: Se da cuando los compradores ejercen presión mediante la demanda para influir en el precio.

Para comprender el mercado hay que identificar las relaciones que impactan en su dinamismo, entre ellos la fuerte relación que existe entre la demanda y el precio. Esta relación entre la cantidad demanda y el precio de un bien se basa en una ecuación inversa:

$$Q_x^d = f(P)$$

Donde; cuando menor sea el precio del bien mayor será la cantidad demandada.

$$\Delta P \rightarrow \nabla Q_x^d$$

y cuando mayor sea el precio del bien menor será la cantidad demandada.

$$\nabla P \rightarrow \Delta Q_x^d$$

Necesidades.

Para que exista el mercado es necesario que exista necesidad (y/o deseo), por ello es importante definir su significado.

Según la RAE (1990), definió como necesidad a:

Todo aquello a lo cual es imposible substraerse, faltar o resistir; falta de las cosas que son menesteres para la conservación de la vida; falta continuada de alimento; especial riesgo o peligro que se padece y que necesita de pronto auxilio. (p. 948).

Por otro lado, Marcuse (1969), clasificó dos tipos de necesidades: las necesidades falsas (deseo y consumo) son determinados por intereses netamente sociales y cuya satisfacción se realiza a través de una compra en el mercado, y las necesidades verdaderas (espacio residual) cuya satisfacción no se produce en el mercado.

Heller (1978), agregó a la teoría de Marcuse y establece una tipología humanista de las necesidades humanas que comprende tres perspectivas que tratan de explicar la evolución de las necesidades humanas y si estas se diferencian por ser sociales e históricas, universales y objetivas. Esta afirmación significa muchas cosas que conviene analizar detenidamente: Las necesidades son

individuales, cada persona las siente y padece. Se pueden identificar necesidades en colectivo que se debe entender que las necesidades no se pueden determinar cómo sociales por el mero hecho de sumarse las mismas. Otras necesidades humanas son históricas e inmutables en el tiempo y compartido por todas las culturas, permitiendo en el tiempo evolucionar los satisfactores que permitan satisfacer en forma más óptima dicha necesidad. Las necesidades humanas son universales, esto quiere decir que existen necesidades humanas iguales en toda sociedad, en toda etnia y en todo periodo histórico. Estas necesidades son objetivas, esto es, están visibles en la sociedad y son susceptibles de medición empírica.

Neef (1994), determinó la clasificación de dos tipos de necesidades; las necesidades existenciales con el enfoque de ser, tener, hacer, estar y necesidades axiológicas cuyo enfoque es la subsistencia, ocio, creación, identidad, protección, afecto, participación, entendimiento y libertad. También definió y sistematiza los satisfactores, que son mecanismo de satisfacción de necesidades existentes. En sus afirmaciones comenta que es muy fácil confundir los satisfactores con las necesidades, y que las necesidades pueden ser universales pero los satisfactores dependerán del contexto actual.

Las necesidades insatisfechas sumado a los deseos son elementos importantes que influyen en el nacimiento de mercado, en la cual se busca tranzar un satisfactor a cambio de un beneficio económico o de intercambio. Estos fenómenos también se dan a nivel de los países que buscan intercambiar bienes según a sus necesidades generando un mercado internacional.

Según MINCETUR (2016), señaló que Canadá es un mercado que ocupa el decimoprimer lugar en economía en el mundo. Su éxito económico se sustenta en el crecimiento del sector petrolero, siendo el quinto productor de petróleo del mundo además de fortalecer su economía a través de manufactura, minería y servicios. Su principal socio comercial es Estados Unidos, que demanda 75% del total de sus exportaciones agregando a esto las oportunidades de negocios que les brinda los Tratado de Libre Comercio (TLC), como el firmado con Perú, vigente desde el 2009.

Canadá cuenta con 36.18 millones de habitantes. La población vive principalmente en grandes ciudades, como Toronto, Montreal y Vancouver y su moneda es el dólar de Canadá (CAD). Las características del mercado de Canadá determinan que las ciudades más importantes son Toronto, Montreal, Vancouver y Calgary que representan 51% de su población, el 60% de ellos vive en las provincias de Ontario y Quebec que son las ciudades más cercanas a Estados Unidos. Con respecto a la actividad comercial, el 85% del comercio minorista está concentrado en Alberta, Ontario, Quebec, y Columbia Británica permitiendo que las ciudades de Montreal, Calgary, Toronto y Vancouver sean las que contengan mayores puntos de consumo.

Dimensiones de la evolución del mercado de Canadá.

Para efectos de la presente investigación, las dimensiones se determinan tomando como referencia los ejes que determina su proceso de operación.

Dimensión 1: demanda.

A continuación se explora su definición dada por distintos autores:

Según Kotler (2002), definió la demanda como “deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago” (p.10). El deseo que un bien que tiene un valor a intercambiar.

Mientras Mankiw (2009), definió la demanda como “la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar” (p.42). Se fundamenta en la capacidad de pago de los consumidores y el deseo de lo que pueden adquirir con ella.

Finalmente, Fisher (2011), definió la demanda como “las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado” (p.240). Toma como parte determinante ante la demanda el precio que los consumidores están dispuestos a pagar por un bien.

En la actualidad una de las principales demandas que se producen y toma mayor importancia es de productos alimenticios cuya proyección para su satisfacción a futuro es poco alentador bajo cifras recogidas del entorno.

Según la FAO (2009), pronosticó que para el año 2050 que la población mundial aumente en más 33%, según sus fuentes estiman que casi el total del crecimiento se daría en países de desarrollo como los localizados en África subsahariana con 114% y Asia oriental u sudoriental con 13%. También pronosticó que las áreas urbanas se incrementaran en 21% para dicho año generando demanda comercial de alimentos como cereales sea para consumo humano o animal. La aparición de biocombustibles provocaría una demanda mundial dependiendo de los precios y las políticas gubernamentales. La demanda de productos alimenticios elevaría la producción mundial en un 70% que se daría principalmente en países en desarrollo.

Para el caso específico de sobre la demanda de palta Hass, según el MINCETUR (2016), determinó demanda de alimentos entre ellos la de paltas en Canadá existe todo el año mejorando las perspectivas del mercado para nuevos abastecedores. La demanda de importación de paltas en Canadá ha aumentado en los últimos años y ha pasado de un valor de más de CAD\$ 27 millones en el 2003 a un valor de CAD\$ 52 millones, lo que supone un incremento medio anual del 18%. Las paltas suelen venderse frescas al consumidor final en mercados y supermercados, o si no, vendidos a restaurantes para que estos las utilicen en sus cocinas. El tipo de restaurante que más usa la palta para sus platos es el restaurante mexicano. La palta es la base del guacamole, manjar muy popular mexicano. Además, la palta también se utiliza para mezclarla con pollo o hamburguesas. También se usa en la cocina vegetariana, tanto en ensaladas como en sándwiches. Otra de las cocinas que la utiliza es la cocina japonesa, y es que la

palta es uno de los principales ingredientes del sushi, sobre todo para los California Rolls. Finalmente, aunque no es tan popular como en lugares como Brasil, Taiwán o Vietnam, en Canadá se empieza a transformar en batido.

Otro informe de la Dirección General de Estadísticas de Canadá (2016), pronosticó que para el año 2031, el 25% de la población sería inmigrante y alrededor del 55% vendría de Asia. Las oportunidades que este factor genera son los productos nostálgicos, como alimentos oriundos de las etnias presentes en Canadá incrementando las importaciones para suplir estas demandas.

De acuerdo con el estudio mercado nacional de productos Orgánicos (2013), refirió que hay un crecimiento notable en demanda de productos orgánicos en el mercado de Canadá. En la actualidad el 48% de los productos orgánicos son de origen de Canadá, mientras que el 30% son de origen estadounidense siendo los mencionados los principales productores. Asimismo, el estudio revela que el 98% de compradores de productos orgánicos esperan incrementar o mantener su gasto en el próximo año.

Importaciones.

En esta ocasión se explora definiciones de entidades gubernamentales para tener una mayor claridad sobre el término.

Según INEI (2007), las importaciones “son todas las transferencias de propiedad de bienes de los no residentes y los servicios prestados por los productores no residentes a los residentes del país; incluyen las compras directas en el exterior realizadas por el gobierno y los hogares” (p.7). En otras palabras, son los bienes o servicios adquiridos del exterior del país.

El BCRP (2011), definió importación como:

Adquisición de bienes o servicios procedentes de otro país. El registro puede aplicar también a capitales o mano de obra, etc. Registro de la

compra del exterior de bienes o servicios realizada por una empresa residente que da lugar a una transferencia de la propiedad de los mismos. (p.95)

Se entiende que la importación es la adquisición de bienes y servicios del mercado extranjero por un residente nacional a través de una transferencia de propiedad. Las importaciones se dan en forma global, permitiendo a un país consumir más de lo que produce, ese déficit de producción se surte de otros proveedores extranjeros con la cual realizan una transacción.

Un caso específico es el caso de las importaciones de palta Hass de Canadá, que según estadísticas proporcionada por MINAGRI (2015), se evidenció la evolución creciente de las importaciones de palta por parte de Canadá, durante los últimos años. En la figura 1, se observa que en los siete primeros años se registra cifras que apenas superan las 20 mil toneladas. A partir del 2008 se inicia una etapa más dinámica, las importaciones crecen de forma acelerada llegando alcanzar para 36 mil toneladas para el año 2011, representando el 43.8% con respecto al 2008 y en el 2013 registra su cifra más alta de 57,5 mil toneladas, esta última cifra refleja más del 59.2% de aumento respecto al año 2011.

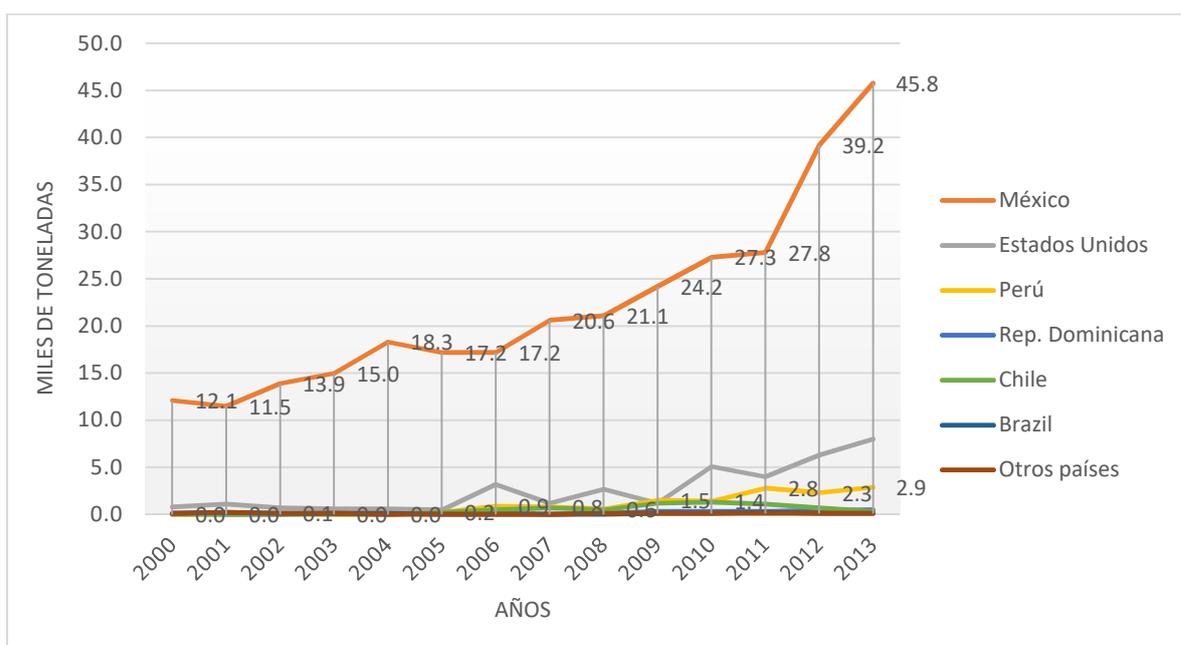


Figura 01. Importaciones de palta a Canadá por países.

Nota: Elaboración propia. MINAGRI (2015).

Consumidor.

Para definir a un consumidor es necesario diferenciarlo de lo que viene hacer un cliente y determinar su comportamiento.

Arellano (2002), definió que un “consumidor es aquel individuo que usa o dispone finalmente del producto o servicio en cuestión, mientras que un cliente es aquel que compra o consigue e producto” (p.8). Un cliente puede ser un intermediario entre el consumidor y el productor.

Adicional a esto Arellano (2002) agregó: “El consumidor no siempre sabe o que necesita y a veces no necesita lo que desea, pero también muchas veces es muy claro en sus verdaderas necesidades” (p.4). Explica que el consumidor confunde las necesidades con los deseos a menudo.

Según la afirmación anterior se puede inferir la importancia de identificar el comportamiento del consumidor en determinados contextos, para establecer una estrategia de venta exitosa, para ello será necesario definirlo.

Loudon y Della (1995), explicaron que le comportamiento del consumidor “es el proceso de decisión y la actividad física que los individuos realizan cuando evalúan, adquieren, usan o consumen bienes o servicios” (p.5). Dicho comportamiento permite tomar la decisión de compras de acuerdo a los beneficios percibidos. También de estos comportamientos se puede identificar preferencias y perfiles que permiten diseñar estrategias que permiten obtener ventajas competitivas.

Con respecto a la palta Hass, MINCETUR (2009), identificó que las preferencias del consumidor de Canadá son hacia una palta madura y cremosa. La utiliza para platos cocinados como ensaladas o guacamole, también muy de moda en Canadá debido al aumento de la inmigración proveniente de México, la preocupación cada vez mayor de los de Canadá por una dieta sana y equilibrada hará que aumente la demanda tanto de frutas como de verduras en general, en el

caso de la palta se ve un incremento sustancial a lo largo de los años, y se ha pasado de 0.38 kg por persona en el 2001 a 0.66 kg por persona en el 2007. Este hecho denota que existe un crecimiento en la demanda de paltas en Canadá. Su tendencia es transformarlo en guacamole, y de hecho ahora es posible encontrar guacamole en supermercados.

El perfil del consumidor canadiense según Plan de desarrollo de mercado en Canadá (MINCETUR 2016) es: Informado y exigente, consciente de los precios, altos ingresos, dueño de su casa, más hogares de doble ingreso y monoparentales, consciente de la salud y del medio ambiente, sensibles a asuntos sociales, multicultural, baby boomers dominan el mercado, población madura: un segmento muy importante (en el año 2031, entre el 23 y el 25% de la población será mayor de 65 años).

Producción nacional.

La producción es una actividad vital para un país, por ello es necesario definirlo,

Según Álvarez (s.f.), determinó que la producción consiste en un proceso que se caracteriza porque empleando unos factores y actuando sobre ellos somos capaces de obtener un producto en forma de bien o servicio.

Con relación a la producción de paltas, según el MINCETUR (2009), determinó que Canadá no produce paltas, las importa en su totalidad y las regiones de Canadá que importan más paltas provenientes del Perú son Ontario y Quebec, lo que representa 81.4% y 14.6% respectivamente (p.10). Canadá es un país que no produce palta, y su consumo se surte a través de las importaciones.

Estacionalidad.

Para evaluar las fluctuaciones de la demanda es necesario definir que es la estacionalidad:

Según la RAE (s.f.) es la "relación de dependencia con respecto a una estación del año. Estacionalidad de las cosechas, del paro". En otras palabras, hay estaciones donde se genera mayor demanda con relación a otras.

Según MINCETUR (2015), el mercado de paltas de Canadá surge sus demandas a través de importaciones. Estas importaciones no muestran una estacionalidad, debido a que la demanda es casi regular todo el año (P.45). El mercado de Canadá busca obtener un suministro constante de paltas durante todo el año.

En la figura 2, se observa que Canadá importa paltas en forma complementaria en dos etapas pronunciadas, la primera etapa se da en los meses de enero a marzo donde es surtido por México quien es su mayor proveedor. La segunda etapa se abastece de Perú y Estados Unidos y se da entre los meses mayo a setiembre, siendo menores las colocaciones desde México.

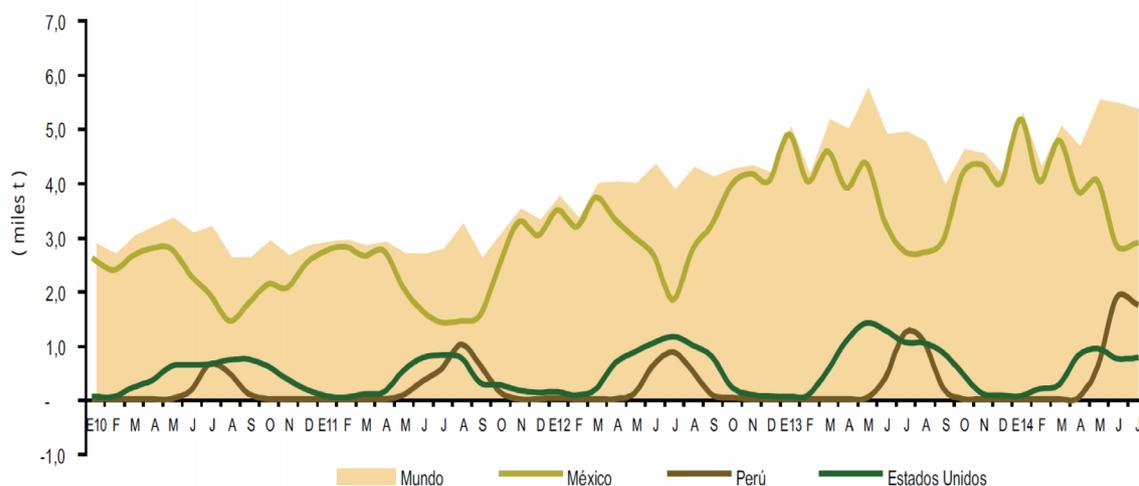


Figura 2. Estacionalidad de importación de palta a Canadá.

Nota: Adaptado de MINAGRI (2015).

Dimensión 2: Precio

El precio es a valoración de la utilidad de un producto en un determinado contexto y nos permite tasar un bien o servicio. Las definiciones son múltiples por expertos reconocidos.

Para Romero (2004), definió precio como el "importe que el consumidor debe pagar al vendedor para poder poseer dicho producto" (p.130). El consumidor deberá satisfacer su necesidad o deseo de la mejor manera.

Según Kotler y Armstrong (2003), definió el precio como:

La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio. (p. 353)

El precio de un producto está sujeto a la ley de oferta y demanda que permite dinamizar los mercados internos y externos. La palta, es especial la variedad Hass en los últimos años ha ido cobrando relevancia debido a su cada vez mayor demanda en los principales mercados como el de Estados Unidos, Canadá, Japón y el bloque de la Unión Europea donde destaca Holanda, Francia e Inglaterra. (MINAGRI, 2015).

En la figura 3, se observan los precios unitarios de importación en los distintos mercados, especialmente en Canadá, donde muestra un comportamiento ondulante como consecuencia a la estacionalidad de su producción, obteniendo su mayor pico el año 2011 con un precio CIF de \$ 3.56 por kilogramo de palta en el mercado de Japón, seguido por Canadá superando el precio promedio. Los precios son fluctuantes dentro de los meses del año generando un comportamiento estacional con unos descensos marcados en el primer y cuarto trimestre del año.

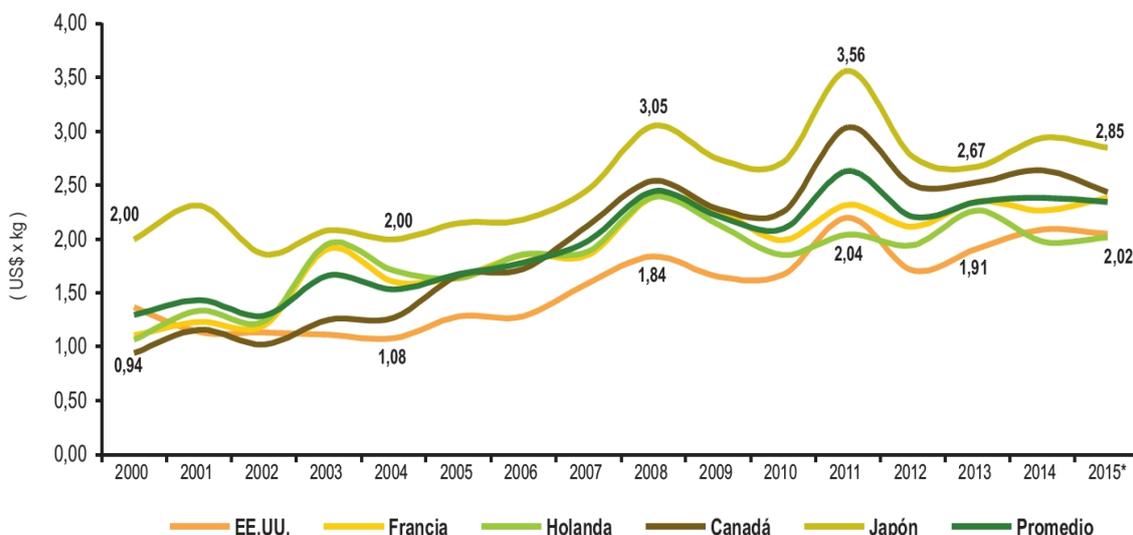


Figura 3. Precio de la palta en puerto en los principales mercados (precio CIF).

Nota: Adaptado de MINAGRI (2015).

En la figura 4, se observa los precios mensuales de la palta, en la cual sobresale un incremento sustancial en los precios unitarios en los meses de mayo a setiembre, siendo en julio del 2014 el precio de \$3.55 por kilogramo de palta en el mercado de Japón, siendo el más elevado de los mercados.

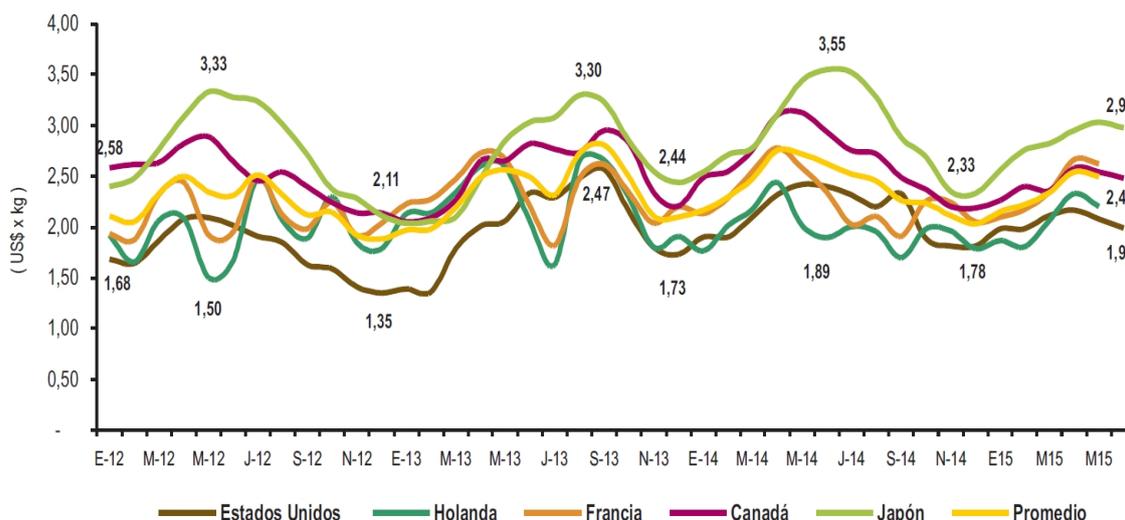


Figura 4. Precio de palta en puerto por mes en los principales mercados.

Nota: Adaptado de MINAGRI (2015).

Ingreso Per cápita.

El ingreso promedio de los habitantes de un país es una característica al momento de evaluar el mercado y que condiciona los precios de un producto entrante. Por ello es importante definir el significado de ingreso per cápita.

Según el BCR (2017), definió como: “Conjunto de remuneraciones promedio obtenida por los habitantes de un país en un periodo determinado, generalmente un año” (p.9). Se utiliza para comparar estándares de vida entre países.

El FMI (1998) explicó:

Ciertas comparaciones entre países, regiones, o entre industrias o sectores dentro de la misma economía, sólo cobran significación cuando los agregados de las cuentas nacionales ... se consideran en relación con el número de habitantes y las variables del insumo laboral. (p.160)

Hay que tener en cuenta que el Ingreso per cápita o PBI per cápita suele emplearse para calcular ingresos nominales por ciudadano con relación a su producción, es una ratio que no toma en cuenta la desigualdad como en el reparto de las riquezas, el factor educación o nivel de desarrollo de dichos lugares.

En el caso de Canadá, figura 5, se observa el PBI per cápita en los últimos cinco ha ido en descenso debido a una desaceleración de la economía de Canadá debido a débil actividad de inversión en el sector del petróleo y el gas, sumado a un incendio a gran escala que redujo sus reservas de petróleo.

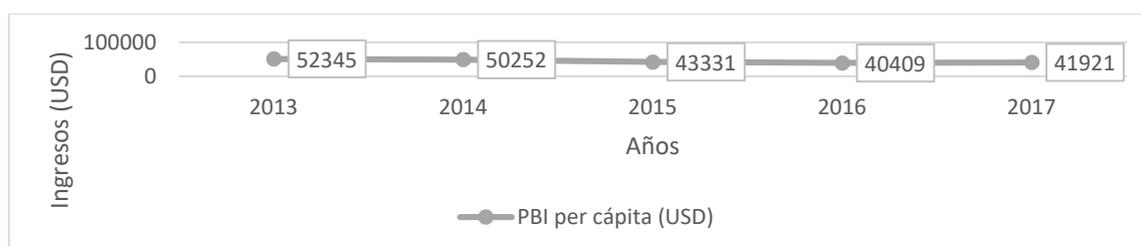


Figura 5. Evolución del PBI per cápita en Canadá 2013-2017.

Nota: Elaboración propia. MINCETUR (2016).

Inflación.

La inflación es otra característica importante que influye en los precios de un producto en el mercado, por ello es necesario definirlo y clasificarlo.

Para el BCRP (2011) “Aumento persistente del nivel general de los precios de la economía, con la consecuente pérdida del valor adquisitivo de la moneda” (p.106). Se mide generalmente a través de la variación del índice de precios al consumidor.

Según Dornbusch y Fisher (1991), lo definió como “el incremento porcentual de los precios de una cesta de bienes y servicios representativa de la economía entre dos periodos determinados” (p.11). Este fenómeno económico impacta directamente en el valor adquisitivo de la moneda, generando una percepción de encarecimiento de los precios de los productos dentro de la economía.

Según Beker (2001). La inflación produce efectos negativos sobre los agentes económicos como trabajadores, ahorristas, rentistas, etc., y es necesario tipificar y analizar sus causas con el propósito de afrontarla.

Para tipificar la inflación Rodner (1995), determinó una clasificación de acuerdo a la magnitud de inflación (p.71). Se generó una escala de la inflación para poder medir su magnitud. En dicha clasificación de la inflación se observa que un valor menor a 2% anual mantiene una relativa estabilidad de precios en los productos de consumo, es la clasificación más recomendada para mantener el equilibrio en los precios.

En la tabla 1, se observa que la inflación produciendo estragos en la economía en relación a su incremento.

Tabla 1

Clasificación de la inflación.

Clasificación de inflación	
Deflación	“Caída sostenida en el nivel general de precios”.
Estabilidad de precios	“Nivel bajo (hasta 2% anual) relativamente estable (no acelerado)”.
Rampante (gradual “creeping”)	“De 3% - 4% por año. Va deteriorando lentamente los precios”.
Crónica (inflación abierta)	“De 5% - 20%. Fenómeno declarado con todas las consecuencias de la inflación”.
Galopante	“Superior al 20% anual, situación grave, desequilibrios graves”.
Hiperinflación	“Más de 100% anual, provoca eventualmente el colapso de la moneda. Para algunos, más del 50% mensual”.

Nota: Adaptado: de "el dinero, la inflación y las deudas de valor", p.71, Rodner S., 1995.

La inflación en Canadá ha ido fluctuando entre el rango de estabilidad de precios en los últimos cinco años, debido a una política económica responsable y eficiente. La inflación es un fenómeno siempre presente en la economía de un país, es difícilmente reducido, pero puede ser controlado con mecanismos económicos en el mercado para mantenerlo en un valor relativamente constante, lo suficiente para permitir al mercado desarrollarse con normalidad.

En la Figura 6, se observa el comportamiento de la inflación en Canadá en los últimos años, encontrándose el registro más bajo el 2013 con 0.92% y el punto más alto el proyectado para este año 2017 con 2%, cabe destacar que su inflación se encuentra dentro de lo normalmente permitido para una economía saludable.

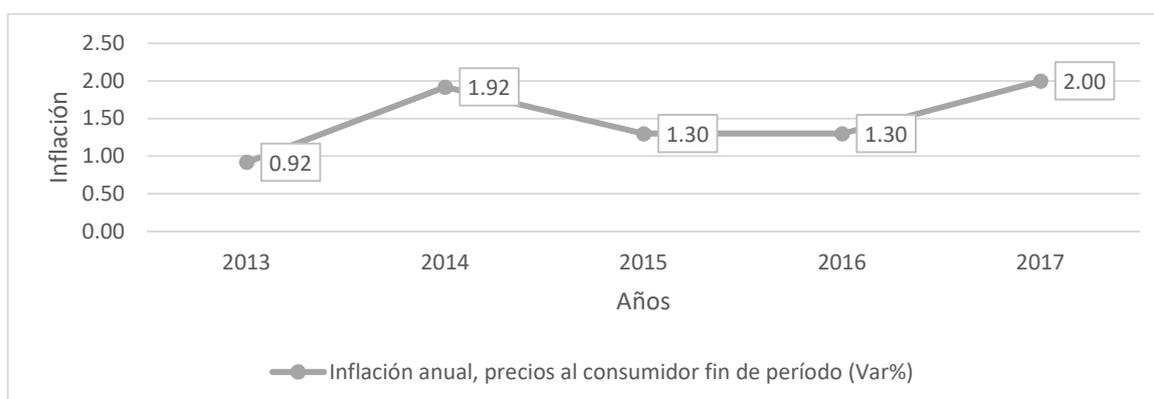


Figura 6. Evolución de la inflación en Canadá 2013-2017.

Nota: Elaboración propia. MINCETUR (2016).

1.2.2 Variable exportación de palta Hass

Definición exportación.

A continuación, se citan a distintos autores para dar un significado a este término, entre ellos:

Según el BCPR (2017), definió la exportación como el “registro de la venta al exterior de bienes o servicios realizada por una empresa residente dando lugar a una transferencia de la propiedad de los mismos” (p.76). Es una venta al exterior del país de una empresa residente sobre un producto o derecho.

Para Daniels y Radebaugh (2013) lo definieron como:

La exportación es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas. (p.714)

La exportación permite incrementar ingresos de venta de una organización local gracias a la expansión hacia mercados internacionales, explorando nichos y nuevos consumidores y haciéndose cada vez más competitivo. Las organizaciones que buscan incursionar en transacciones con mercados internacionales deben evaluar qué tipo de exportación utilizaran.

Exportación Indirecta.

Según Ledesma (1993), explicó que se lleva a cabo cuando el productor vende su producto a un comercializador nacional que se encarga de exportar el producto. Para determinar la conveniencia de este tipo de exportación se establece en la tabla 2 las ventajas y desventajas de su elección.

Tabla 2.

Ventajas y desventajas de la exportación indirecta.

Ventajas	Desventajas
No requiere de una mayor inversión.	Impide o limita los contactos directos de la empresa con los compradores, consumidores y usuarios finales.
Presenta menos riesgos para la empresa.	Limita el control sobre las actividades de marketing en los mercados exteriores, especialmente en lo relativo a quién y cómo se vende el producto.
No exige un gran conocimiento en los ámbitos del marketing y ventas.	En algunos casos y para ciertos productos, los intermediarios pueden carecer de conocimiento técnico para asesorar o prestar la asistencia técnica que dicho producto requiere en el mercado
Facilita las conexiones con los importadores en los mercados externos.	Por lo general, este tipo de exportación contribuye al incremento del precio de venta final del producto, al aumentar el número de intermediarios, sin ningún control por parte del productor.
Evita para el productor el preocuparse por trámites de exportación, problemas en cuanto a los idiomas y comunicaciones con el comprador extranjero.	
En muchos casos comienza a brindar un conocimiento producto de la retroalimentación acerca de los mercados y aspectos relativos a la adecuación del producto, aunque a un ritmo más lento comparado con la exportación directa.	Poco aprendizaje sobre el mercado meta y el proceso de exportación.

Nota: Basado en Martínez (2004), Lambert (2001), Ballou (1998) y Ledesma (1993).

Exportación Directa.

Para Ledesma (1993), explicó que ocurre cuando el productor vende sus productos a un comprador extranjero. El productor se hace cargo de todas las actividades logísticas como aranceles de exportación, transporte, empaque, carga, agente, documentos y al cliente. En este tipo de exportación es necesario utilizar Incoterms para determinar responsabilidad y costos relacionados al producto. En la tabla 3, se hace un comparativo sobre las ventajas y desventajas de la elección de esta opción de exportación.

Tabla 3.

Ventajas y desventajas de la exportación directa.

Ventajas	Desventajas
Se tiene contacto directo con los compradores y/o consumidores finales del producto, por lo que la información generada por la retroalimentación es de primera mano.	Se requiere mayor inversión.
Se tiene más control sobre las actividades de marketing en los mercados exteriores.	Representa un riesgo mayor para la empresa.
Debido al menor número de intermediarios, se puede ofrecer un precio de venta final más competitivo.	Exige conocimiento en el área de ventas.
Mejor conocimiento y aprendizaje sobre el mercado meta.	
Se obtienen a largo plazo mayores beneficios.	
Capacidad para conocer los patrones de consumo, preferencias del consumidor final, su respuesta y como consecuencia mayor rapidez para adaptar eficientemente el producto a sus necesidades.	Se necesita tener un amplio conocimiento de los trámites de exportación, diferencias en cultura, idiomas y estilos de negociación y en formas de comunicación con los compradores extranjeros.

Nota: Basado en Martínez (2004), Lambert (2001), Ballou (1998) y Ledesma (1993).

Teoría de la Ventaja Comparativa.

A través del tiempo muchos estudiosos han tratado de descubrir el motivo para una nación para exportar un determinado producto, y como obtener una ventaja en el comercio exterior, para ellos desarrollaron las siguientes teorías:

Ricardo (1817), planteó la utilización de las ventajas comparativas de un país para obtener ventajas en el comercio exterior con relación al resto del mundo. El valor internacional de las mercancías no es indeterminado, se encuentra entre la relación interna de precios en el país A y la relación interna en el país B. En otras palabras, el valor internacional de un producto está entre el valor para producirlo en un país y el valor para adquirirlo del otro país.

Krugman, (2006), postuló el modelo Heckscher-Ohlin la cual predice que un país que tiene un elevado factor de trabajo o capital tendrá una ventaja competitiva y comparativa en los bienes que requieran ese factor, permitiendo a los países exportar los bienes abundantes producto de ese factor.

Salvatorre (2000), explicó que basa la teoría Heckscher-Ohlin en los siguientes supuestos más resaltantes son: Hay dos naciones, dos mercancías y dos factores de producción; Las dos naciones se sirven de la misma tecnología de producción; Hay competencia perfecta en los mercados de mercancías y de factores en las dos naciones. Esta teoría se cimienta en dos teoremas que son: El teorema Heckscher-Ohlin (H-O), explica que una nación exportará la mercancía en el cual usa un factor barato y abundante e importará el de factor caro y escaso. En otras palabras, exportará la mercancía que le toma menor esfuerzo transformar e importará lo que mayor esfuerzo produce. El teorema de igualación de los precios de los factores, detalla que el comercio internacional permitirá la equivalencia de remuneraciones a través de las naciones. En otras palabras, los salarios reales para el mismo tipo de trabajo tenderán a ser igualitarias en ambas naciones.

Dimensiones de variable exportación de palta Hass.

Dimensión 1: Oferta.

Para determinar la capacidad de exportación de un país es necesario saber la oferta que el mercado puede conceder. A continuación, se definen este término para mayor claridad.

Fisher y Espejo (2011), definieron la oferta como “las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado” (p.243). En otras palabras, es la producción de un producto que se rige por expectativa del precio de mercado.

Para Kotler y Armstrong (2004), lo definieron como “la combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo” (p.7). Se explica como un conjunto de satisfactores que se venden en el mercado.

Agregando Mankiw (2004), definió la oferta como “la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender” (p.47). Es decir, cantidad de un producto que el mercado puede comprar.

Y finalmente Andrade (2006), definió la oferta como el “conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes o servicios” (p.438). Se entiende como una subasta de productos a otorgar de acuerdo a un comprador.

Analizando las definiciones anteriores se puede establecer que para nacer la oferta deben converger ciertos elementos como los establecidos en la tabla 4.

Tabla 4.

Elementos necesarios para la oferta.

Elementos necesarios para la oferta	
La existencia de vendedores	Individuos, empresas u organizaciones que ofrecen un bien o servicio.
La cantidad de un producto	Cuantía de un producto valorado que está en venta.
La disposición para vender	Lo que los vendedores tienen y quieren vender
La capacidad de vender	Cantidad de productos y/o servicios que los vendedores "pueden" proveer al mercado, a un precio determinado y en un periodo de tiempo determinado.
El puesto en el mercado	Lugar físico o virtual, donde se ofrece en venta los productos o servicios.
El precio determinado	Valor expresado en términos monetarios de los productos o servicios que están en venta.
El periodo de tiempo	Tiempo que el producto o servicio, estará disponible para la venta, a un determinado precio.
Las necesidades y deseos	Necesidades es la carencia de algunos factores básicos (alimento, vestido, abrigo, seguridad, sentido de pertenencia, estimación). En cambio, los deseos consisten en anhelar los satisfactores específicos para éstas necesidades profundas.

Nota: Elaboración propia. Datos extraídos de conceptos anteriores.

Para determinar la oferta de un producto (en este caso la Palta Hass) a nivel nacional, es necesario determinar indicadores relacionados como los siguientes:

La producción nacional de palta

La palta es una fruta que se encuentra muy arraigado a nuestra historia como país desde la época pre-incaica, es por ello que su consumo ha ido en incremento como insumo que forma parte de su riqueza gastronómica.

Según el MINAGRI (2013), en la actualidad hay un boom de producción nacional de paltas que tiene como objetivo satisfacer la demanda del mercado interno y el mercado externo, este último apoyado por el compromiso del estado peruano de levantar barreras arancelarias y fitosanitarias permitiendo a la empresa privada apostar por la calidad y competitividad en nuevos mercados más exigentes.

En la figura 7, se observa que la producción de palta entre los años 1960 y 2000 ha venido creciendo lentamente, siendo a mediados de 1996 el nivel más alto con 96 mil toneladas. Sin embargo, el despegue de la producción nacional de paltas se hizo más pronunciado y constante a partir el año 2001 llegando a producir 213.7 mil toneladas en el año 2011 para posteriormente cerrar con 289 mil toneladas el 2013.

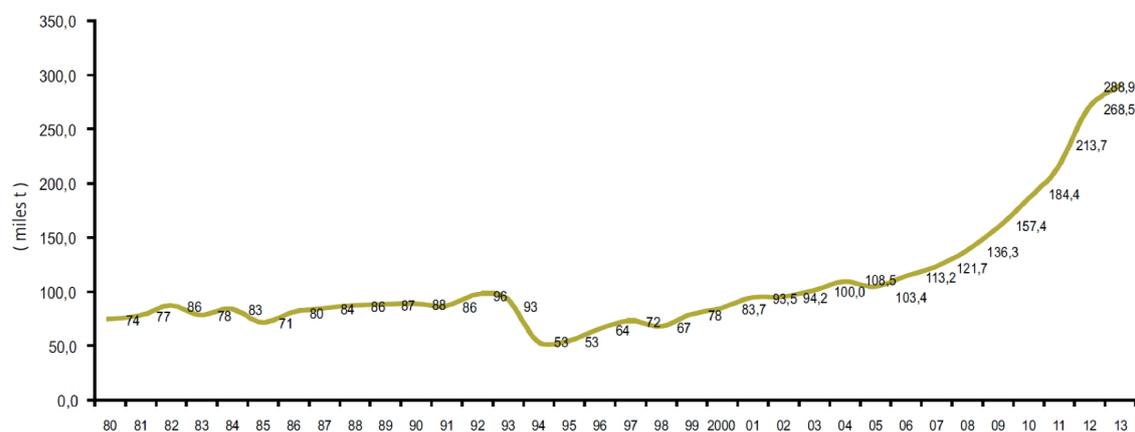


Figura 7. Producción nacional de palta.

Nota: Adaptado de MINAGRI (2013).

El 98% de la producción nacional de palta se dieron en las regiones costeras, siendo casi el total, mientras el 2% se dieron en los valles interandino y la selva alta. Las regiones que destacan son La Libertad, Lima, Ica, Junín y Ancash.

En la figura 8, se observa que La Libertad es la región de mayor producción de paltas del país, con un incremento galopante pasando de haber producido cerca de 9 mil toneladas en el año 2000 a 40 mil toneladas en el 2010, desde el 2011 asciende a ser el primer productor nacional de palta, superando a Lima, registrando 52.4 mil toneladas de producción y alcanzando su cifra más alta de 74.7 mil toneladas en el 2013, obteniendo el 26% de participación en producción nacional.

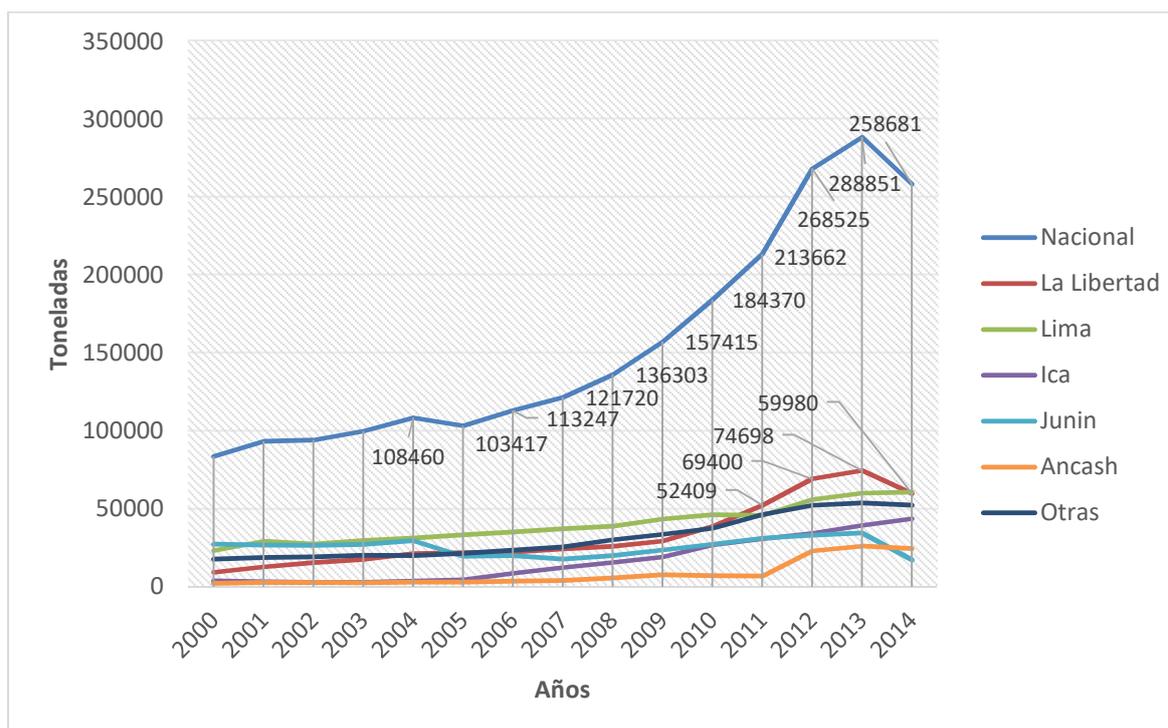


Figura 8. Producción de paltas por regiones.

Nota: Elaboración propia. MINAGRI (2013).

Rendimiento de la producción de palta en el Perú.

Según el MINAGRI (2015), determinó que el rendimiento de la producción de palta en el Perú tiene un comportamiento positivo, incrementándose de 9.5 toneladas por hectárea en el año 2000 a 11.2 toneladas por hectárea en el año 2013. El rendimiento es óptimo si comparamos estos resultados con el rendimiento promedio mundial según la FAO que para el 2012 fue 9 toneladas por hectárea, dicha cifra es ampliamente superior al de Chile y Sudáfrica que directa o indirectamente son sus competidores respecto a este producto.

En la figura 9, se observa que México es otro competidor que se encuentra normalmente por encima del promedio mundial en rendimiento, llegando a registrar en el 2012 un rendimiento de 10.1 toneladas por hectárea. También se observa que Chile y Sudáfrica han menguado su rendimiento llegando al 2013 con un promedio 4.3 y 5.6 toneladas por hectárea respectivamente.

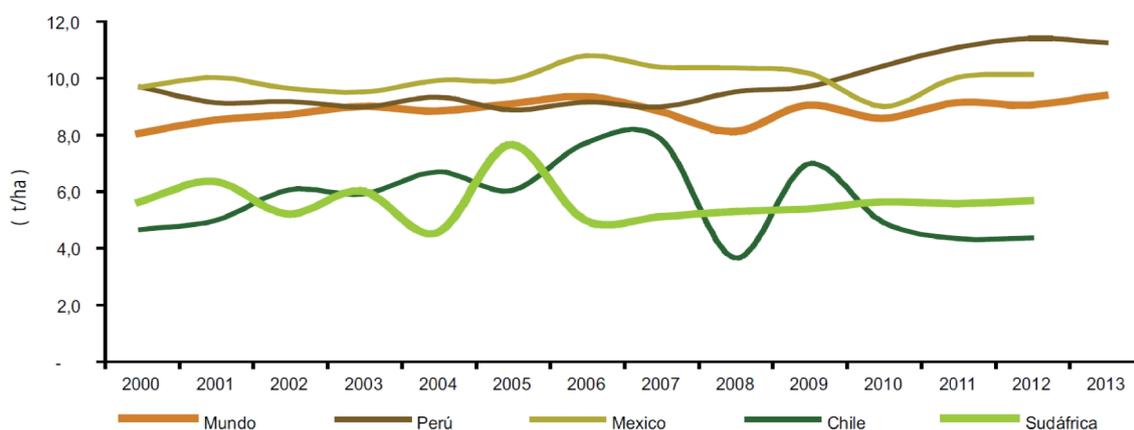


Figura 9. Rendimiento promedio de producción de palta a nivel nacional en el mundo.

Nota: Adaptado de MINAGRI (2013).

En la figura 10, se observan las regiones que han tenido un incremento casi constante en su rendimiento productivo, como el caso de la región Ica desde el año 2005 a 2011, le siguen Lima y La Libertad con un comportamiento fluctuante que les permite crecer lentamente.

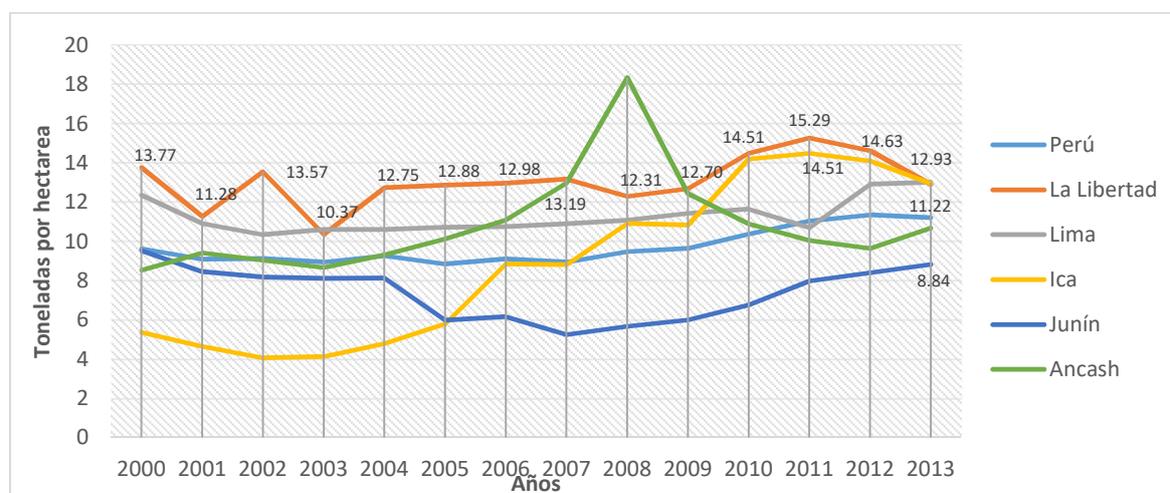


Figura 10. Rendimiento promedio de producción de palta por regiones.

Nota: Elaboración propia. MINAGRI (2013).

Áreas cosechadas de palta en el Perú.

Según el MINAGRI (2015), explicó que las áreas cosechadas de palta en el Perú se han tenido fluctuaciones menores hasta el año 2005, con un crecimiento promedio anual de apenas 5%, registrando un área de 11,7 mil hectáreas. En los años posteriores se incrementa a una tasa promedio de 10% llegando al 2010 a registrar 17.8 mil hectáreas cosechadas y 25.7 mil hectáreas para el 2013, significando un incremento de 44.4% entre esos dos últimos años. En la actualidad los buenos precios de la palta, en particular la palta Hass, son incentivo para que los productores de las zonas interandinas busquen reorientar sus cultivos alternos hacia las variedades de paltas que poseen mayor demanda interna y externa, en particular la palta Hass genera mayor demanda externa debido a su mayor contenido de aceites.

En la figura 11, se observa un incremento de 22% áreas cosechadas a nivel nacional entre el 2011 (con 19.3 mil hectáreas) y el 2012 (con 23.6 mil hectáreas), en cuanto a regiones; Ancash obtuvo un incremento de 253% en el año 2012 con respecto al año anterior pasando de cosechar 0.6 mil a 2.4 mil hectáreas, mientras las regiones de Ica y Arequipa la tasa se incrementó en un 25% y 23% respectivamente para el 2013 con respecto al año anterior. Se observa un crecimiento constante de áreas cosechadas debido a una mayor demanda en el exterior.

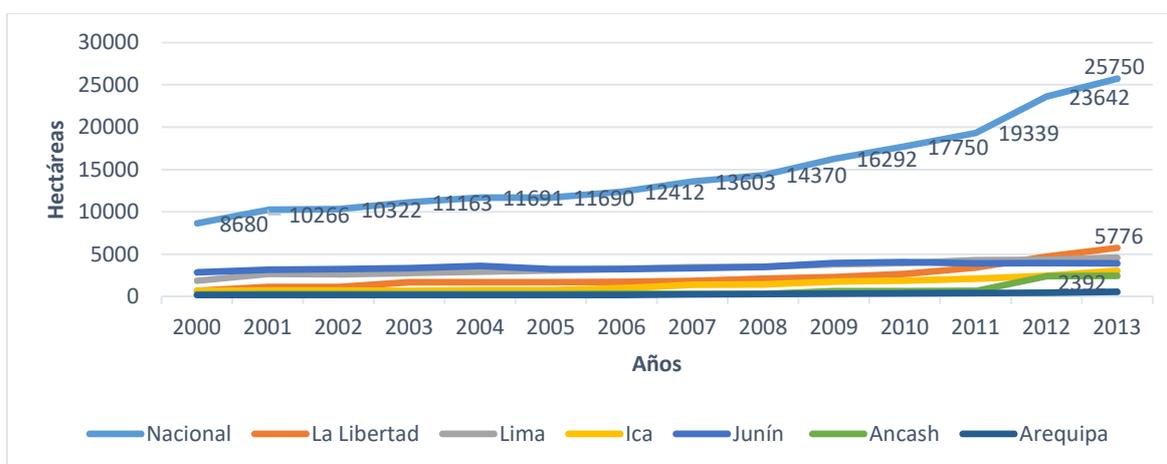


Figura 11. Evolución de las áreas cosechadas de palta por regiones.

Nota: Elaboración propia. MINAGRI (2013).

Calidad.

La definición de calidad es subjetiva por ello es necesario explorar a distintos autores para su mejor comprensión.

Para Feigenbaum (1983), definió calidad como “la experiencia actual de los clientes con relación de los productos o servicios que adquiere, comparándolo con sus requerimientos subconscientes, sensoriales o subjetivos (p.7). Es decir, es la aceptación o acercamiento de la experiencia de un producto con su expectativa.

Crosby (1984) conceptualizó que: “calidad tiene que ser definida como ajustes a los requerimientos y no como una bondad” (p.64). En otras palabras, la calidad de un producto o servicio se basa en el cumplimiento de las especificaciones solicitadas.

Taguchi (1989), explicó que “la calidad no tiene que ser vista como un ajuste a las especificaciones, sino que tiene que estar reafirmada como la satisfacción de las expectativas del cliente” (p14). En resumen, es la satisfacción de la expectativa.

Berry (1995), determinó que “si el producto o servicio satisface o sobrepasa las expectativas del cliente una y otra vez, entonces estaría en la mente del cliente un servicio de calidad” (p.2). La calidad es un concepto relativo, en cuanto a la calidad de un producto hay organismos que se encargan de establecer las características básicas.

Según INDECOPI (2014), definió la calidad en palta de siguiente manera: Las paltas contenidas en un mismo envase deberán: Mantener la forma característica de la variedad, estar enteras, sanas, deberán excluirse los productos deteriorados, estar limpias de cualquier materia extraña visible, exentas de plagas que afecten al aspecto general del producto, sin daños causados por plagas, sin humedad externa anormal, exentas de cualquier olor y/o sabores extraños; sin daños causados por bajas y/o altas temperaturas, tener un pedúnculo de longitud no mayor a 10 mm, cortado limpiamente. Las paltas deberán haber alcanzado una

fase de desarrollo fisiológico que asegure la finalización del proceso de maduración (madurez de consumo), de conformidad con los criterios peculiares de la variedad y zona en que se producen. La palta madura no debe tener sabor amargo. El desarrollo y condición de las paltas deberán ser tales que les permitan soportar el transporte y la manipulación, y llegar en estado satisfactorio al lugar de destino. Las paltas al momento de su cosecha deben tener las condiciones mínimas de madurez fisiológica que le permita llegar a su estado óptimo de consumo. Las paltas deberán alcanzar un contenido mínimo de materia seca en la cosecha, según variedad, medida por secado a peso constante: 21% para la variedad Hass; Para otras variedades, el contenido mínimo de materia seca para ser cosechadas puede ser diferente al de la variedad Hass.

Dimensión 2: Comercialización.

La comercialización es el resultado de una suma de actividades en el cual participan los factores que facilitan la transacción de bienes y servicios sea en el mercado interno y externo, para su mejor definición se citan a los siguientes autores:

Según RAE (s.f.), definió comercio como “negociación que se hace comprando y vendiendo o permutando géneros o mercancías. También como comunicación y trato de unas gentes o pueblos con otros”. Es decir, el comercio es la forma social que permite intercambiar mercancías y como establecer relaciones de mutuo beneficio.

El Código de Comercio (2000), lo definió como “una actividad lucrativa que consiste en la intermediación directa o indirecta entre productores y consumidores de los bienes y servicios a fin de facilitar y promover la circulación de la riqueza” (p.43). En resumen, permite dinamizar el flujo de riqueza en una sociedad.

Para Martínez (2004), definió el comercio “desde el punto de vista económico, se caracteriza por la intermediación entre productores y consumidores con fines de lucro” (p. 74). Estas actividades de intercambio de mercancías no sólo

se dan en individuos u organizaciones, sino también dentro de países, denominándolo comercio exterior o internacional.

La OMC (2005), definió comercio exterior como “el comercio internacional e intercambio comercial de un país, cuando se especifica el mercado meta destino de esta transacción”. Es decir, es el intercambio comercial entre dos países dentro de un mercado específico.

Según Martínez (2004), lo definió como:

El conjunto de ordenamientos jurídicos, de carácter nacional e internacional, que regulan las relaciones necesarias que, sobre esta materia, existen entre los órganos públicos pertenecientes a diferentes Estados y de éstos para con los particulares que realizan actos catalogados como de comercio exterior. (p. 12.)

Para respaldar el comercio internacional se formaron instituciones que las regula como la Organización Mundial de Comercio y herramientas como Incoterms (términos internacionales de comercio) que permiten determinar responsabilidades dentro de un contrato de compra-venta internacional. El comercio exterior son las transacciones que se generan en las importaciones y exportaciones de bienes y servicios de un país y que impacta directamente en balanza comercial.

La FAO (2009), pronosticó una expansión comercial significativa en productos agrícolas, tales como se da en los cereales importados por países en desarrollo, que se triplicarían para el 2050, con un incremento del 14% con respecto al 2008. El autoabastecimiento en las regiones cercano al Oriente y África del norte seguiría descendiendo pasando del 59% en el 2008 a 54% para el 2050. Por otro lado, América Latina y el Caribe podrían llegar a ser autosuficiente debido al excedente del potencial de producción de países de la región. En cuanto a la exportación de productos se pronosticó que se triplicaría el envío las semillas y aceites vegetales de países en desarrollo, se duplicarían las exportaciones de azúcar.

Exportación bruta.

Según MINAGRI (2015), determinó que los registros de exportaciones de palta Hass se iniciaron a finales de los años 90', año en que se optó por el cultivo de este producto debido a las características que este producto poseía para facilitar su transporte y manejo post cosecha. Si bien desde esos años las exportaciones peruanas fueron incrementándose los resultados fueron poco significativos.

En la figura 12, se observa desde sus inicios, la evolución de las exportaciones de palta Hass para el mundo. Para el año 2005, las exportaciones apenas se acercaban a las 19 mil toneladas, en el año 2010 se registró un volumen de 59.5 mil toneladas, marcando un incremento de 218% con respecto al 2005. En los siguientes años la cifra va en incremento llegando el año 2014 a exportar 179 mil toneladas, significando un incremento de 200% respecto al 2010 y un 56.5% con su año anterior.

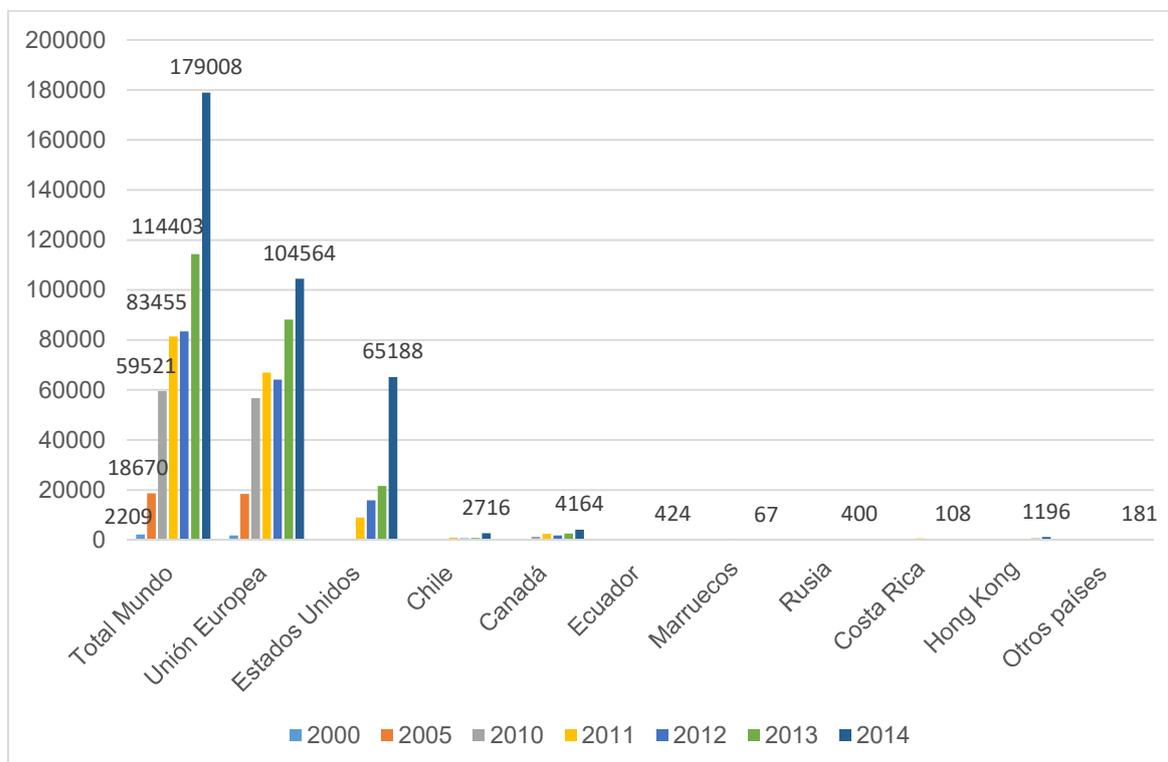


Figura 12. Exportación peruana de palta Hass.

Nota: Elaboración propia. SIICEX (2017).

El destino principal de las exportaciones de palta Hass en el 2016 según los bloques económicos (figura 13), fueron la Unión Europea con 74%, siguiéndole el bloque de NAFTA (EEUU, México y Canadá) con 17%, mercados independientes con 7% y Asia con 2%.

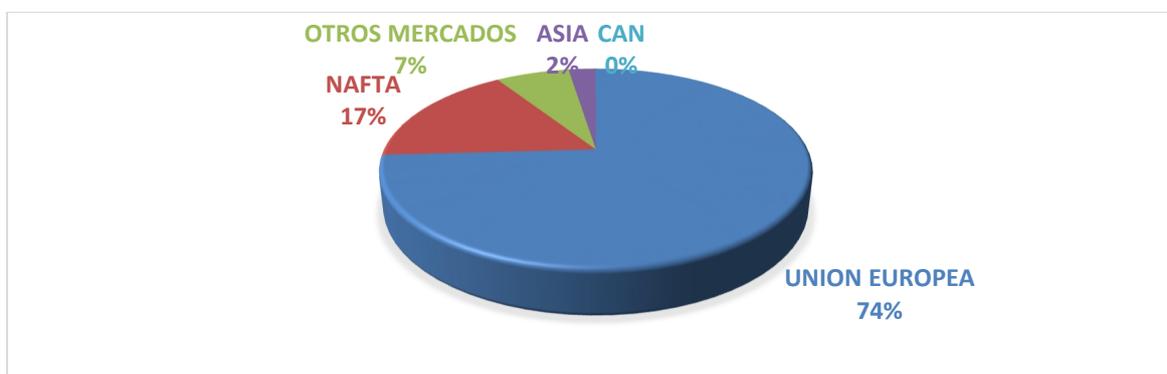


Figura 13: Destinos de exportación de palta Hass según bloques económicos 2016.

Nota: Elaboración propia. SIICEX (2017).

Las exportaciones FOB en el 2016 fueron US\$ 396.7 millones, mostrando un incremento de 29.5% con respecto al año 2015. El principal bloque económico a la que se exportó nuestro producto fue la Unión Europea representando US\$ 287.9 millones con un incremento de 43% con respecto al año anterior. Por otra parte, se observa un crecimiento prometedor en los países asiáticos que pasamos de exportarles US\$1.1 millones (2015) a US\$11.3 millones (2016), estableciendo un incremento sorprendente de 913%. No todo fue crecimiento, el Bloque NAFTA, comprendido por los países EEUU, México y Canadá, se tuvo un descenso de 12% con respecto al 2015, este fenómeno se do debido a crisis internas principalmente en EEUU.

Tabla 5.

Destinos de exportación de palta Hass según bloques económicos.

BLOQUE ECONÓMICO	FOB2016 Mil(US\$)	Pe.Netto 2016(TN)	FOB2015 Mil(US\$)	Pe.Netto 2015(TN)	%Var 2016- 2015
UNION EUROPEA	287,950	143,852	201,191	114,786	43%
NAFTA	75,162	32,637	85,650	48,640	-12%
OTROS MERCADOS	22,234	12,841	18,190	11,149	22%
ASIA	11,330	4,748	1,118	608	913%
CAN	24	21	121	532	-80%

Nota: Elaboración propia. SIICEX (2017).

Según las estadísticas de SIICEX (2017), determinó que el principal país destino de las exportaciones de palta Hass en el 2016 fue Países Bajos con un 41%, siguiéndole España con 20% relegando a EEUU con 19% y Reino Unido con 11%, representando estos 4 países el 91% de nuestras exportaciones como se aprecia en la figura 14.

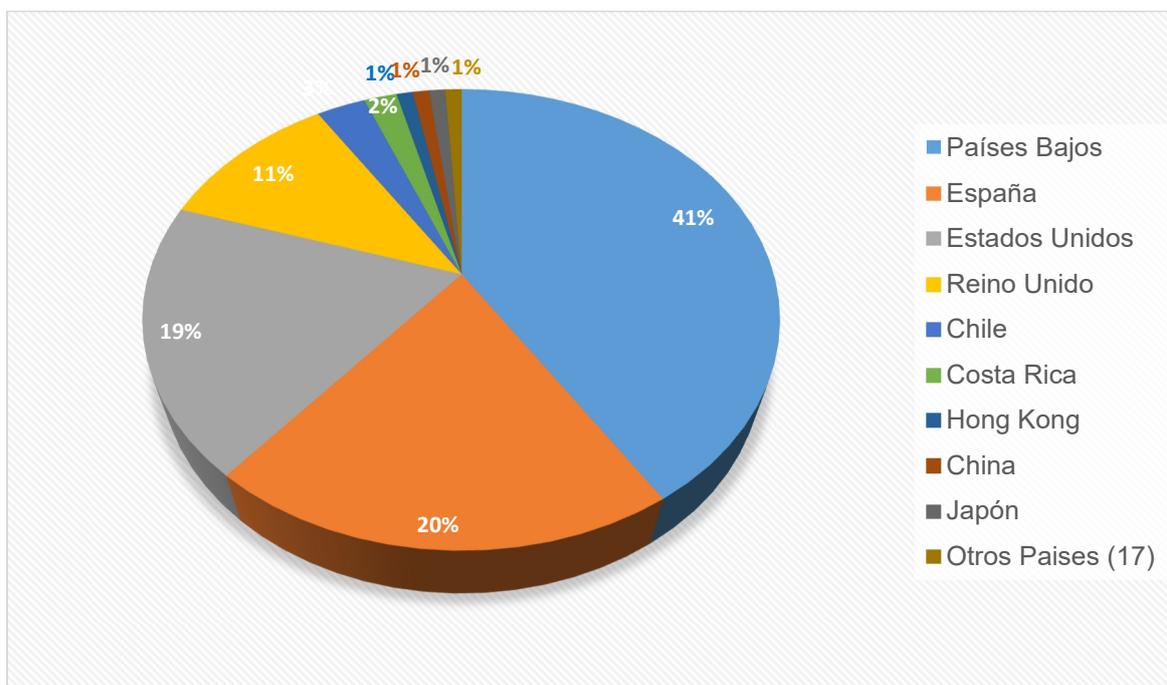


Figura 14: Destinos de exportación de palta Hass según países 2016.

Nota: Elaboración propia. SIICEX (2017).

En la tabla 6, se observa que las exportaciones de palta Hass hacia algunos países manifestaron incrementos considerables para este año 2016, como es el caso de Países Bajos con un 39% con respecto al 2015, con una exportación FOB de US\$ 163.3 millones, así como España con un incremento de 55% con respecto al año anterior con una exportación FOB de US\$ 78 millones. Otros países restringieron su demanda como el caso de EEUU y Chile con exportaciones que se redujeron en 10% y 7% respectivamente con respecto al 2015. En el caso especial de EEUU sería explicada a un informe de InfoHass de México, que indica que la palta Hass peruana habría tenido una maduración irregular en los almacenes norteamericanos, que habría justificado la aplicación de un castigo a sus precios, agregado a esto una intensa campaña promocional desarrollada por México a fin de fortalecer su posición de mercado.

Tabla 6.

Destinos de exportación de palta Hass según países 2016.

Mercado	%Var 16-15	%Part. 16	FOB-16 (miles US\$)
Países Bajos	39%	41%	163,331.42
España	55%	20%	78,076.60
Estados Unidos	-10%	19%	74,545.83
Reino Unido	39%	11%	44,384.44
Chile	-7%	3%	12,479.69
Costa Rica	129%	2%	7,294.71
Hong Kong	382%	1%	4,699.59
China	4308%	1%	4,580.12
Japón	5182%	1%	2,050.06
Otros Países (17)	--	1%	5,258.51

Nota: Elaboración propia. SIICEX (2017).

El cultivo de la palta Hass se localiza principalmente en la costa peruana, valles interandinos y la selva alta, permitiendo a unas regiones liderar con una mayor participación en la exportación que otras.

En la figura 15, Durante el 2016 se exportaron 194 mil toneladas del de palta Hass producidas a nivel nacional, siendo la región Lima la de mayor participación con un 31% del total exportado, siguiéndole La Libertad con 27%, Ica con 16% y Lambayeque 11%, sumando entre estas regiones 86% del total de exportación.

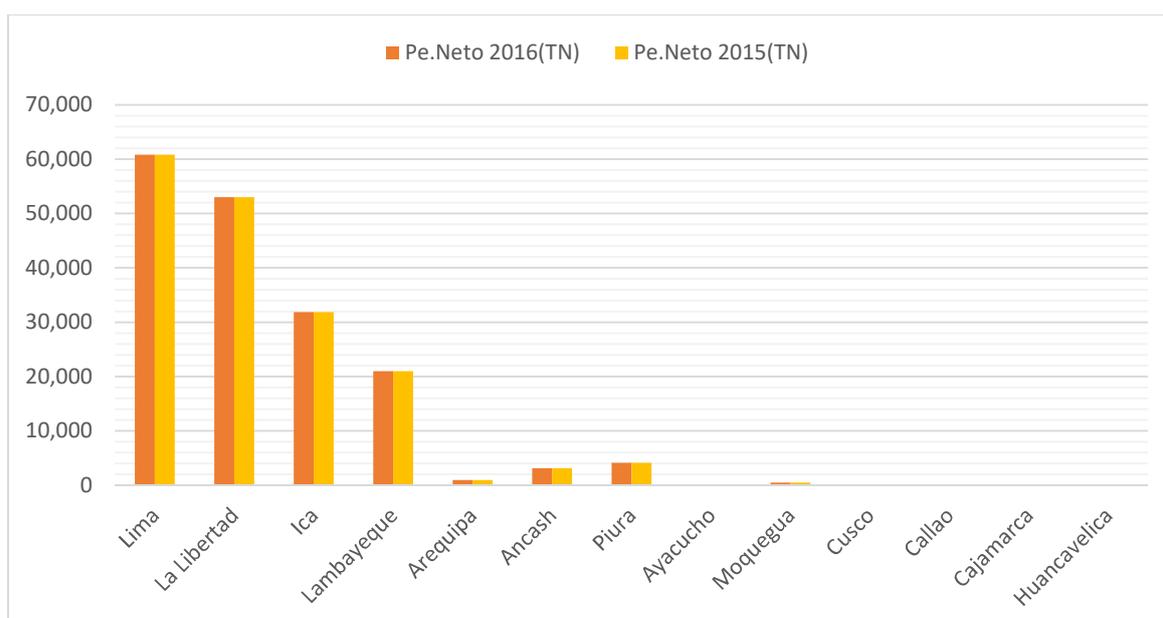


Figura 15. Participación de regiones en la exportación de palta Hass 2015-2016.

Nota: Elaboración propia. SIICEX (2017).

Según SIICEX (2017), las exportaciones de paltas Hass (FOB) en el 2016 llegaron a US\$ 396.7 millones, 30% más que en el año anterior. En la tabla 7, se observa las regiones más representativas que mejor desempeño obtuvieron fue Lima y la libertad con un incremento del 51% y 38% respectivamente. Las regiones de Arequipa y Ayacucho incrementaron su participación con relación al 2015, aunque no generan gran impacto, alimentan la esperanza de que su crecimiento sea constante a futuro.

Tabla 7.

Participación de regiones en exportaciones FOB 2015-2016.

DEPARTAMENTO	FOB2016 Mil(US\$)	FOB2015 Mil(US\$)	%Var 2016-2015
Lima	163,954	108,502	51%
La Libertad	121,275	87,609	38%
Ica	63,570	57,726	10%
Lambayeque	19,799	35,740	-45%
Arequipa	8,756	2,113	314%
Ancash	8,609	6,460	33%
Piura	8,410	7,206	17%
Ayacucho	1,167	42	2670%
Moquegua	496	414	20%
Cusco	335	0	--
Callao	330	285	16%
Cajamarca	0	126	-100%
Huancavelica	0	46	-100%

Nota: Elaboración propia. SIICEX (2017).

Empresas exportadoras.

Según SIICEX (2017), actualmente existen 164 empresas exportadoras de palta Hass activas, las cuales en el periodo 2016 llegaron exportar 194 mil toneladas (figura 16), esto gracias a la participación de las principales empresas como; Sociedad Agrícola Drokasa S.A. con un 19%, Camposol S.A. con 10%, Agrícola Cerro Prieto S.A. con 9%, Consorcio de productores de frutas con 7% al igual que Avocado Packing Company S.A. y finalmente Camet Trading S.A.C. con 5%, estas 6 empresas cubrieron el 91% de la totalidad exportada.

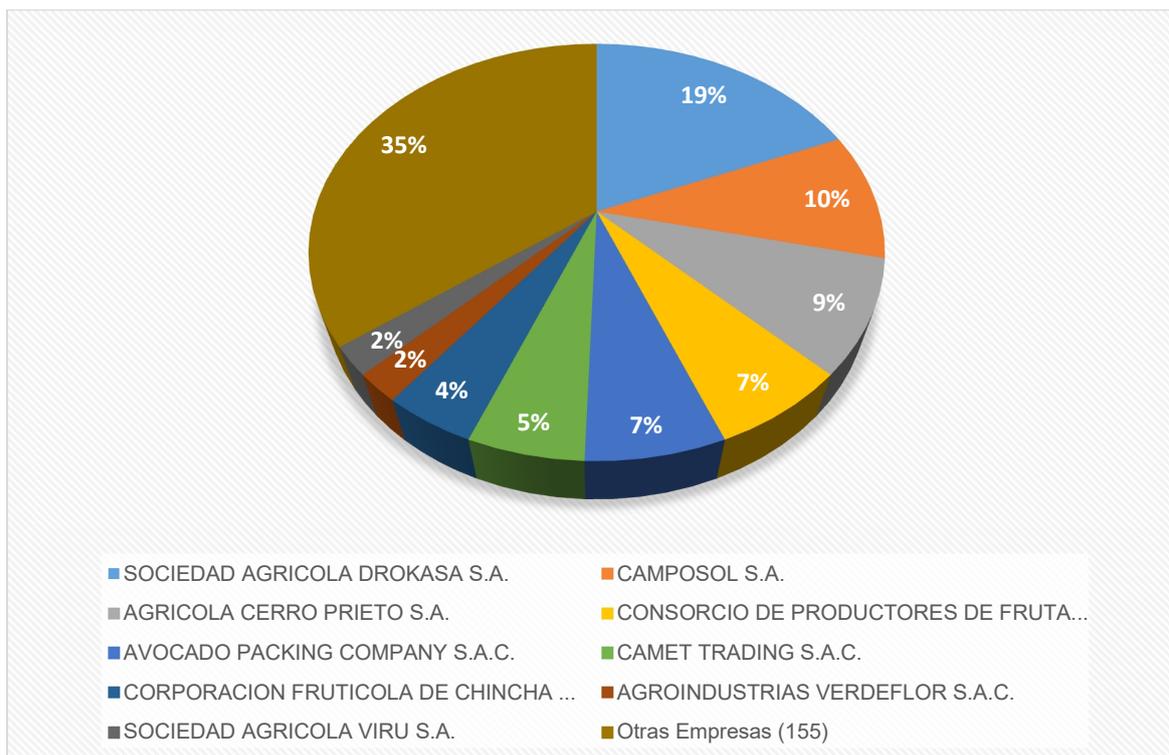


Figura 16. Participación de empresas en la exportación de palta Hass 2016.

Nota: Elaboración propia. SIICEX (2017).

Según SIICEX (2017), las empresas exportadoras de palta incrementaron sus niveles de exportación hasta un 86% en 2016 con respecto al año anterior como se muestra en la tabla 8, como el caso de Sociedad Agrícola Drokasa S.A., otros caso también se registraron con incrementos considerables en ese periodo como el de Avocado Packing Company S.A.C. y Agroindustrias Verdeflor S.A.C. con 67% y 78% respectivamente.

Tabla 8.

Principales empresas exportadoras de palta Hass en el periodo 2016.

Ruc	Empresa	%Var 16-15	%Part. 2016
20325117835	SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	86%	17%
20340584237	CAMPOSOL S.A.	5%	9%
20461642706	AGRICOLA CERRO PRIETO S.A.	10%	8%
20501923428	CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA...	13%	6%
20555757469	AVOCADO PACKING COMPANY S.A.C.	67%	6%
20600876491	CAMET TRADING S.A.C.	--	5%
20410065364	CORPORACION FRUTICOLA DE CHINCHA ...	17%	4%
20386367664	AGROINDUSTRIAS VERDEFLOL S.A.C.	78%	2%
20373860736	SOCIEDAD AGRICOLA VIRU S.A.	52%	2%
	Otras Empresas (155)	--	32%

Nota: Elaboración propia. SIICEX (2017).

Aranceles y TLC.

Los aranceles y los tratados de libre comercio son mecanismos que permiten aperturas de mercados, por ellos es necesario definirlos con claridad.

Según el MEF (s.f.), definió:

“un arancel es un impuesto o gravamen que se aplica sólo a los bienes que son importados o exportados. El más usual es el que se cobra sobre las importaciones; en el caso del Perú y muchos otros países no se aplican aranceles a las exportaciones Existen dos tipos de aranceles, Ad-Valorem y los aranceles específicos. A partir de la combinación de ellos, se genera el arancel mixto”.

Los aranceles se aplican sólo a las importaciones en el Perú, ya sea como una fracción porcentual del bien importado (Ad-Valorem) o como una tasa fija establecida.

En la tabla 9, se observa la clasificación arancelaria otorgada por a la palta Hass de acuerdo al Arancel de Aduanas 2017, otorgado por Aduanas, que tiene como base a la Sexta Recomendación de Enmienda del Consejo de Cooperación Aduanera de la Organización Mundial de Aduanas (OMA).

Tabla 9.

Partida arancelaria de la palta según Aduanas.

Partida	Descripción
0804400000	AGUACATES (PALTAS) , FRESCAS O SECAS
3305100000	CHAMPUES
0811909000	DEMÁS FRUTAS Y OTROS FRUTOS,SIN COCER O COCIDOS EN AGUA O VAPOR,S/AZUC.O EDULC.CONGEL
3305900000	DEMÁS FRUTAS/FRUTOS Y DEMÁS PART. COMESTIB. DE PLANTAS, PREP. O CONSERV. DE OTRO MODO LAS DEMÁS PREPARACIONES CAPILARES
0811909900	LOS DEMÁS

Nota: Elaboración propia. SUNAT (2017).

Según la nueva Nomenclatura ANDINA (NANDINA) de la Comunidad Andina de Naciones (2017), clasificó a la palta (ver tabla 9), en la sección II como producto

del reino vegetal y con la partida y subpartida 080440 identificándolo con el nombre de aguacate o paltas.

Tabla 10.

Partida arancelaria de la palta según NANDINA.

	DESCRIPCIONES
SECCION: II	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
CAPITULO	-
0804	Dátiles, higos, paltas (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.
080440	- Aguacates (paltas)
0804.40.00.00	- Aguacates (paltas)
OBSERVACIONES	Requiere Autorización del Sector Correspondiente. No afecto a la Ley No.28053-Art.1 (Percepción IGV). Incluida en Restitución de Derechos. Categoría de Riesgo Sanitario N° 2 y 3

Nota: Elaboración propia. SUNAT (2017).

Según SUNAT (2017), estableció el arancel aplicado a los aguacates o paltas con subpartida arancelaria 0804.40.00.00 es de 6% en su importación y con 2.5% correspondientes a su seguro para proteger el mercado.

Tabla 11.

Aranceles aplicados a la subpartida arancelaria 0804.40.00.00

Gravámenes Vigentes	valor
Ad / Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	0%
Impuesto de Promoción Municipal	0%
Derecho Específico	No
Derecho Antidumping	N.A.
Seguro	2.5%
Sobretasa	0%
Unidad de Medida	KG
Arancel Básico	0%

Nota: Elaboración propia. SUNAT (2017).

El MEF (s.f.), definió los Tratados de Libre Comercio (TLC) como: “un acuerdo comercial vinculante que suscriben dos o más países para acordar la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios”. Son acuerdos multilaterales entre países.

En la tabla 12, se observa los tratados y convenios comerciales del Perú con distintos países y bloques económicos para la exportación de palta con beneficios arancelarios totales o parciales en un determinado tiempo, siendo algunos casos indeterminado.

Tabla 12.

Tratados y convenios internacionales para el comercio de paltas (08044000)

PAIS	CONVENIO INTERNACIONAL	F. VIGENCIA	%LIB. DE ADV
AR-ARGENTINA	0358-Programa de Liberación Comercial	01/01/2017 - 31/12/2017	100%
BR-BRAZIL	0358-Programa de Liberación Comercial	01/01/2017 - 31/12/2017	100%
CL-CHILE	0338-ALADI (PERU - CHILE) Y CLAUSULA DE NACI	04/10/1999 - 31/12/9999	100%
PY-PARAGUAY	0358-Programa de Liberación Comercial	01/01/2017 - 31/12/2017	100%
UY-URUGUAY	0358-Programa de Liberación Comercial	01/01/2017 - 31/12/2017	100%
US-UNITED STATES	0802-TLC PERU-EE.UU	01/01/2017 - 31/12/2017	100%
CA-CANADA	0803-TLC PERU-CANADA	01/01/2017 - 31/12/2017	100%
SG-SINGAPUR	0804-ALC-PERU-SINGAPUR	01/01/2017 - 31/12/2017	90.00%
CN-CHINA	0805-Tratado de Libre Comercio	01/01/2017 - 31/12/2017	100%
KR-KOREA, REPUBLIC OF	0806-Tratado de Libre Comercio	01/01/2014 - 31/12/2014	100%
JP-JAPAN	0810-TLC-PERU-JAPON	01/04/2016 - 31/12/9999	100%
PA-PANAMA	0811-TLC-PERU-PANAMA	01/01/2017 - 31/12/2017	100%
XE-COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA	0812-ACUERDO COMERCIAL PERU - UNION EUROPEA	01/01/2017 - 31/12/2017	100%
CR-COSTA RICA	0813-TRATADO DE LIBRE COMERCIO - COSTA RICA	01/01/2017 - 31/12/2017	100%
VE-VENEZUELA	0229-VTRATADO DE LIBRE COMERCIO - VENEZUELA	23/09/2013 - 31/12/9999	60.00%
HN-HONDURAS	0814-TRATADO DE LIBRE COMERCIO PERU - HONDUR	01/01/2017 - 31/12/2017	100%
CL-CHILE	0815-MEXICO-COLOMBIA;CHILE-PERU	01/01/2017 - 31/12/2017	100%
CO-COLOMBIA	0815-MEXICO-COLOMBIA;CHILE-PERU	01/01/2017 - 31/12/2017	100%
MX-MEXICO	0815-MEXICO-COLOMBIA;CHILE-PERU	01/01/2017 - 31/12/2017	100%
NO-NORWAY	0807-Tratado de Libre Comercio-EFTA	01/01/2017 - 31/12/2017	0.00%
IS-ICELAND	0807-Tratado de Libre Comercio-EFTA	01/01/2017 - 31/12/2017	100%

Nota: Elaboración propia. SUNAT (2017).

Logística.

Un elemento importante para las exportaciones es la capacidad logística interna y externa que posea el país, a continuación, se define este importante elemento:

Según Ferrel y Hirt (2004), definieron la logística como "una función operativa importante que comprende todas las actividades necesarias para la obtención y administración de materias primas y componentes, así como el manejo de los productos terminados, su empaque y su distribución a los clientes" (p.282). Es decir, es la actividad operativa que administra, maneja y distribuye los productos hasta el cliente.

Mientras que Lamb y Hair (2002), lo definieron como "el proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del punto de origen al de consumo" (p.383). En resumen, administra y almacena el producto en sus distintos estados.

Para Franklin (2004), explicó que la logística es "el movimiento de los bienes correctos en la cantidad adecuada hacia el lugar correcto en el momento apropiado" (p.362). La logística determina el flujo y almacenamiento eficiente de productos, pero también la logística participa como elemento importante en la cadena de procesos desde la producción a la venta o llamado cadena logística o suministro.

Según Guasch (2011), explicó que la cadena logística agrícola comprende fases similares para todos los productos, pero existen diferencias sustanciales en el tratamiento de cada producto. Estas diferencias pueden surgir por diversos factores: el nodo de producción y sus condiciones climatológicas, geográficas y económicas, el mercado al cual se destinan los productos, la manipulación, transporte y refrigeración, entre otros. Todas estas distinciones se traducen a su vez en diferentes magnitudes de costos y plazos logísticos.

Para el MINCETUR (2016), explicó que las etapas de la cadena de suministro de un producto comprenden el punto de producción, el centro de acopio donde se concentran la carga de distintos puntos de producción, el lugar de procesamiento del producto que en este caso solo incluye actividades menores como limpieza, refrigeración, almacenamiento del cultivo, etiquetado y embalaje, el traslado de la carga al mercado mayorista y minorista, si el destino es el mercado interno; o el traslado al puerto, si el destino es el mercado internacional.

En la figura 17, se observa el mapeo de la cadena logística en la exportación de palta Hass en el año 2016, que hace énfasis en una estructuración funcional y territorial permitiendo identificar elementos que intervienen en los procesos.

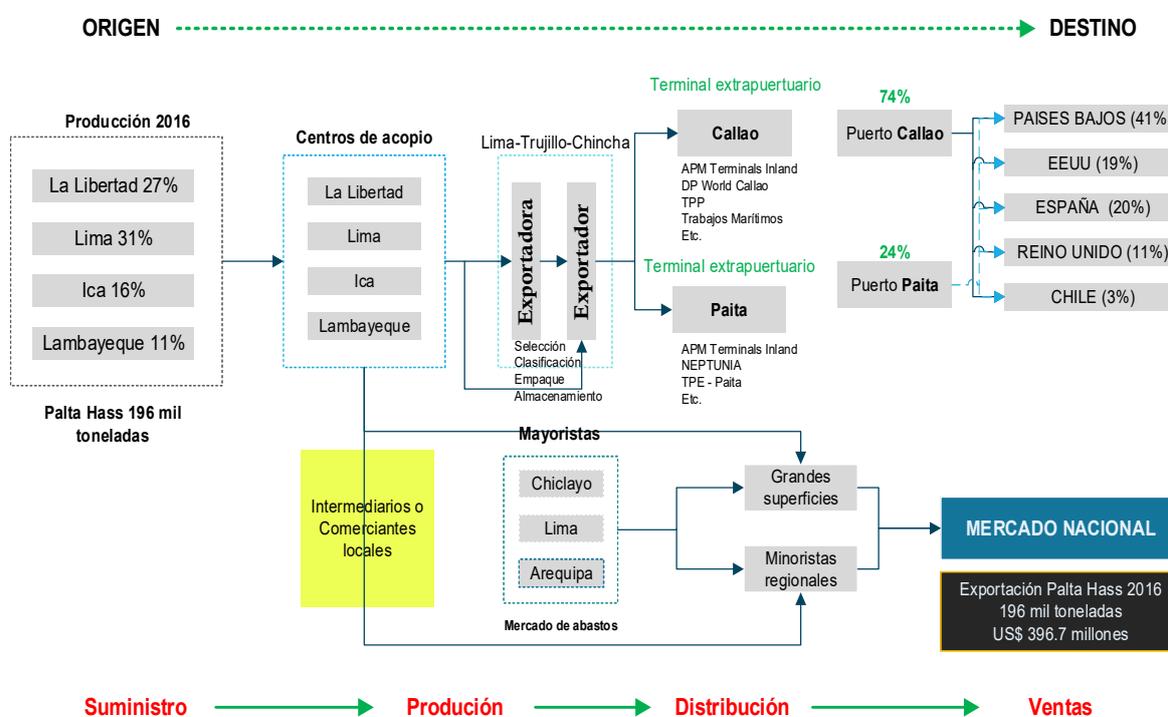


Figura 17. Mapeo de la cadena logística de palta Hass 2016.

Nota: Elaboración propia. SIICEX (2017).

Según SIICEX (2017), determinó que el cultivo de la palta se localiza principalmente en la costa peruana, valles interandinos y la selva alta. Durante el 2016 se cosecharon más de 268 mil toneladas del fruto siendo La Libertad (27% del total), Lima (31% del total), Ica (16%) y Lambayeque (12% del total) las principales regiones, destacando en un segundo nivel Ancash (2%) y Arequipa (1%).

Para el MTC (2014), explicó que la producción de paltas se destina al consumo en su mayoría al a través de productos de baja calidad y precio, destinando la variedad Hass al mercado de exportación debido a su mayor concentración de aceite que generan precios y márgenes mayores. En la actualidad hay una tendencia de ofrecer productos de mayor calidad a través de supermercados para el consumidor nacional a ritmo de una expansión de las redes de distribución y comercialización. El pico de cosecha de palta en el Perú se produce normalmente en el mes de mayo y junio, iniciando a cosecharse en ascenso en enero, y terminando en descenso en el mes de setiembre. La fruta cosechada se almacena temporalmente en centros de acopio (normalmente de productores o exportadores) presentes en las regiones de Lima, La Libertad, Lambayeque e Ica para su posterior distribución al mercado interno o externo. El transporte que se utiliza normalmente para este proceso son mediante camionetas pickups en la cual se apilas las cajas de las paltas cosechadas. Las instalaciones de los principales exportadores se sitúan en Lima, Trujillo y Chincha donde se realiza la selección, clasificación por calibración, empaque y almacenamiento de las paltas en cajas listas para exportar. Los exportadores pueden poseer su empacadora o subcontratar este servicio a terceros, algunas de ellas poseen cámaras de frío que permite conservar y recortar distancia de la cadena de suministro mejorando notablemente la calidad de la palta. El transporte utilizado desde los centros de acopio a las empaquetadoras o instalaciones de los exportadores se realizan en camiones de baja y media capacidad, con el toldo descubierto y con las cajas de paltas apiladas, la baja calidad del transporte produce mermas en los productos como consecuencia de los golpes sufridos en el trayecto.

El transporte internacional de las paltas se realiza principalmente por vía marítima casi en su totalidad con un 99% (ver tabla 13), en contenedores debidamente refrigerados mediante los puertos del Callao con el 74% y Paita con el 24% del total exportado (ver tabla 14). Para embarcar por ambos puertos es necesario utilizar los servicios de terminales extra portuarios como Ramsa, Neptunia, Alconsa entre otros.

En la tabla 13, se observa que por la vía marítima se exportaron para el 2016 US\$ 393.5 millones en FOB, un incremento del 30% con respecto al año anterior. La vía aérea también se incrementó en un 36%, estos incrementos se dieron como consecuencia de descenso de la vía terrestre que registro un -20%.

Tabla 13.

Vías de embarque para la exportación de palta Hass 2015-2016.

VIA TRANSP.	FOB2016 Mil(US\$)	Pe.Netto 2016(TN)	FOB2015 Mil(US\$)	Pe.Netto 2015(TN)	%Var 2016- 2015
Marítima	393,538	192,040	302,998	173,078	30%
Carretera	1,751	1,408	2,190	2,132	-20%
Aérea	1,412	650	1,042	484	36%
Postal (Aduana Postal)	0	0	40	22	-100%

Nota: Elaboración propia. SIICEX (2017).

Por otro lado, en la tabla 14, se observa que el puerto que registró mayor salida de las exportaciones fue el Callao con US\$ 302.4 millones, 35% más que el año anterior, siguiéndole el puerto de Paita con US\$ 92 millones y un crecimiento de 14%. Siendo estos dos puertos los principales abarcando más del 95% de nuestras exportaciones de palta Hass.

Tabla 14.

Puertos de embarques de palta Hass 2015-2016.

Puertos	FOB2016 Mil(US\$)	Pe.Netto 2016(TN)	FOB2015 Mil(US\$)	Pe.Netto 2015(TN)	%Var 2016- 2015
Callao	302,440	145,106	224,031	125,647	35%
Paita	92,071	47,381	80,572	48,281	14%
Otros		1,610	1,668	1,788	75%
Pisco	606	327	404	256	50%
Ilo	496	624	414	513	20%
Tacna	476	340	220	248	116%
Lima	408	184	375	167	9%
Ancón	0	0	62	24	-100%

Nota: Elaboración propia. SIICEX (2017).

Según el MTC (2014), determinó que el transporte desde el exportador hasta el puerto es a través de los terminales extra-portuarios u operadores logísticos que se encargan de realizar todos los trámites de reservar espacio en buque, retiro del contenedor del depósito, consolidación en origen y posterior traslado hasta el terminal asignado. Los pequeños y medianos exportadores utilizan normalmente

empresas exportadoras especializadas con calidad de servicio reducido para evitar costos de almacenaje de los operadores. La mayor frecuencia de los envíos se presenta que los meses de abril, hasta llegar a su pico de demanda en los meses de junio, julio y agosto. La palta es una fruta fresca que combina con ensaladas y comidas ligeras en el verano y que forman parte de la dieta americana y europea en esta época. Para la exportación de palta al mercado extranjero se debe establecer una logística de distribución a través de canales, en esta ocasión como destino a Canadá.

Según MINCETUR (2015), explicó que el Perú tiene servicio vía aérea y marítima hacia Canadá. El transporte aéreo se hace a través del aeropuerto Pearson Internacional (Toronto). El transporte marítimo se realiza a través de los puertos de Vancouver (British-Columbia), Halifax (Nueva Escocia), Toronto (Ontario) y Montreal (Quebec), a través de terceros encargados del embarque, navegación, manejo y almacenaje como las líneas navieras de HAMBURG SÜD, MAERSK LINE, HAPAG-LLOYD y MSC. Otro medio para agilizar y economizar el transporte es trasportarlos desde los puertos New Jersey y Pennsylvania por vía terrestre.

En las tablas 15,16 y 17, se observan las vías de acceso al mercado de Canadá a través de distintos operadores marítimos y aéreos, considerando los tiempos estimados de tránsito y la frecuencia con la que regularmente operan en el Perú.

Tabla 15.

Rutas marítimas operativas Perú – Canadá.

Ruta marítima	Carrier	Tiempo de tránsito	Frecuencia
Callao - Halifax Canadá	HAPAG-LLOYD	16 días	Semanal
	MSC	20 días	
Callao - Montreal Canadá	MAERSK LINE	26 días	Semanal
	HAPAG-LLOYD	18 días	
Callao - Toronto Canadá	MAERSK LINE	25 días	Semanal
	HAPAG-LLOYD	19 días	
	MAERSK LINE	21 días	
Callao - Vancouver Canadá	HAPAG-LLOYD	22 días	Quincenal
	HAMBURG SÜD	22 a 25 días	Semanal

Nota: Elaboración propia. MINCETUR (2015).

Tabla 16.

Vuelos comerciales Perú – Canadá.

Aerolínea	Tránsito	Tiempo	Frecuencia
AIR CANADA	Lima - Toronto	8 horas	3 veces por semana
CONTINENTAL	Lima - Houston	8 horas	Según requerimiento
	Houston - Toronto	5 horas	

Nota: Elaboración propia. MINCETUR (2015).

Tabla 17.

Vuelos cargueros Perú – Canadá.

Aerolínea	Tránsito	Tiempo	Frecuencia
POLAR	Lima - Miami	8 horas	12 veces por semana en temporada alta 3 veces por semana en temporada baja
	Miami - Toronto	5 horas	
MARTANAIR	Lima - Miami	8 horas	2 veces por semana
	Miami - Toronto	5 horas	
CIELOS	Lima - Miami	8 horas	1 vuelo por día
	Miami - Toronto	5 horas	

Nota: Elaboración propia. MINCETUR (2015).

Según MINCETUR (2015), determinó que las principales zonas de comercialización de Canadá son Toronto, Montreal y Vancouver. La distribución aquí se basa en la entrega del productor o exportador, al corredor, al mayorista y finalmente al minorista. Los productores podrían establecer cooperativas con el fin de mejorar la calidad y cumplimiento de los requisitos solicitados para establecer comercio de exportación con Canadá. El exportador o importador emplean los servicios de corredores de frutas y verduras, el cual cobra una comisión por su trabajo. Los mayoristas cuentan con un permiso para importar y tranzar con frutas y verdura, que les permite operar canales de distribución como las tiendas de cadena, las tiendas especializadas y distribuidores que prestan servicio a instituciones, hoteles y restaurantes. Los supermercados ofrecen una gama amplia de productos que frutas y verduras frescas. En las tiendas especializadas o independientes las compras se hacen por medio de importadores o mayoristas. El sector minorista de Canadá en lo que se refiere a frutas y verduras está representado en 71% por seis cadenas alimentarias: Loblaw Companies Ltd. (32.0%), Sobeys Canada Inc.

(14.7%), Canada Safeway Ltd. (7.4%), Metro-Richelieu Inc. (7.0%), A&P (5.9%) y Costco Foods (4.8%).

Según el MTC (2014), explicó que la palta Hass que no se llega a exportar, se distribuyen a los principales mercados nacionales, las cuales son: Mayoristas; Principales mercados de abastos del país, localizados en la Victoria en Lima, Moshoqueque en Chiclayo y de Arequipa que reciben a diario cargamentos de paltas enviados por los agricultores a través de intermediarios que operan entre la urbe y el campo. El transporte lo organiza los productores o intermediarios y el precio de venta se establece en el puesto en el mercado de abastos, dicho transporte proveniente del productor puede tener ventas asignadas a más de un comerciante. Los mercados de abastos centrales sirven como centros de distribución para los mercados minoristas locales y los mercados regionales. Minoristas regionales: Minoristas urbanos que comercializan con el cliente final en los mercados locales. Realizan su aprovisionamiento de los mercados de abastos y mayoristas, o centros de acopio, directamente con los productores. El transporte se realiza bajo reducidos estándares de calidad y una oferta limitada en vehículos particulares (taxis, pick-ups, etc.), aumentando las mermas de los productos y la calidad de los mismos. Grandes supermercados: la venta de productos hortofrutícolas frescos a través de supermercados de cadenas como Tottus, Plaza Vea, Wong y Metro actualmente acumula el menor grueso del total de flujos, pero a medida que dichas compañías aumentan su presencia en las provincias y evoluciona el estilo de vida de los peruanos se espera que crezcan en el medio plazo. Dichos supermercados operan un esquema de distribución central, con uno o dos centros de distribución nacionales localizados en Lima en los distritos de Santa Anita o Villa el Salvador. En el caso de las paltas, el aprovisionamiento desde los productores hacia los centros de distribución nacional en Lima, en camiones enteros contratados en este caso por los mismos productores, pero bajo los estándares de calidad impuestos por la cadena de supermercado.

1.3. Justificación

Justificación Teórica.

La tesis aporta información relevante sobre las evoluciones de las importaciones de Canadá con respecto a la palta Hass como consecuencia del incremento de su demanda, para poder contrastar con la producción y exportaciones peruanas en el tiempo, permitiendo buscar relaciones que nos permitan tomar decisiones comerciales coherentes. Además de ello, esta tesis busca ser tomada como antecedente para futuras investigaciones en la cual se puedan ampliar o tomar como referencia los constructos encontrados sobre el tema.

Justificación Práctica.

La presente investigación se enfoca en dar información coherente sobre las posibilidades que existe de ver a Canadá como un mercado viable en el tiempo mediante dimensiones que muestra su evolución de demanda y los fenómenos que podrían alterar los precios para poder contrastar con la capacidad exportadora peruana con dimensiones que determinan la evolución de producción de palta Hass y la infraestructura logística que esta necesita. Los resultados permitirán dilucidar a través de encuestas si existe el nivel de relación marcada entre la demanda de Canadá y la oferta peruana.

Justificación Metodológica.

Para la siguiente tesis se usó un método deductivo para determinar una relación entre las variables de estudio, realizando procesamiento de datos cuantitativos recopilados por un instrumento validado por expertos y software de análisis estadístico que verifican la validez y confiabilidad de dicho instrumento. Los instrumentos utilizados fueron dos cuestionarios, uno de ellos aplicados a un grupo considerable de trabajadores logísticos y otro a consumidores de Canadá.

1.4 Problema.

1.4.1 Realidad Problemática.

En un mundo tan vertiginoso en crecimiento demográfico, en donde la necesidad de vivienda incita a la urbe poblar lugares de cultivo y reduce las áreas productivas nos invita a reflexionar sobre la importancia de hallar alimentos ricos en nutrientes que nos permita subsistir ante los cambios que se avecina.

No es posible realizar un desarrollo sostenible si no se erradican el hambre y la desnutrición, indicó la FAO en un documento titulado Hacia el futuro que queremos preparado para la Cumbre de Río en el 2012. El informe insta a los Gobiernos a establecer y proteger los derechos a los recursos, especialmente para los pobres, e incorporar incentivos para el consumo y la producción sostenibles en los sistemas alimentarios. (FAO, 2012).

En la región a Norte de América, muchos países han optado en incentivar el cultivo orgánico debido a la demanda de los consumidores modernos por productos orgánicos como referencia de calidad para su vida saludable. De acuerdo con la encuesta realizada por la empresa Environics International, en Canadá el 18% de la población es consumidor regular de alimentos orgánicos; el 22% ha comprado en varias ocasiones y el 31% uno o dos veces por mes (Bancomext, 2005).

En la actualidad los precios de la palta Hass se encuentra en niveles exorbitantes (3 a 3.2 euros por kg. en España) debido a la caída de la oferta de la principal zona productora de palta en México, como es Michoacán, generando una caída estimada de 30% en su exportación nacional. A esto se le suma la fuerte sequía que azota California produciendo desabastecimiento en EEUU (MINAGRI, 2017).

El Perú no es ajeno a los cambios, recientemente sufrió los impactos de fenómeno del Niño Costero, especialmente en las regiones de La Libertad, Lima, Ica y Ancash, generando el incremento de la temperatura que ha impactado en la

floración de las plantaciones de paltos, además de las intensas lluvias producidas que han destruido parte de la infraestructura física (canales de riego y carreteras) y que tomara tiempo restablecer. Sin embargo, hay zonas que no han sufrido el impacto climatológico en la parte sur del país (Arequipa, Puno, Cusco), centro (Junín, Ayacucho), entre otras zonas que se espera que compense las pérdidas obtenidas por este fenómeno (MINAGRI, 2017).

El Perú tiene todas las condiciones como potencial exportador de paltas en ser líder a nivel mundial con mayor presencia en sus mercados donde participa y nuevos mercados que pueda conquistar como Canadá que debido a su próspera economía y el crecimiento de su mercado permite vislumbrar un plan de exportación viable.

1.4.2. Formulación del problema

Problema general.

¿Cuál es la relación entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017?

Problemas específicos.

¿Cuál es la relación entre la demanda dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017?

¿Cuál es la relación entre los precios dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017?

1.5 Hipótesis

Hipótesis general.

Existe relación entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

Hipótesis específicas.

Existe relación entre la demanda dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

Existe relación entre los precios dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

1.6. Objetivos de la investigación

Objetivo general.

Determinar la relación entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

Objetivos Específicos.

Determinar la relación entre la demanda dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

Determinar la relación entre los precios dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

II. Marco metodológico

2.1 Variable:

Variable 1 Evolución del mercado de Canadá

Definición conceptual.

“El mercado es un conjunto de compradores reales y potenciales de un producto que comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio” (Kotler, 2004).

Variable 2 Exportación de palta Hass

Definición conceptual.

“La exportación definitiva en adelante exportación, es el régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de las mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior y no está afectada a tributo alguno” (SUNAT, 2017).

2.2 Operacionalización de las variables: Evolución del mercado de Canadá y exportación de palta Hass

Tabla 18.

Operacionalización de la variable Evolución del mercado de Canadá.

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Niveles	Rangos
Oferta	Importaciones	1 a 5	Ordinal	Nunca	Pésimo: de 20 a 29 Medio : de 30 a 39 Óptimo: de 40 a 49
	Consumidor			Casi nunca	
	Producción interna			A veces	
Demanda	Estacionalidad	6 a 10		Casi siempre	
	Ingreso Per cápita			Siempre	
	Inflación				

Nota: Elaboración propia.

Tabla 19.

Operacionalización de la variable exportación de palta Hass.

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Niveles	Rangos
Oferta	Producción nacional	1 a 5	Ordinal	Nunca	Pésimo: de 20 a 30 Medio: de 31 a 40 Óptimo: de 41 a 50
	Rendimiento			Casi nunca	
	Áreas cosechadas			A veces	
	Calidad			Casi siempre	
Demanda	Exportación bruta	6 a 10		Siempre	
	Empresas exportadoras				
	Aranceles y TLC				
	Logística				

Nota: Elaboración propia.

2.3. Metodología

Se utilizó el método hipotético deductivo debido a que es un procedimiento racional que según Dávila (2016), “permite establecer las premisas en silogismos que proporcionan la prueba decisiva para la validez de una conclusión” (p.184).

Al respecto Hernández, Fernández y Batista (2014), definieron: El método hipotético deductivo es una técnica que utiliza el científico para ejecutar las actividades de un sistema. Este método posee diversas etapas primordiales: contemplación del fenómeno de estudio, formación de una hipótesis para fundamentar dicho fenómeno, predicción de resultados o enunciados más primordiales que la propia hipótesis y revisión o comprobación de la verdad de las declaraciones deducidas de manera empírica (p.49).

En cuanto al enfoque cuantitativo Kerlinger (2009), especificó: La perspectiva cuantitativa utiliza la recopilación de data para corroborar hipótesis de acuerdo a la medición numérica y evaluación estadística para instaurar guías de tendencia y probar conjeturas. El proceso de estudio cuantitativo tiene las siguientes etapas: se formula un problema de estudio delimitado y definido, se examina la literatura que se ha indagado sobre la cual se cimienta una base teórica la presunción que habrá de dirigir su investigación, de esta teoría proviene la

hipótesis y se expone a test la hipótesis mediante el manejo de diseños de indagación adecuada, el investigador recopila data numérica de los objetos, fenómenos o integrantes para conseguir resultados que la investigación evalúa a través de técnicas estadísticas (p.5).

Es por ello, para ejecutar el proceso de investigación se empleó el método científico acorde al diseño del estudio establecido en el proyecto de tesis para lo cual se ha elaborado un instructivo sólido, precisado de forma estructurada para la obtención del conocimiento científico. Además, se ha empleado métodos de contemplación, correlación, hipotético – deductivo, de evaluación y síntesis perfeccionado con el método estadístico. Técnicas que acceden observar el fenómeno a estudiar y los elementos de evaluación del trabajo en campo y; que una vez tabulados y procesado la información se obtiene la data usando el software SPSS-23.

2.4. Tipos de estudio.

Hernández *et al.* (2014) indican que “la investigación básica es también conocida como investigación teórica, pura o fundamental, está destinada a aportar a un cuerpo organizado de conocimientos científicos y no produce necesariamente resultados de utilidad práctica inmediata” (p. 36).

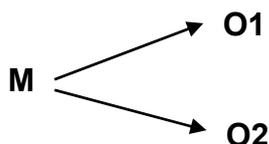
2.5. Diseño de investigación

La presente tesis es de diseño no experimental - transversal.

No experimental, porque de acuerdo a Hernández *et Al.* (2014), los diseños no experimentales son “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p. 205). En la investigación no se manipula variables alguna, solo se extrae información para su análisis.

Es transversal, porque de acuerdo a *Hernández et. al* (2014) sostiene que: “recolectan datos en un solo momento y tiempo único donde su propósito es descubrir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento” (p.289). En la investigación sólo se toman datos en un momento determinado para su interpretación y posterior inferencia.

El diagrama representativo de este diseño es el siguiente:



Donde

M = Muestra de estudio

O1: Variable 1

O2: Variable 2

R: Relación entre las variables

Nivel de estudio.

La presente investigación es descriptiva y correlacional. A continuación, se explica el sustento para su clasificación.

Investigación descriptiva. Mejía (2005) “Las investigaciones descriptivas son las que pretenden decir cómo es la realidad. La descripción científica es muy importante porque constituye la primera aproximación sistemática al conocimiento de la realidad” (p.30). En la presente investigación se describe las dos variables en su contexto actual basándonos en documentos oficiales gubernamentales.

Correlacional. Mejía (2005) menciona “que parten de la siguiente formulación: ¿existe relación entre a y b?, en donde a, es una variable y b es otra, pero no pretenden establecer relación de causa a efecto entre ellas. Son investigaciones descriptivas relacionales no causales” (p.31). Esta investigación busca determinar si existe o no una relación entre la evolución de una variable y la repercusión en la otra variable.

2.6. Población, muestra y muestreo

2.6.1. Población.

El universo poblacional está constituido en dos grupos. La población 1 este compuesto por habitantes de Canadá comprendidas entre las edades de 18 y 65 años, correspondiendo al 67.2% (24.3 millones de habitantes) del total de habitantes de Canadá. La población 2 está compuesto por un grupo considerable de operadores logísticos y/o exportadores con experiencia, su población real es desconocido debido a que no existe registro.

2.6.2. Muestra.

Se entiende por muestra según Sotelo (2013), al "subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible" (p.83). Es decir, se extrae una porción lo suficientemente representativo de una población para poder inferir en generalizaciones.

Para Mejía (2005), en "este tipo de muestras dirigidas o intencionales, la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las condiciones que permiten hacer el muestreo, acceso o disponibilidad, conveniencia" (p. 48). La selección de muestra en esta investigación fue tomada bajo mecanismo informal y no se asegura una representación total de la población.

La muestra tomada para esta investigación está compuesta por dos grupos; por un lado, un grupo de (386) operadores afines a la exportación de productos y con conocimientos logísticos y, por otro lado, una muestra representativa de consumidores y posibles consumidores de Canadá (386 individuos), comprendidos entre la edad de 18 y 67 años. El resultado permitirá inferir en el total de la población. La muestra fue tomada bajo mecanismo informal y no se asegura una representación total de la población.

2.6.3. Muestreo.

En el caso de la población 1, se empleó un grupo representativo de 386 personas como resultado de la aplicación de un software de fórmulas complejas llamada Raosoft, este grupo está compuesto por habitantes de Canadá entre los 18 y 65 años de edad (67.2 % del total de habitantes) si discriminación de sexo. Con el resultado de esta muestra se busca inferir en una población de 24.3 millones de Canadá.

En el caso de la población 2, se empleó un grupo de 386 operadores logísticos con experiencia en exportaciones o afines en los distintos puntos de embarques a nivel nacional. Esta muestra fue tomada bajo mecanismo informal y no se asegura una representación total.

2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica de recolección de datos.

Para recolectar la información se empleó técnicas e instrumentos validados por expertos, en esta ocasión la técnica utilizada fue la encuesta debido a la modalidad de estudio y el tiempo limitado para su aplicación, y como instrumento se utilizó el cuestionario. Estos cuestionarios contenían ítems a ser respondidos mediante la escala Likert, y fueron contruidos en relación con los procedimientos de la operacionalización de las variables.

Instrumento de recolección de recolección de datos.

Ficha técnica 1.

Para medir la variable evolución del mercado de Canadá.

Nombre: Evolución del mercado de Canadá.

Autor: Vílchez, J (2017).

Validado: Sotelo, C (2017).

Objetivo: Determinar el nivel de evolución del mercado de Canadá y en sus dos dimensiones.

Lugar de aplicación: A través de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram).

Forma de aplicación: Directa.

Duración de la aplicación: 15 minutos.

Puntuación: La escala de medición es tipo Likert, las respuestas que los sujetos pueden entregar son las siguientes:

(5) Siempre, (4) Casi siempre, (3) A veces, (2) Casi nunca y (1) Nunca.

Baremo:

Óptimo: de 40 a 49.

Medio: de 30 a 39.

Pésimo: de 20 a 29.

Ficha técnica 2.

Para medir la variable exportación de palta Hass.

Nombre: Evolución de exportación de palta Hass.

Autor: Vílchez, J (2017).

Validado: Sotelo, C (2017).

Objetivo: Determinar el nivel de evolución de exportación de palta Hass y en sus dos dimensiones.

Lugar de aplicación: A través de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram).

Forma de aplicación: Directa.

Duración de la aplicación: 15 minutos.

Puntuación: La escala de medición es tipo Likert, las respuestas que los sujetos pueden entregar son las siguientes:

(5) Siempre, (4) Casi siempre, (3) A veces, (2) Casi nunca y (1) Nunca.

Baremo:

Óptimo: de 41 a 50.

Medio: de 31 a 40.

Pésimo: de 20 a 30.

2.7.1. Validación y confiabilidad de los instrumentos

Confiabilidad.

Posteriormente, se calculó la confiabilidad de consistencia interna de los instrumentos mediante el Alfa de Cronbach, cuyos resultados se pueden ver en la tabla 20. Se observó que el coeficiente Alfa de Cronbach es de 0.818 para 10 ítems de variable evolución del mercado de Canadá y de 0.852 para los 10 ítems de la variable Las exportaciones de palta Hass. Este valor indica que la confiabilidad es alta para las dos variables de estudio.

Tabla 20.

Confiabilidad de los instrumentos Evolución del mercado de Canadá y la evolución exportaciones peruanas de palta Hass.

	N de ítems	Alfa de Cronbach
Variables		
Evolución del mercado de Canadá	10	0,818
Las exportación de palta Hass	10	0,852

Nota: Elaboración propia.

Validez.

Validez de contenido.

Se utilizó la validez de contenido de los instrumentos: Evolución del mercado de Canadá y la evolución exportaciones peruanas de palta Hass, a través del juicio de expertos. Los expertos son catedráticos de la Escuela de Postgrado de la UCV:

1. Dr. Carlos Sotelo Estacio.
2. Dr. Leónidas Bravo Rojas.
3. Dr. Jorge Malpartida Gutiérrez.

Tabla 21.

Validación del instrumento: Evolución del mercado de Canadá.

	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Total
Coherencia	Si	Si	Si	Si
Pertinencia	Si	Si	Si	Si
Relevancia	Si	Si	Si	Si

Nota: Elaboración propia.

Tabla 22.

Validación del instrumento: Evolución exportaciones peruanas de palta Hass.

	Experto 1	Experto 2	Experto 3	Total
Coherencia	Si	Si	Si	Si
Pertinencia	Si	Si	Si	Si
Relevancia	Si	Si	Si	Si

Nota: Elaboración propia.

Validez de constructo.

La validez de constructo según Mejía (2005) “trata de establecer en qué medida la prueba tiene en cuenta los aspectos que se hallan implícitos en la definición teórica del tema a medirse” (p. 72). En la investigación se busca establecer el grado de correspondencia entre los resultados de la prueba realizada y los conceptos teóricos expuestos y que se pretenden medir.

En la Tabla 23, se observan los resultados del análisis de correlación por ítems con r Pearson correspondiente a las dos variables de estudio: Evolución del mercado de Canadá y exportación de palta Hass. Se aprecia que todos los ítems tienen un coeficiente de correlación sobre 0,33, confirmando que son válidos para constituir el instrumento final.

Tabla 23.

Análisis de ítems-test de variables evolución del mercado de Canadá y exportación de palta Hass.

Evolución del mercado de Canadá				Exportación de palta Hass			
Items	R Pearson	Items	R Pearson	Items	R Pearson	Items	R Pearson
1	,371	6	,349	1	,714	6	,369
2	,822	7	,734	2	,336	7	,392
3	,402	8	,875	3	,856	8	,368
4	,421	9	,347	4	,406	9	,698
5	,726	10	,579	5	,835	10	,856

Nota: Validación en la construcción del instrumento a través de la relación ítem instrumento a través de r Pearson.

Técnicas de recojo de información.

Las técnicas adicionales que se usaron para el manejo de información fueron de análisis documental, y de análisis estadístico.

El Análisis Documental; porque me permitió seleccionar cifras recopiladas importantes a fin de ver generar el contexto más claro y determinar las condiciones que podrían expresarnos una tendencia.

Al respecto Sotelo (2013), señaló el Análisis Estadístico; se utiliza en dos niveles, el primero para realizar análisis descriptivos sobre las variables de la investigación, y el segundo para realizar un análisis inferencial porcentual con el fin de expresar los resultados.

El análisis estadístico nos ha permitido procesar los datos que surgieron del estudio de la muestra poblacional, en este caso dos. Los datos obtenidos mediante los dos cuestionarios de acuerdo a las variables; mercado de Canadá y exportación de palta Hass; se han podido describir, analizar e interpretar de acuerdo a los objetivos e hipótesis sostenidos en la tesis.

2.8. Método de análisis de datos

El método que se utilizó para el análisis de datos fue estadístico, en sus dos niveles: Descriptivo e Inferencial. Siguiendo el protocolo siguiente:

Se tabularon y organizaron los datos en una matriz de datos donde se consignaron los resultados en tablas y figuras, de las cuales se pueden leer frecuencias y porcentajes de las dos variables materia de estudio.

Luego se estableció el contraste de las hipótesis mediante la prueba no paramétrica Rho de Spearman para determinar el grado de relación existente entre las variables y dimensiones planteadas; a razón que ambas variables fueron de medida cualitativa categórica y no siendo necesario la prueba de normalidad.

Finalmente, se consigna los gráficos de barras, los cuales confirman la correlación existente entre las variables en estudio.

III. Resultados

3.1 Descripción de las variables

En el presente capítulo se describe la información recogida de consumidores y/o posibles consumidores de Canadá que tengan referencia sobre el consumo de palta Hass, y sobre los operadores logístico y/o exportadores sobre las condiciones de que ofrece el mercado peruano.

Tabla 24.

Nivel de evolución del mercado de Canadá de acuerdo a los consumidores o posibles consumidores de palta Hass.

	Frecuencia	Porcentaje
Pésimo	96	24.9
Medio	199	51.6
Óptimo	91	23.6
Total	386	100

Nota: Elaboración propia.

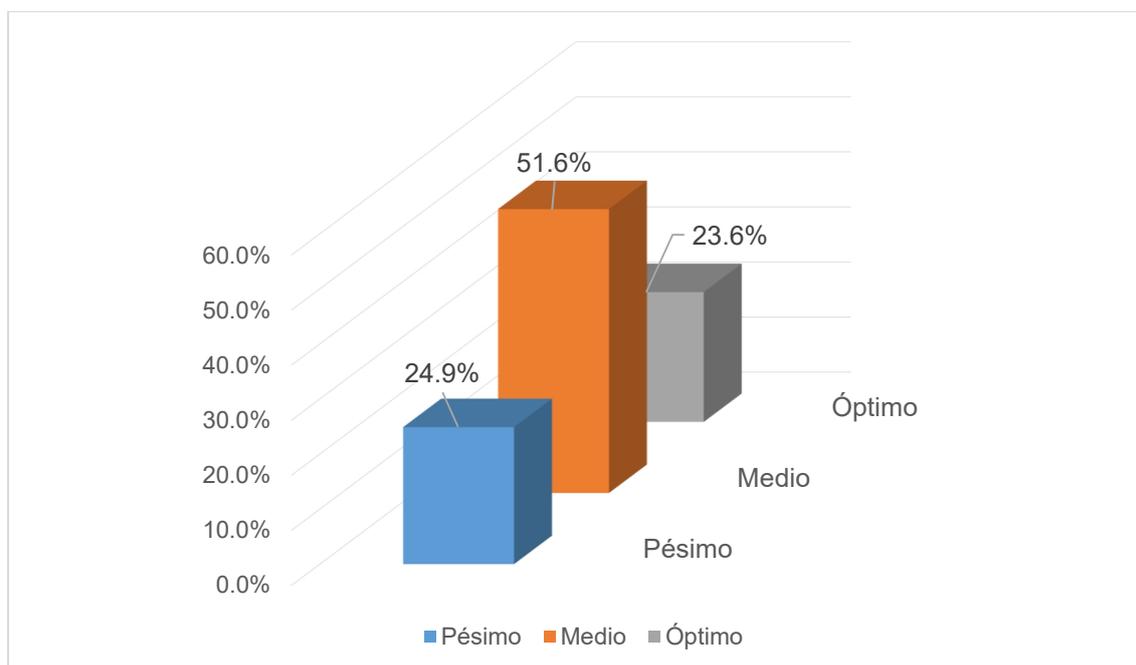


Figura 18. Barras de evolución del mercado de Canadá de acuerdo a los consumidores o posibles consumidores de palta Hass.

Se puede observar que el 51.6% de los consumidores citados manifiesta que hay un nivel Medio de evolución del mercado de Canadá, el 24.9% un nivel Pésimo y el 23.6% un nivel Óptimo de evolución del mercado.

Tabla 25.

Nivel de demanda en la evolución del mercado de Canadá de acuerdo a los consumidores o posibles consumidores de palta Hass.

	Frecuencia	Porcentaje
Pésimo	82	21.2
Medio	201	52.1
Óptimo	103	26.7
Total	386	100

Nota: Elaboración propia.

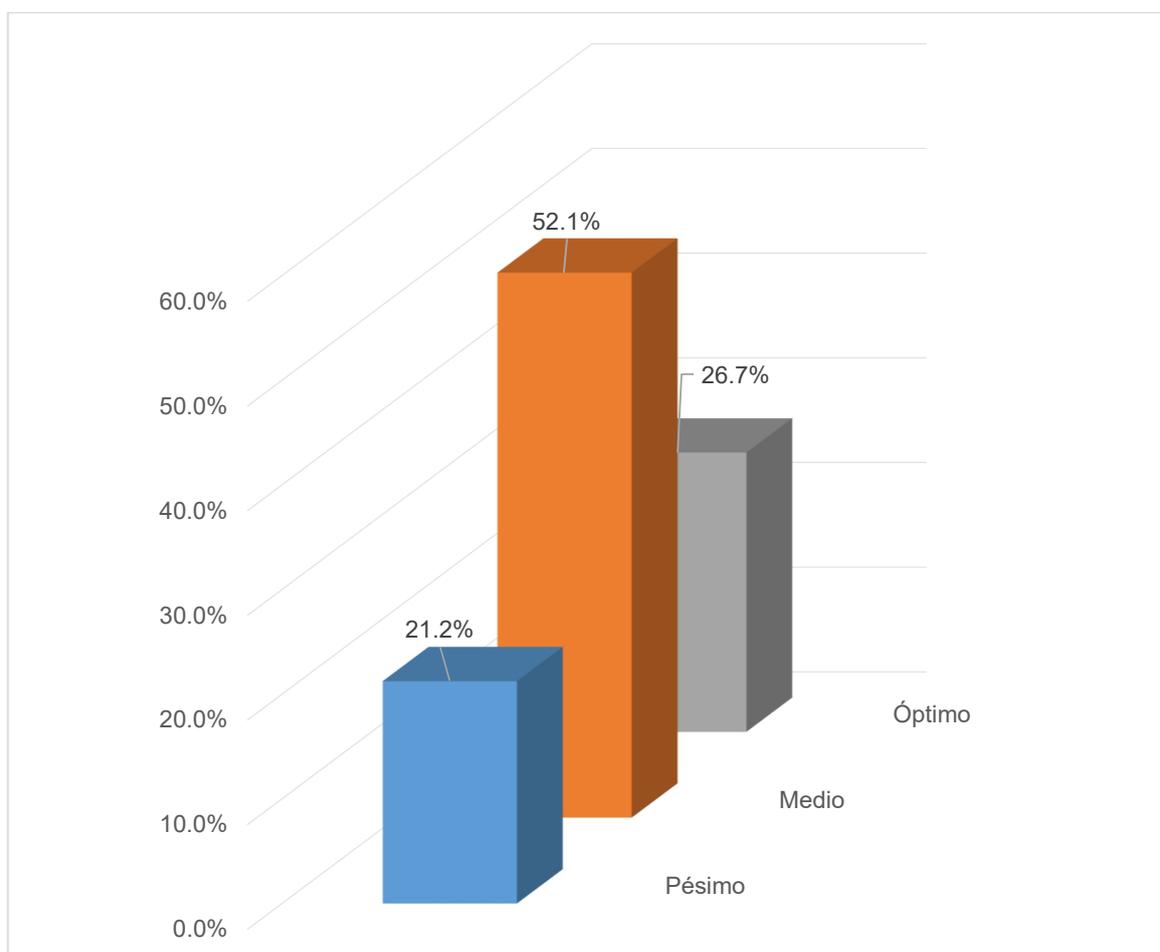


Figura 19. Barras de demanda en la evolución del mercado de Canadá de acuerdo a los consumidores o posibles consumidores de palta Hass.

Se puede observar que el 52.1% de los consumidores o posibles consumidores de palta Hass manifiestan que hay un nivel Medio de demanda en la evolución del mercado, el 21.2% un nivel Pésimo y el 26.7% un nivel Óptimo de demanda de la evolución del mercado de Canadá.

Tabla 26.

Nivel de precios de la evolución del mercado de Canadá de acuerdo a los consumidores o posibles consumidores de palta Hass.

	Frecuencia	Porcentaje
Pésimo	112	29.0
Medio	214	55.4
Óptimo	60	15.5
Total	386	100

Nota: Elaboración propia.

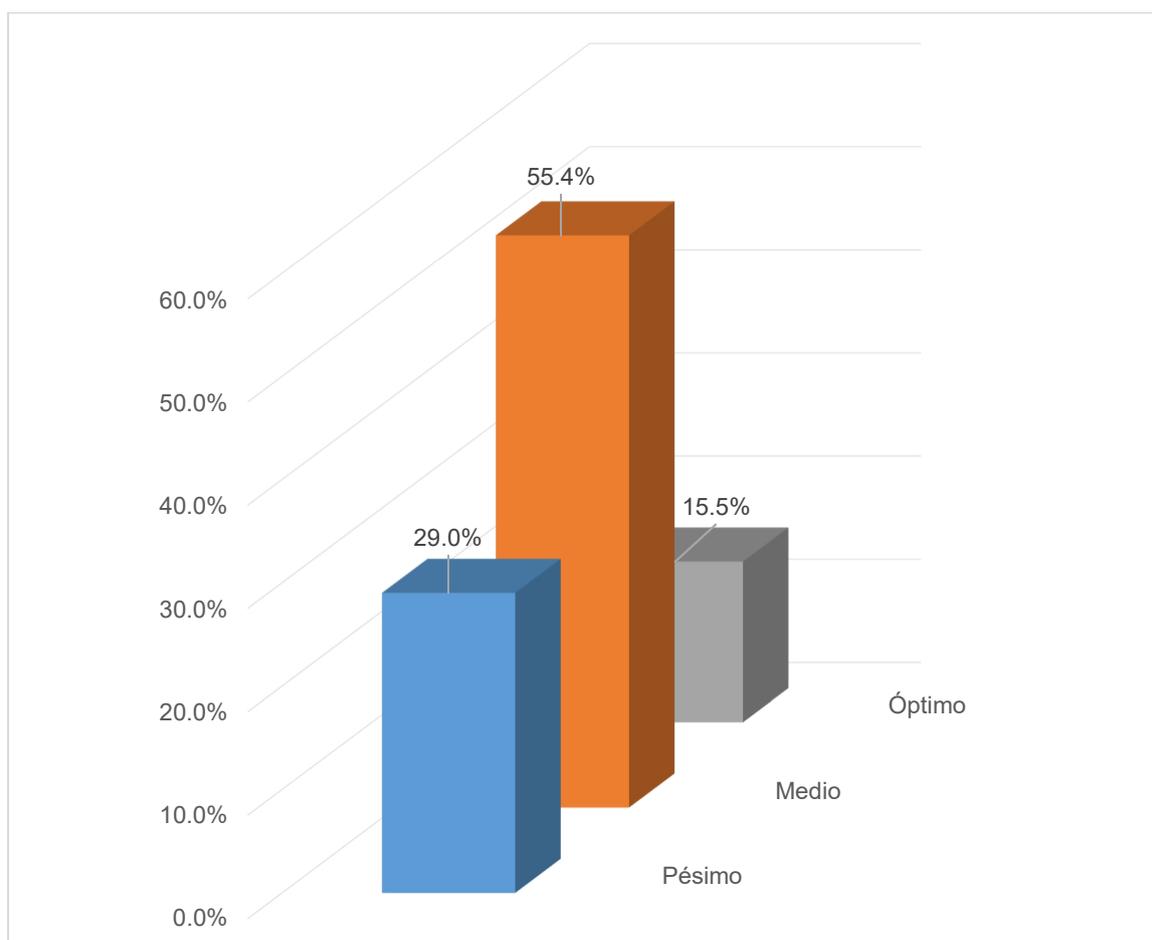


Figura 20. Barras de precio en la evolución del mercado de Canadá de acuerdo a los consumidores o posibles consumidores de palta Hass.

Se puede observar que el 55.4% de los consumidores o posibles consumidores de palta Hass manifiestan que hay un nivel Medio de precios en la evolución del mercado, el 29% un nivel Pésimo y el 15.5% un nivel Óptimo de precios de la evolución del mercado de Canadá.

Tabla 27.

Nivel de las exportaciones de palta Hass de acuerdo a los operadores logísticos y/o exportadores.

	Frecuencia	Porcentaje
Pésimo	92	23.8
Medio	185	47.9
Óptimo	109	28.2
Total	386	100

Nota: Elaboración propia.

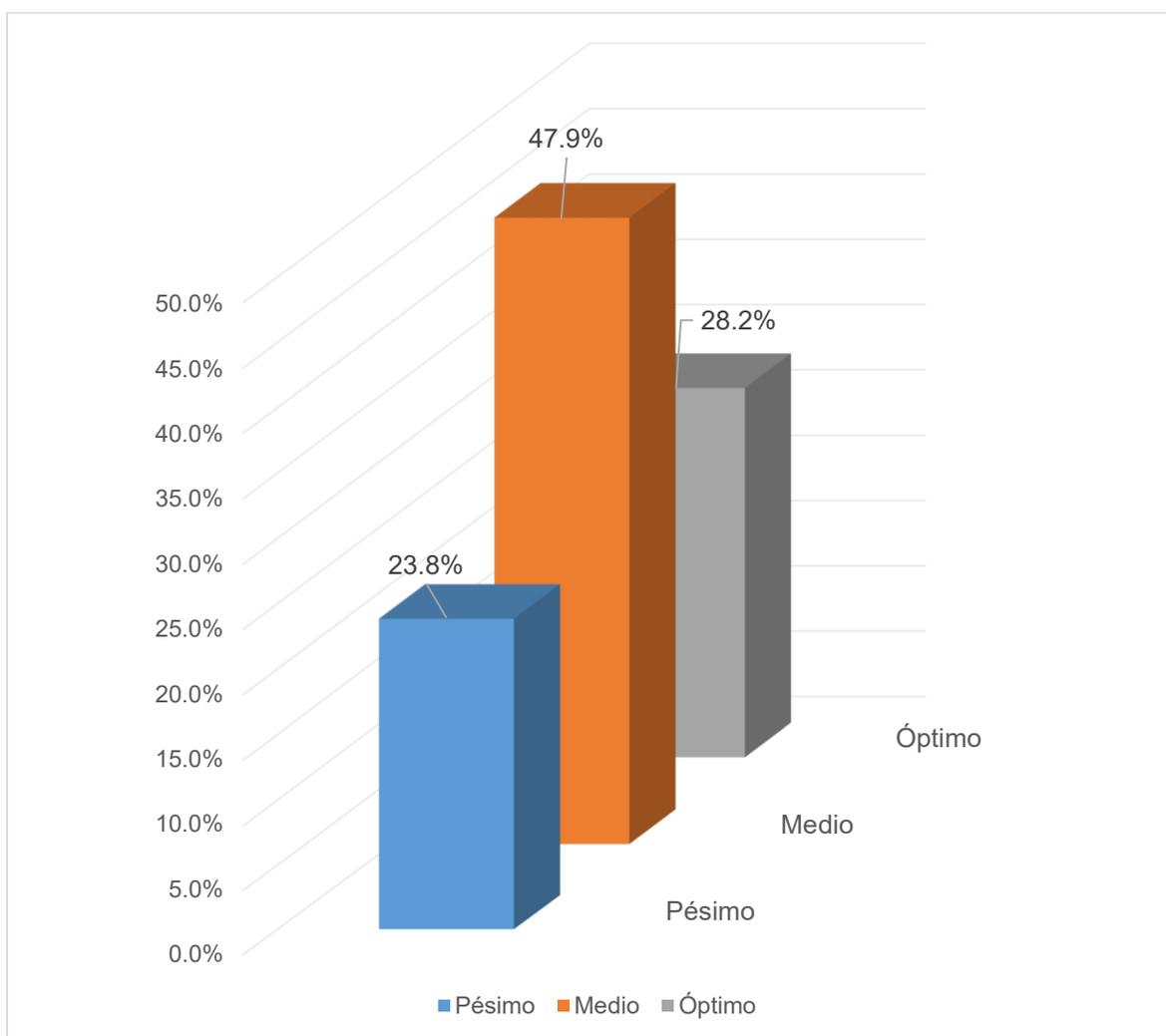


Figura 21. Barras de las exportaciones de palta Hass de acuerdo a los operadores logísticos y/o exportadores.

Se puede observar que el 47.9% de los operadores logísticos y/o exportadores, manifiestan que hay un nivel Medio de exportaciones de palta Hass, el 23.8% un nivel Pésimo y el 28.2% un nivel Óptimo.

Tabla 28.

Nivel de oferta en las exportaciones de palta Hass de acuerdo a los operadores logísticos y/o exportadores.

	Frecuencia	Porcentaje
Pésimo	67	17.4
Medio	96	24.9
Óptimo	223	57.8
Total	386	100

Nota: Elaboración propia.

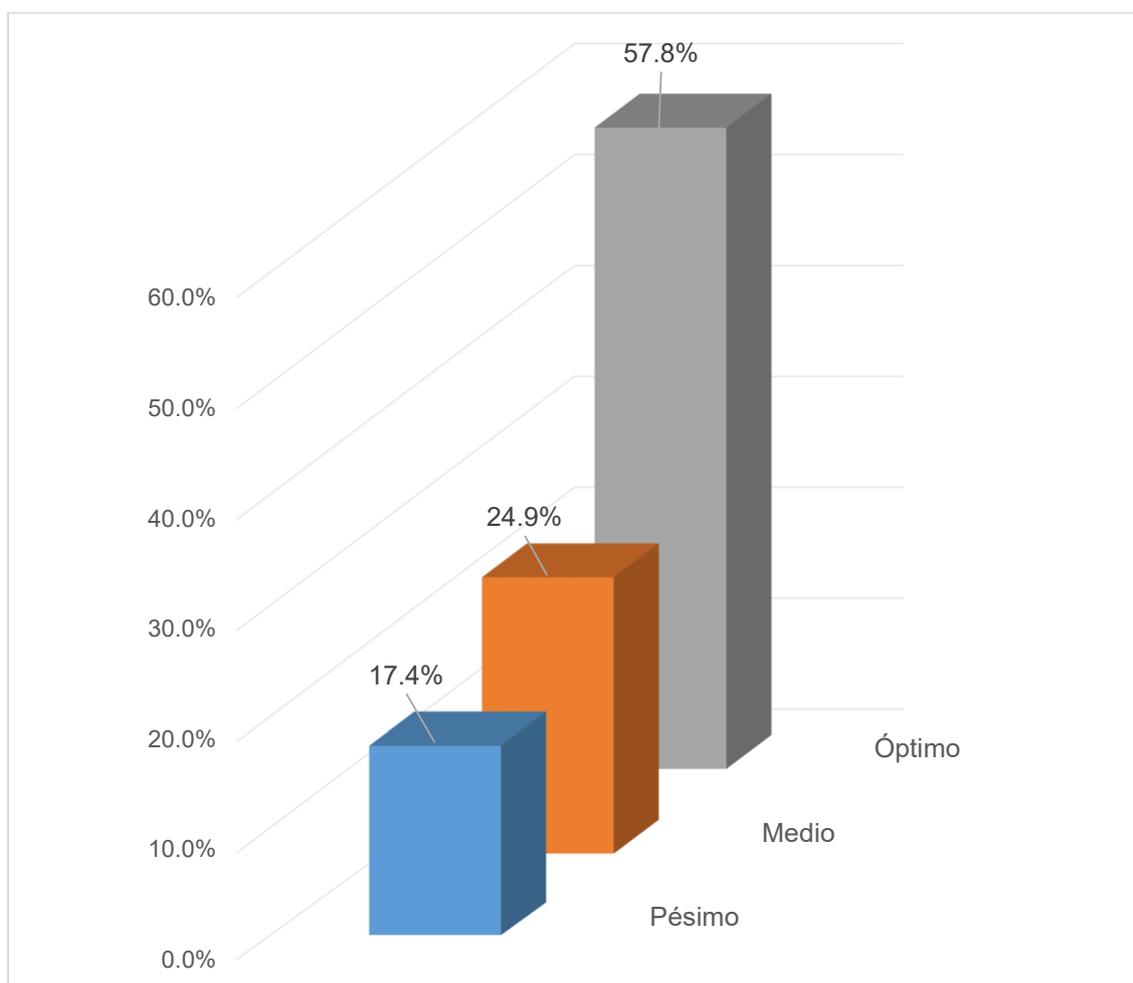


Figura 22. Barras de la oferta en las exportaciones de palta Hass de acuerdo a los operadores logísticos y/o exportadores.

Se puede observar que el 57.8% de los operadores logísticos y/o exportadores, manifiestan que hay un nivel Óptimo de la oferta en las exportaciones de palta Hass, el 24.9% un nivel Medio y el 17.4% un nivel Pésimo de la oferta en las exportaciones.

Tabla 29.

Nivel de comercialización en las exportaciones de palta Hass de acuerdo a los operadores logísticos y/o exportadores.

	Frecuencia	Porcentaje
Pésimo	80	20.7
Medio	206	53.4
Óptimo	100	25.9
Total	386	100

Nota: Elaboración propia.

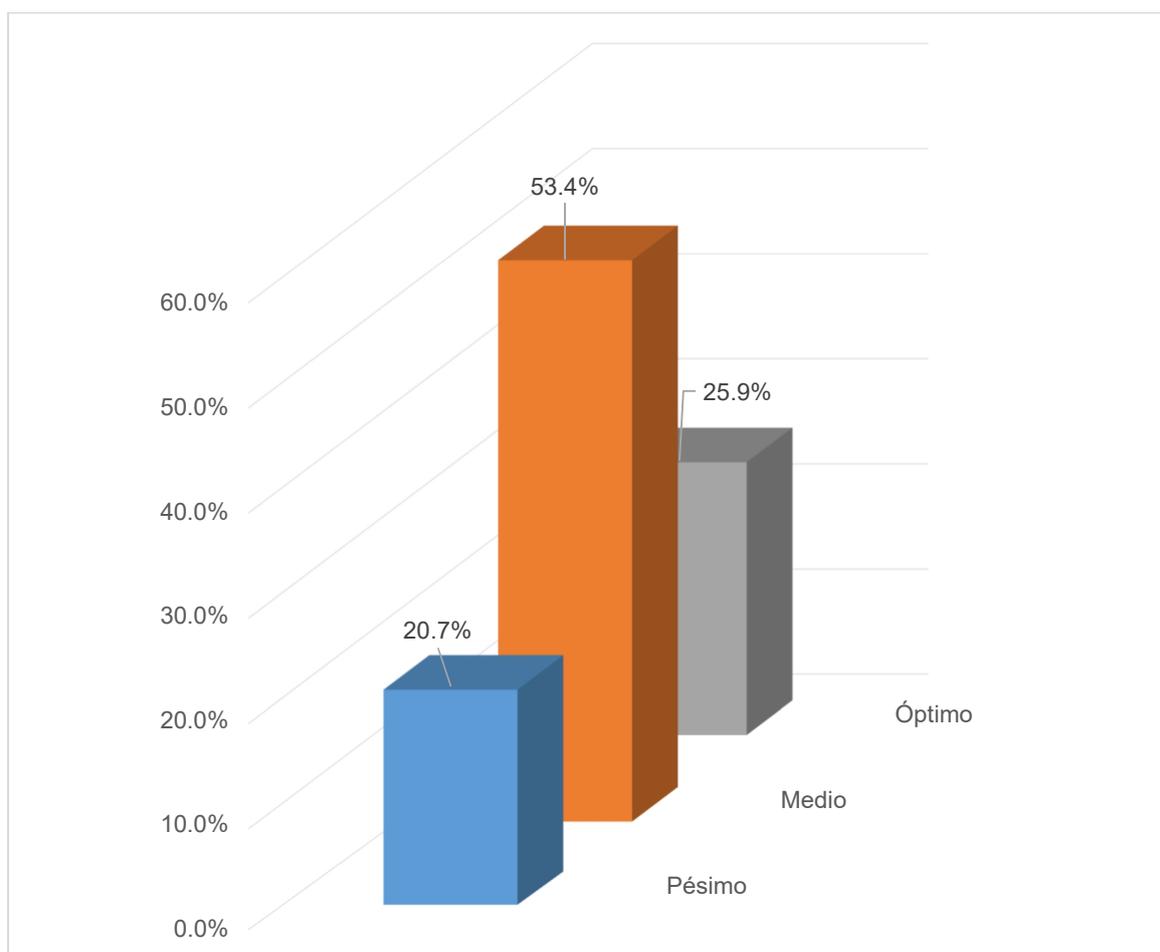


Figura 23. Barras de comercialización en las exportaciones de palta Hass de acuerdo a los operadores logísticos y/o exportadores.

Se puede observar que el 53.4% de los operadores logísticos y/o exportadores, manifiestan que hay un nivel Medio de comercialización en las exportaciones de palta Hass, el 20.7% un nivel Pésimo y el 25.9% un nivel Óptimo de la comercialización en las exportaciones.

3.1.1 Niveles comparativos entre evolución del mercado en Canadá y la evolución de exportación peruana de palta Hass

Tabla 30.

Distribución de frecuencias entre nivel de evolución del mercado en Canadá y la evolución de exportación peruana de palta Hass.

Estudio_mercado_Canadá (agrupado)	Exportación_peruana_palta (agrupado)	Exportación_peruana_palta (agrupado)			Total	
		Pésimo	Medio	Óptimo		
Estudio_mercado_Canadá (agrupado)	Pésimo	Recuento	90	6	0	96
		% dentro de Estudio_mercado_Canadá (agrupado)	93.8%	6.3%	0.0%	100.0%
	Medio	Recuento	2	179	18	199
		% dentro de Estudio_mercado_Canadá (agrupado)	1.0%	89.9%	9.0%	100.0%
	Óptimo	Recuento	0	0	91	91
		% dentro de Estudio_mercado_Canadá (agrupado)	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
Total	Recuento	92	185	109	386	
	% dentro de Estudio_mercado_Canadá (agrupado)	23.8%	47.9%	28.2%	100.0%	

Nota: Elaboración propia.

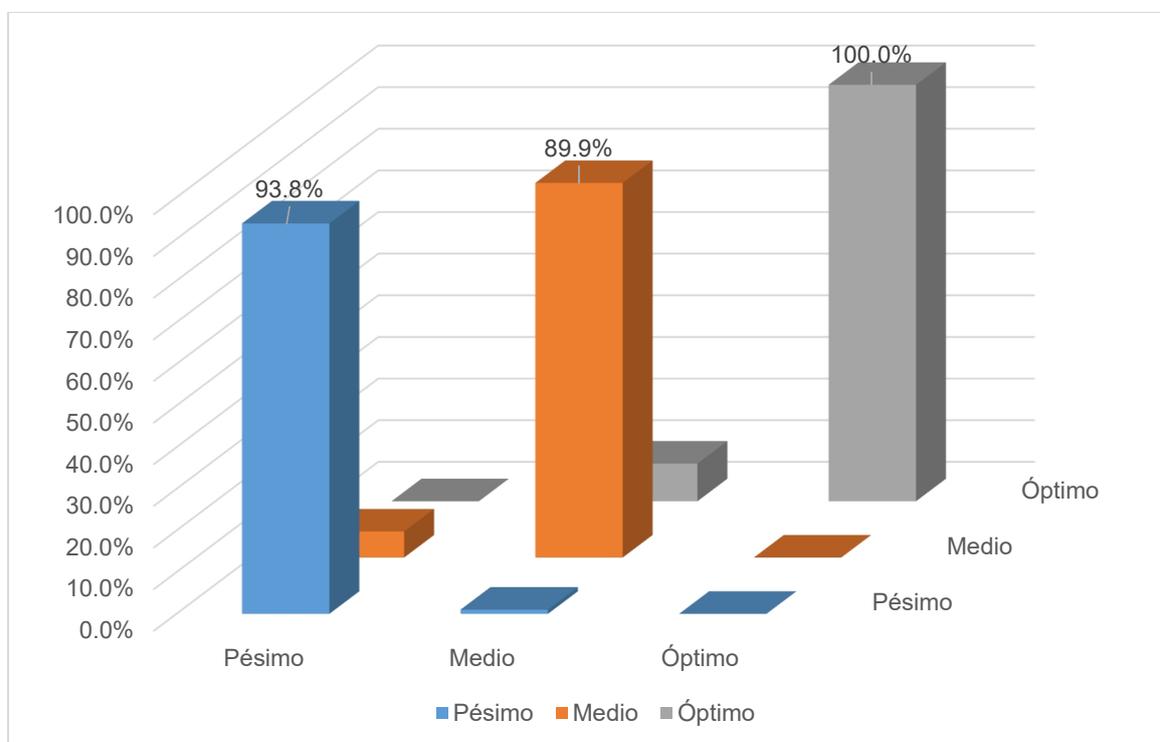


Figura 24. Barras entre la evolución del mercado en Canadá y la evolución de exportación peruana de palta Hass.

De la tabla 30 y figura 24, se observa que existe buena orientación con respecto al nivel de evolución del mercado de Canadá y nivel de evolución de exportación peruana de palta Hass, de los cuales se tiene que el 93.8% de los evaluados manifiestan que hay un Pésimo nivel de evolución del mercado de Canadá en la evolución de exportación peruana de palta Hass; un 89.9% manifiestan que hay un nivel Medio, mientras el 100% de los encuestado manifiestan que hay un nivel Óptimo de la evolución del mercado de Canadá y de la evolución de exportación peruana de palta Hass.

Niveles comparativos entre demanda y evolución de la exportación peruana de palta Hass.

Tabla 31.

Distribución de frecuencias entre nivel de demanda y evolución de la exportación peruana de palta Hass.

		Exportación_peruana_palta (agrupado)				
			Pésimo	Medio	Óptimo	Total
Demanda (agrupado)	Pésimo	Recuento	77	5	0	82
		% dentro de Demanda (agrupado)	93.9%	6.1%	0.0%	100.0%
	Medio	Recuento	15	172	14	201
		% dentro de Demanda (agrupado)	7.5%	85.6%	7.0%	100.0%
	Óptimo	Recuento	0	8	95	103
		% dentro de Demanda (agrupado)	0.0%	7.8%	92.2%	100.0%
Total	Recuento	92	185	109	386	
	% dentro de Demanda (agrupado)	23.8%	47.9%	28.2%	100.0%	

Nota: Elaboración propia.

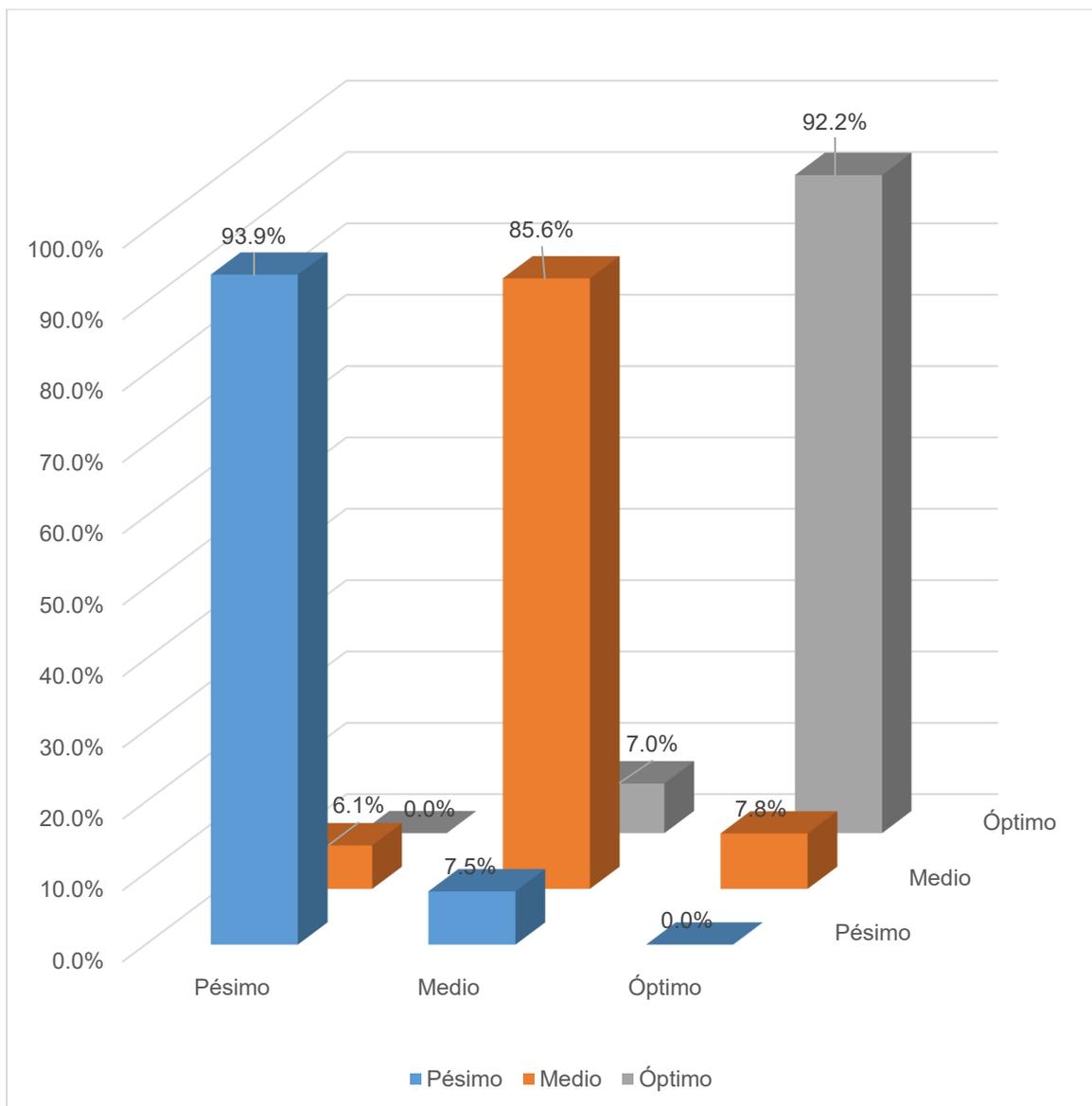


Figura 25. Barras entre demanda y evolución de la exportación peruana de palta Hass.

De la tabla 31 y figura 25, se observa que existe una orientación con respecto al nivel de demanda y evolución de la exportación peruana de palta Hass, de los cuales se tiene que el 93.9% de los evaluados manifiestan que hay un Pésimo nivel de demanda en la evolución de la exportación peruana de palta Hass; Asimismo, el 85.6% manifiestan que hay un nivel Medio; y por último, el 92.2% de los encuestado manifiestan que hay un nivel Óptimo de demanda en la evolución de la exportación peruana de palta Hass.

Niveles comparativos entre precios y evolución de la exportación peruana de palta Hass.

Tabla 32.

Distribución de frecuencias entre nivel de precios y evolución de la exportación peruana de palta Hass.

		Exportación_peruana_palta (agrupado)				
			Pésimo	Medio	Óptimo	Total
Precios (agrupado)	Pésimo	Recuento	89	21	2	112
		% dentro de Precios (agrupado)	79.5%	18.8%	1.8%	100.0%
	Medio	Recuento	3	163	48	214
		% dentro de Precios (agrupado)	1.4%	76.2%	22.4%	100.0%
	Óptimo	Recuento	0	1	59	60
		% dentro de Precios (agrupado)	0.0%	1.7%	98.3%	100.0%
Total	Recuento	92	185	109	386	
	% dentro de Precios (agrupado)	23.8%	47.9%	28.2%	100.0%	

Nota: Elaboración propia.

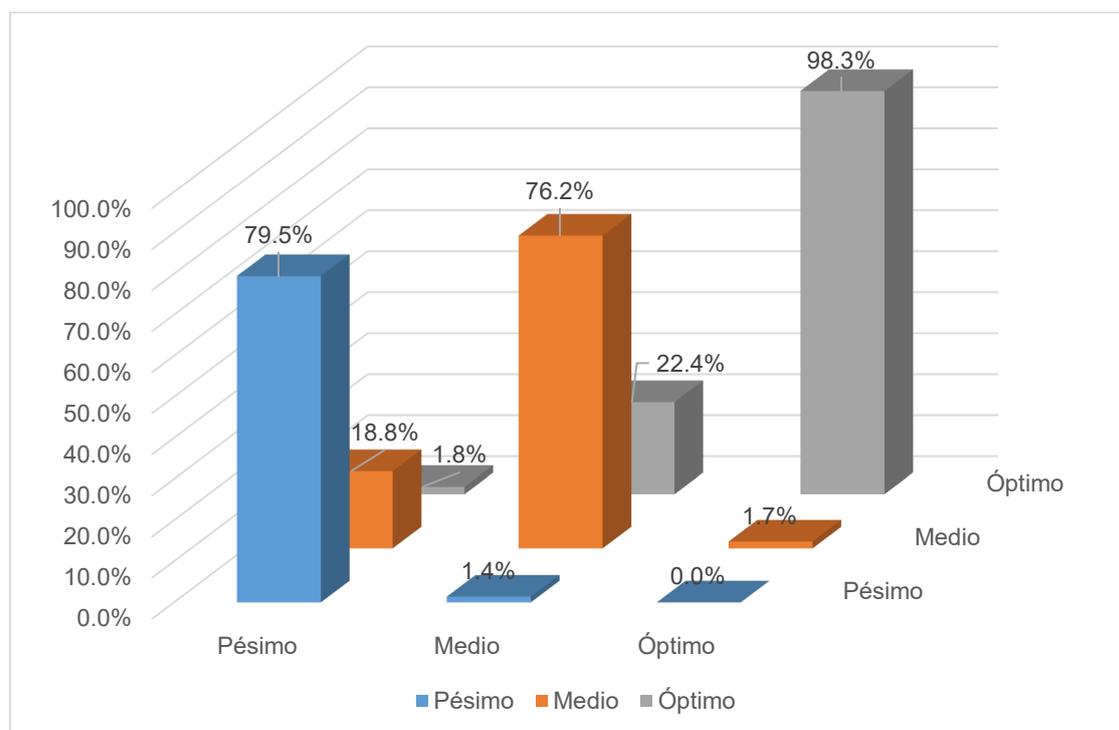


Figura 26. Barras entre precios y evolución de la exportación peruana de palta Hass.

De la tabla 32 y figura 26, se observa que existe una orientación con respecto al nivel de precios y evolución de la exportación peruana de palta Hass, de los cuales se tiene que el 79.5% de los evaluados manifiestan que hay un Pésimo nivel de demanda en la evolución de la exportación peruana de palta Hass; Asimismo, el 76.2% manifiestan que hay un nivel Medio; y por último, el 98.3% de los encuestado manifiestan que hay un nivel Óptimo de demanda en la evolución de la exportación peruana de palta Hass.

3.2. Contrastación de hipótesis

Hipótesis general.

H₀: No existe relación evolución del mercado de Canadá y las exportaciones peruanas de palta Hass en el 2017.

H₁: Existe relación evolución del mercado de Canadá y las exportaciones peruanas de palta Hass en el 2017.

Nivel de Significancia: Se asume el nivel de significancia del 5%; es decir del 0.05.

Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H₀ y se rechaza H₁.

Estadístico de prueba: Rho de Spearman

Tabla 33.

Correlación entre la evolución del mercado de Canadá y las exportaciones peruanas de palta Hass.

			Estudio_mercado_ Canadá (agrupado)	Exportación_peru ana_palta (agrupado)
Rho de Spearman	Estudio_mercado_ _Canadá (agrupado)	Coefficiente de correlación	1.000	,936**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	386	386
	Exportación_peru ana_palta (agrupado)	Coefficiente de correlación	,936**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	386	386

Nota: Elaboración propia.

Regla de decisión: Sig > 0.05: Se acepta Ho

Sig < 0.05: Se rechaza Ho

En la tabla 33, se observa los resultados para contrastar la hipótesis general; Existe relación entre la evolución del mercado de Canadá y las exportaciones peruanas de palta Hass en el 2017. Se obtuvo un coeficiente de correlación positiva alta con $r=0.936$, con un $p=0.000$ ($p<0.05$), con el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se puede afirmar que existe relación entre la evolución del mercado de Canadá y las exportaciones peruanas de palta Hass en el 2017.

Hipótesis específicas.

Hipótesis específica 1.

H₀: No existe relación entre la demanda dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

H₁: Existe relación entre la demanda dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

Nivel de Significancia: Se asume el nivel de significancia del 5%; es decir del 0.05.

Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H₀ y se rechaza H₁.

Estadístico de prueba: Rho de Spearman

Tabla 34.

Correlación relación entre la demanda dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass.

			Exportación_peruana_palta (agrupado)	Demanda (agrupado)
Rho de Spearman	Exportación_peruana_palta (agrupado)	Coeficiente de correlación	1.000	,891**
		Sig. (bilateral)		.000
	Demanda (agrupado)	N	386	386
		Coeficiente de correlación	,891**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	386	386

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

Regla de decisión: Sig > 0.05: Se acepta H₀

Sig < 0.05: Se rechaza H₀

De los resultados en la tabla adjunta la tabla 34, se observa los resultados para contrastar la hipótesis específica 1; Existe relación entre la demanda dentro

de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017. Se obtuvo un coeficiente de correlación positiva alta con un $r=0.891$, con un $p=0.000$ ($p<0.05$), con el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se puede afirmar que existe relación entre la demanda dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

Hipótesis específica 2.

H_0 : No existe relación entre los precios dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

H_1 : Existe relación entre los precios dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

Nivel de Significancia: Se asume el nivel de significancia del 5%; es decir del 0.05.

Zona de rechazo: Para todo valor de probabilidad mayor que 0,05, se acepta H_0 y se rechaza H_1 .

Estadístico de prueba: Rho de Spearman

Tabla 35.

Correlación entre los precios dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass.

			Exportación_peruana_palta (agrupado)	Precios (agrupado)
Rho de Spearman	Exportación_peruana_palta (agrupado)	Coeficiente de correlación	1.000	,816**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	386	386
	Precios (agrupado)	Coeficiente de correlación	,816**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	386	386

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

Regla de decisión: Sig > 0.05: Se acepta Ho
Sig < 0.05: Se rechaza Ho

De los resultados en la tabla 35, se observa los resultados para contrastar la hipótesis específica 1; Existe relación entre los precios dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017. Se obtuvo un coeficiente de correlación positiva alta con un $r=0.816$, con un $p=0.000$ ($p<0.05$), con el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se puede afirmar que existe relación entre los precios dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

IV. Discusión

Se presenta el contraste y discusión de los resultados, que han sustentado y orientado esta investigación, con relación a las hipótesis planteadas, con la intención de justificar los supuestos de trabajo que se ha planteado, aportar más información para abrir nuevas vías de investigación en el estudio sobre las exportaciones peruanas de palta Hass y el mercado de Canadá.

Se obtuvo un coeficiente de correlación positiva alta $r=0.936$, con un $p=0.000$ ($p<0.05$), con el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se puede afirmar que existe entre la evolución del mercado de Canadá y las exportaciones peruanas de palta Hass en el 2017. Al respecto; Bello (2010), concluyó que la apertura comercial y promoción de productos a nivel internacional, han generado incrementos considerables y sostenidos en las exportaciones peruanas tradicionales y no tradicionales. Torres (2009), determinó el rol que juega las exportaciones de palta de México en el mundo, así como su impacto económico y social que genera su producción y exportación en las ciudades mexicanas donde se producen incentivando su desarrollo. Muñoz y Rodríguez (2014), identificaron la diversidad de ácaros depredadores que afectan la producción de la palta Hass, en la costa central como Lima e Ica y destinada a la exportación. De la información se extrae que; el incremento de demanda en Canadá tuvo una repercusión directa en las exportaciones peruanas con el impulso de políticas arancelarias de apertura de mercado tomados por el gobierno peruano, esta política de crecimiento en exportación a generado desarrollo en la cadena productiva y logística de la palta Hass, generando un impacto económico y social, generando mayor empleo y dinamismo del mercado. También se observa un mayor nivel de control de plagas sobre el producto como medio de mejorar la competitividad y precios en el extranjero, se expandió las áreas de cultivo a nuevas regiones que tomaron la posta de mayores productores con mejores rendimientos como La Libertad y Junín.

Se obtuvo un coeficiente de correlación positiva alta $r=0.891$, con un $p=0.000$ ($p<0.05$), con el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se puede afirmar que existe relación entre los precios dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017. Al respecto; Vidal (2010), concluyó que mercado estadounidense genera la

demanda que podría cubrir con la implantación de una planta empaquetadora de paltas en Huaral, así como la viabilidad de su funcionamiento. Valdebenito (2009), explicó el impacto económico de ampliar la gama de productos derivados de la palta en la empresa mediante la exportación a mercados foráneos, así como este influye en la mitigación de riesgo en la empresa privada. Gracia y Quintanilla (2003), identificó las debilidades físicas y fisiológicas de la palta peruana como producto para satisfacer las exigencias de los mercados internacionales. De la información se extrae que la demanda impacta directamente en las exportaciones, dándole valor al producto exportado y permitiendo explorar nuevos productos derivados que los complemente o en todo caso lo sustituya. También se determina que la demanda genera requerimientos específicos sobre el producto generando competitividad en calidad y costos, obligando a establecer controles saludables para el producto.

Se obtuvo un coeficiente de correlación positiva alta $r=0.816$, con un $p=0.000$ ($p<0.05$), con el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se puede afirmar que existe relación entre los precios dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017. Al respecto; Cisneros (2013), concluyó que los aspectos financieros y logísticos son aspectos importantes para llegar a hacer viable una operación de exportación (Ecuador a Colombia). Salas (2012), identificó una creciente demanda e interés por la palta en el mercado italiano, pero concluye que aún no existen las condiciones logísticas necesarias para lograr que la palta tenga un precio competitivo. De la información se extrae que los precios impactan en las exportaciones desde dos puntos, el primero a través de la capacidad de pago del consumidor que presionara el mercado en cuanto a la cantidad del producto que se pueda adquirir o comprar, y la otra ante los aspectos financieros y logísticos que podrían alterar los precios de exportación y por ende del producto. También se observa que a consecuencia de la demanda los sistemas logísticos han ido evolucionando, haciéndose parte importante para que el producto llegue en óptimas condiciones y en el tiempo estimado al mercado.

V. Conclusiones

Primera: Se puede afirmar que existe relación entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017. $Rho=0.936$, con un $p=0.000$ ($p<0.05$).

Segunda: Existe relación entre la demanda dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017. $Rho=0.891$, con un $p=0.000$ ($p<0.05$).

Tercera: Existe relación entre los precios dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017. $Rho=0.816$, con un $p=0.000$ ($p<0.05$).

VI. Recomendaciones

- Primera:** Al gobierno peruano, implementar una política nacional a largo plazo y sostenible sobre la producción nacional de palta Hass y la mejora de la logística óptima como la capacitación de sus operadores. Generar una mayor apertura de nuevos mercados a través de convenios y tratados. Tomar liderazgo sobre la promoción del producto ante los ojos del mundo.
- Segunda:** Al Ministerio de Agricultura, realizar y ejecutar planes que reduzcan el impacto de fenómenos climáticos y déficit de producción que altere la demanda en la evolución del mercado de Canadá.
- Tercera:** Al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, evaluar y promover los convenios y tratados que permitan el ingreso del producto con bajo o nulo arancel con la finalidad de ser competitivo en los precios en el mercado externo.

Referencias

- Álvarez, J (1984). *Los consumidores y los mercados*. México D.F.: Editorial Jus.
- American Marketing Association (2006). *Dictionary of Marketing Terms*.
Recuperado de <http://www.marketingpower.com/mg-dictionary.php?>
- Andrade, S (2006). *Diccionario de Economía*, Tercera Edición. Lima: Editorial Andrade.
- Armstrong, G y Kother, P (1998). *Fundamentos de mercadotecnia*. México D.F.: Prentice Hall.
- Banco Central de Reserva del Perú (s.f.) *Definición de exportación glosario BCRP*. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/e.html>
- Banco Central de Reserva del Perú (s.f.). *Glosario de Términos Económicos*.
Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario.html>
- Beker, V y Mochon, F (2001). *Economía elementos de micro y macroeconomía*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Bernard y Colli (1995), *El dinero, la inflación y las deudas de valor*. Caracas: Editorial Arte.
- Bonta, P. y Farber M. (2002). *199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Cisneros, G; (2013). *Exportación de aguacate de la provincia de Manabi - Ecuador y la demanda requerida en –Bogotá – Colombia*. (Tesis de grado). Tulcán: Universidad Politécnica Estatal de Carchi.
- Cultural S.A (2004). *Diccionario de Marketing*. Madrid: Cultural S.A.
- Daniel, J y Lee, R (2013). *Negocios internacionales, ambientes y operaciones*. México D.F.: Pearson Educación.
- Daniels, J y Radebaugh, R (2013). *Negocios internacionales*. México D.F.: Pearson Educación.
- Dávila, G (2006). *Metodología*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/761/76109911/>

- Ferrel, O (2004). *Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante*, Cuarta Edición. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Fischer, L y Espejo, J (2011). *Mercadotecnia*, Tercera Edición. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Fischer, S y Dornbusch, R (1990). *Economía*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Fischer, S y Dornbusch, R (1991). *Macroeconomía.*, México D.F.: Mc Graw-Hill
- Fondo Monetario Internacional (1998). *Sistema de Cuentas Nacionales 1993*. New York: FMI.
- Franklin, E (2004). *Organización de Empresas*, Segunda Edición. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Guasch, J (2011). *La logística como motor de la competitividad en América Latina y el Caribe*. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/5091/La%20log%C3%ADstica%20como%20motor%20de%20la%20competitividad%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina%20y%20el%20Caribe.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gutiérrez, O (2006). *Sobre la inflación*. (Artículo científico). La Paz. Universidad Católica Boliviana San Pablo Cochabamba. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425942413004.pdf>
- Héller, A (1978). *Teoría de las necesidades en Marx*. Madrid: Ediciones Península.
- INEI (2011). *Glosario de términos*. Recuperado de <http://proyectos.inei.gob.pe/web/biblioineipub/bancopub/Est/Lib1044/glosario.pdf>
- Jany, F (2011). *Investigación Integral de Mercados*, Bogotá: Mc Graw Hill,
- Kotler y Armstrong (2003). *Fundamentos de Marketing*, Sexta edición. México D.F.: Prentice Hall.

- Kotler, P (2001). *Dirección de Mercadotecnia*, Octava Edición. México D.F.: Prentice Hall.
- Kotler, P y Armstrong, G (2012). *Marketing*, Décima Edición. México D.F.: Prentice Hall.
- Kotler, P. Bloom, P. y Hayes, T.; (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*, Primera Edición. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Kotler, P. Cámara, D. Grande, I y Cruz I. (2000). *Dirección de Marketing*, Edición del Milenio. Madrid: Prentice Hall.
- Lamb, C (2002). *Marketing*. México D.F.: International Thomson Editores S.A.
- Malhotra N. (1997). *Investigación de mercados, un enfoque práctico*, Segunda Edición. México D.F: Prentice Hall hispanoamericana S.A.
- Mankiw, G (2007). *Principios de Economía*, Tercera Edición. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Martínez, J (2004). *Comercio exterior*. Recuperado de <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/sp/index.jsp?idRevista=67>
- Mateo M. (2002). *Sobre las necesidades insatisfechas*. Universidad de Alacant. Recuperado por <http://papers.uab.cat/article/view/v66-mateo/pdf-es>
- MEF (2017). *Definición de Arancel*. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/es/economia-internacional/politica-arancelaria/definiciones>
- MINAGRI (2015). *La Palta Producto Estrella de Exportación*. Recuperado de <http://MINAGRI.gob.pe/portal/analisis-economico/analisis-2015?download=6825:la-palta-producto-estrella-de-exportacion-enero-2015>
- MINCETUR (2016). *Análisis Integral de Logística en Perú*. Recuperado de https://www.MINCETUR.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/facilitacion_comercio_exterior/Anexo2_Producto_Cafe_Final.pdf

MINCETUR (2016). *El plan de desarrollo de mercado*. Recuperado por https://www.MINCETUR.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/canada/index.html

MINCETUR (s.f.). *Acuerdos comerciales vigentes*. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/es/economia-internacional/acerca-de-aspectos-comerciales/acuerdos-vigentes>

Ministerio de Economía y Finanzas (s.f.). *Aranceles*. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/es/economia-internacional/politica-arancelaria/definiciones>

Norma Técnica Peruana NTP 011.018:2014 PALTAS

PROMPERU (s.f.). *TLC Canadá*. Recuperado de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=B307CB6A-086A-47D1-90E3-D32D3C480260.PDF>

Randall, G; (2003). *Principios de Marketing*, Segunda Edición. Madrid: Thomson Editores Sapin.

Real Academia Española (s.f.). *Definición de mercado*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=OyRtG0r>

Romero, R (2004). *Marketing*. Lima: Editora Palmir E.I.R.L.

Salas, H; (2012). *Estudio de mercado para la exportación de palta Hass al mercado de Italia*. (Tesis de grado). Lima: Universidad San Martín de Porres.

SIICEX (s.f.). *Aranceles preferenciales*. Recuperado de http://www.SIICEX.gob.pe/SIICEX/portal5ES.asp?_page_=571.00000&pidcronograma=4&_portletid_=sNegociacionesArancelesPreferenciales

SINTAD (s.f.). *Tratados y convenios*. Recuperado de http://sintad.com.pe/aranceles/mostrar_partidas.php?txtnarancel=&txtpartida=0804400000&txtdioma=&txtipbusqueda=&txtanchoP=

- Stanton, W. Etzel, M. y Walker, B (2007). *Fundamentos de Marketing*, 13ª Edición. México D.F.: Mc Graw Hill.
- SUNAT (s.f.). *Definición de exportación definitiva*. Recuperado de <http://www.SUNAT.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/expo rtac/procGeneral/despa-pg.02.htm>
- Torres, V; (2009). *La competitividad del aguacate mexicano en el mercado estadounidense*. Revista de Geografía Agrícola, () 61-79. Recuperado de <http://www.uacm.kirj.redalyc.org/articulo.oa?id=75715608005>
- Valdebenito, A; (2009). *Plan de negocios para la exportación de aceite de paltas: exportadora FASTFRUT LTDA*. (Tesis de maestría). Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Vidal, L; (2010). *Estudio de Pre-factibilidad para la exportación de palta Hass a Estados Unidos*. (Tesis de grado). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Salvatorre, D; (2000). *Economía Internacional*. Sexta edición. Madrid: Prentice Hall.
- Krugman, P. y Obstfeld, M;(2006). *Economía Internacional. Teoría y Política*. Madrid: Mc Graw Hill.

Apéndice

Apéndice B

Variable 1:

A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá usted responder, marcando con una (X) la respuesta que considere correcta:

1. ¿Cree Ud. que el nivel de consumo de paltas Hass promete un incremento en la demanda en el mercado de Canadá?
2. ¿Cree Ud. que el déficit de producción interna de palta Hass genera mayor demanda en el mercado de Canadá?
3. ¿Cree Ud. que las bajas importaciones de palta Hass repercute en la demanda en el mercado de Canadá?
4. ¿Cree Ud. que la estacionalidad de importación de palta Hass en Canadá impacta en una mayor demanda del mercado de Canadá?
5. ¿Cree Ud. que el ingreso per cápita actual canadiense condiciona los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?
6. ¿Cree Ud. que los tratados de libre comercio favorecen a los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?
7. ¿Cree Ud. que los aranceles favorecen a los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?
8. ¿Cree Ud. que el nivel inflación favorece a los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?
9. ¿Cree Ud. que los precios de palta Hass fomenta una oportunidad en el mercado de Canadá?
10. ¿Cree Ud. que la demanda de paltas Hass promete una oportunidad en el mercado de Canadá?

1. Nunca. 2. Casi nunca. 3. A veces. 4. Casi siempre. 5. Siempre

Link de encuesta WEB: <https://es.surveymonkey.com/r/XP5SFNL>

Link de encuesta FACEBOOK: <https://es.surveymonkey.com/r/XHZM925>

Variable 1 (Ingles):

The following is a series of questions that you must answer by marking the answer you think is correct:

1. Do you believe that the level of Hass avocado consumption promises an increase in demand in the Canadian market?
2. Do you believe that the domestic production deficit of Hass avocado generates greater demand in the Canadian market?
3. Do you believe that low Hass avocado imports affect demand in the Canadian market?
4. Do you believe that seasonal Hass avocado import in Canada impacts on increased demand from the Canadian market?
5. Do you think Canadian current per capita income conditions Hass avocado prices in the Canadian market?
6. Do you believe that free trade agreements favor Hass avocado prices in the Canadian market?
7. Do you believe that tariffs favor Hass avocado prices in the Canadian market?
8. Do you believe that the level of inflation favors Hass avocado prices in the Canadian market?
9. Do you believe that Hass avocado prices promote an opportunity in the Canadian market?
10. Do you believe that the demand for Hass avocados promises an opportunity in the Canadian market?

1. Never. 2. Almost never. 3. Sometimes. 4. Almost always. 5. Always

Link de encuesta WEB: <https://es.surveymonkey.com/r/XP5SFNL>

Link de encuesta FACEBOOK: <https://es.surveymonkey.com/r/XHZM925>

Panel de control
Mis encuestas
Productos
Recursos
Planes y precios
AMPLIAR PLAN
CREAR

Crea mejores encuestas más rápido. Amplía tu plan para agregar usuarios y obtener herramientas de colaboración en equipo. [Ver precios](#)

Evolution of the Canadian market

RESUMEN
→ DISEÑA UNA ENCUESTA
→ RECOPILA RESPUESTAS
→ ANALIZAR RESULTADOS

VISTA ACTUAL

+ FILTRAR + COMPARAR + MOSTRAR

No hay reglas aplicadas

Los parámetros te permiten **FILTRAR, COMPARAR** y **MOSTRAR** los resultados para ver las tendencias y los patrones.

[Más información](#)

VISTAS GUARDADAS (1)

Vista original (No se han aplicado parámetros)

+ Guardar como

DESCARGAS

DATOS COMPARTIDOS

No hay datos compartidos

La opción Datos compartidos te permite compartir los resultados de tu encuesta con los demás. Puedes compartir todos los datos, una vista guardada o un resumen de una pregunta.

[Más información](#)

+ Compartir todo

Exportar todo

INFORMACIÓN SOBRE LAS PREGUNTAS
TENDENCIAS DE DATOS
RESPUESTAS INDIVIDUAL

Todas las páginas

Encuestado #30

COMPLETAS

Editar

Recopilador: Web Link 1(Enlace web)

Comenzó: domingo, 07 de mayo de 2017 6:51:35

Última modificación: domingo, 07 de mayo de 2017 6:52:59

Tiempo destinado: 00:01:24

Dirección IP: 201.230.248.180

Página 1 : Demand

P1

Do you believe that the level of Hass avocado consumption promises an increase in demand in the Canadian market?

Almost always

P2

Do you believe that the domestic production deficit of Hass avocado generates greater demand in the Canadian market?

Always

P3

Do you believe that low Hass avocado imports affect demand in the Canadian market?

Always

P4

Do you believe that seasonal Hass avocado import in Canada impacts on increased demand from the Canadian market?

Sometimes

P5

Do you think Canadian current per capita income conditions Hass avocado prices in the Canadian market?

Sometimes

Página 2 : Prices

P6

Do you believe that free trade agreements favor Hass avocado prices in the Canadian market?

Almost always

P7

Do you believe that tariffs favor Hass avocado prices in the Canadian market?

Always

P8

Do you believe that the level of inflation favors Hass avocado prices in the Canadian market?

Always

P9

Do you believe that Hass avocado prices promote an opportunity in the Canadian market?

Always

P10

Do you believe that the demand for Hass avocados promises an opportunity in the Canadian market?

Almost always

Variable 2:

A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá usted responder, marcando con una (X) la respuesta que considere correcta:

1. ¿Considera Ud. que la producción nacional genera una oferta favorable para la exportación de paltas Hass en un mediano plazo?
2. ¿Considera Ud. que el rendimiento de la producción en la actualidad es óptimo para incrementar la oferta en exportaciones de palta Hass en un mediano plazo?
3. ¿Considera Ud. que la calidad de la palta cultivada en la actualidad es óptima para surtir las exportaciones de palta Hass en un mediano plazo?
4. ¿Considera Ud. que las áreas cosechadas en la actualidad favorecen la oferta para exportaciones de palta Hass en un mediano plazo?
5. ¿Considera Ud. que la oferta actual es óptima para la viabilidad de exportaciones de palta Hass en un mediano plazo?
6. ¿Considera Ud. que la exportación bruta actual de paltas Hass es suficiente para surtir mercados externos en un mediano plazo?
7. ¿Considera Ud. que la cantidad de empresas exportadoras peruanas están en condiciones óptimas para la comercialización de paltas Hass en el mercado externo en un mediano plazo?
8. ¿Considera Ud. que los aranceles y tratados de libre comercio fomentan condiciones favorables para exportar de paltas Hass en un mediano plazo?
9. ¿Considera Ud. que las empresas exportadoras actuales están en condiciones logísticas óptimas para exportar de paltas Hass en un mediano plazo?
10. ¿Considera Ud. que existen las condiciones de comercialización favorables para exportar de paltas Hass en un mediano plazo?

1. Nunca. 2. Casi nunca. 3. A veces. 4. Casi siempre. 5. Siempre

Link de encuesta WEB: <https://es.surveymonkey.com/r/XDQLRCS>

Link de encuesta FACEBOOK: <https://es.surveymonkey.com/r/XDYLFXN>

Panel de control
Mis encuestas
Productos
Recursos
Planes y precios
AMPLIAR PLAN
CREAR

Amplía tu plan para obtener resultados significativos: ve todas tus respuestas y obtén un poderoso análisis. [Ver precios»](#)

Exportación peruana de palta Hass

RESUMEN → DISEÑA UNA ENCUESTA → RECOPILA RESPUESTAS → ANALIZAR RESULTADOS

VISTA ACTUAL

+ FILTRAR + COMPARAR + MOSTRAR

No hay reglas aplicadas

Los parámetros te permiten **FILTRAR, COMPARAR** y **MOSTRAR** los resultados para ver las tendencias y los patrones.

Más información >

VISTAS GUARDADAS (1)

Vista original (No se han aplicado parámetros)

+ Guardar como

DESCARGAS

DATOS COMPARTIDOS

No hay datos compartidos

La opción Datos compartidos te permite compartir los resultados de tu encuesta con los demás. Puedes compartir todos los datos, una vista guardada o un resumen de una pregunta.

Más información >

+ Compartir todo

Exportar todos

INFORMACIÓN SOBRE LAS PREGUNTAS
TENDENCIAS DE DATOS
RESPUESTAS INDIVIDUAL

Todas las páginas ▼

Encuestado #17

COMPLETAS Editar

Recopilador: Web Link 1(Enlace web)
Comenzó: domingo, 07 de mayo de 2017 13:47:16
Última modificación: domingo, 07 de mayo de 2017 13:48:25
Tiempo destinado: 00:01:08
Dirección IP: 190.232.223.141

Página 1 : Oferta

P1
 ¿Considera Ud. que la producción nacional genera una oferta favorable para la exportación de paltas hass en un mediano plazo?
 Siempre

P2
 ¿Considera Ud. que el rendimiento de la producción en la actualidad es óptima para incrementar la oferta de palta hass en un mediano plazo?
 Siempre

P3
 ¿Considera Ud. que la calidad de la palta cultivada en la actualidad es óptima para surtir las exportaciones de palta hass en un mediano plazo?
 Siempre

P4
 ¿Considera Ud. que las áreas cosechadas en la actualidad favorecen la oferta para exportaciones de palta hass en un mediano plazo?
 Siempre

P5
 ¿Considera Ud. que la oferta actual es óptima para la viabilidad de exportaciones de palta hass en un mediano plazo?
 Siempre

Página 2 : Comercialización

P6
 ¿Considera Ud. que la exportación bruta actual de paltas hass es suficiente para surtir mercados externos en un mediano plazo?
 Siempre

P7
 ¿Considera Ud. que la cantidad de empresas exportadoras peruanas están en condiciones optimas para la oferta de paltas hass en el mercado externo en un mediano plazo?
 Siempre

P8
 ¿Considera Ud. que los aranceles y tratados de libre comercio fomentan condiciones favorables para exportar de paltas hass en un mediano plazo?
 Se omitió esta pregunta

P9
 ¿Considera Ud. que las empresas exportadoras actuales están en condiciones logísticas óptimas para exportar de paltas hass en un mediano plazo?
 Siempre

P10
 ¿Considera Ud. que existen las condiciones de comercialización favorables para exportar de paltas hass en un mediano plazo?
 Siempre

Apéndice C:

Base de datos.

Sujeto	mc 1	mc 2	mc 3	mc 4	mc 5	mc 6	mc 7	mc 8	mc 9	mc1 0	ep 1	ep 2	ep 3	ep 4	ep 5	ep 6	ep 7	ep 8	ep 9	ep1 0
1	3	3	2	3	1	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	1	3
2	3	5	3	4	4	3	4	4	5	1	4	5	5	4	4	3	3	3	4	5
3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	3	2	2	4	2	3	2	3	3	1	2	3	2	4	3	3	2	3	2	2
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
6	3	5	4	4	2	5	4	3	4	1	4	4	5	4	3	5	4	3	2	5
7	4	4	4	3	3	5	4	4	3	1	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4
8	5	4	4	4	1	5	4	3	5	1	4	5	4	4	3	5	4	5	1	4
9	4	4	4	3	3	4	5	4	3	1	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4
10	3	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5
11	5	5	3	4	2	5	4	3	4	2	4	4	5	4	3	5	3	5	2	5
12	5	4	5	5	5	4	4	5	4	2	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4
13	4	4	3	4	4	4	4	4	5	2	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4
14	5	5	3	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5
15	4	4	5	3	4	5	4	3	4	1	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4
16	4	5	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	5	3	5	4	5	4	5	5
17	3	4	4	3	4	3	5	3	5	2	5	5	4	3	3	3	4	3	4	4
18	3	5	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	5	4	3	4	4	3	4	5
19	3	4	4	5	5	5	4	5	5	1	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4
20	4	4	4	4	2	5	5	3	3	2	5	3	4	4	3	5	4	4	2	4
21	2	2	3	2	2	3	2	2	3	1	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2
22	4	5	3	3	4	5	4	3	5	1	4	5	5	3	3	5	3	4	4	5
23	5	4	5	5	1	4	5	4	3	1	5	3	4	5	4	4	5	5	1	4
24	3	4	4	4	3	3	5	4	5	2	5	5	4	4	4	3	4	3	3	4
25	4	2	3	2	3	3	2	2	3	1	2	3	2	2	2	3	3	4	3	2
26	5	4	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4
27	3	4	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	4	5	5	5	5	3	5	4
28	5	5	4	4	5	5	4	3	4	1	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5
29	3	5	5	4	5	4	5	5	5	2	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5
30	4	5	5	3	4	5	4	4	4	3	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5
31	4	5	4	4	5	3	5	5	5	1	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5
32	5	4	3	4	1	4	4	4	5	1	4	5	4	4	4	4	3	5	1	4
33	3	1	3	3	1	3	1	2	2	1	1	2	1	3	2	3	3	3	1	1
34	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
35	5	4	3	4	4	5	4	4	3	2	4	3	4	4	4	5	3	5	4	4
36	2	1	3	3	3	3	2	2	4	2	2	4	1	3	2	3	3	2	3	1
37	5	4	5	5	2	4	5	3	3	2	5	3	4	5	3	4	5	5	2	4
38	2	1	2	2	2	4	2	2	3	2	2	3	1	2	2	4	2	2	2	1
39	4	5	5	4	2	5	4	3	3	1	4	3	5	4	3	5	5	4	2	5
40	4	5	4	5	2	4	4	3	3	1	4	3	5	5	3	4	4	4	2	5
41	3	1	4	4	1	2	3	3	2	1	3	2	1	4	3	2	4	3	1	1
42	3	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4

43	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	
44	5	2	4	3	2	4	2	2	3	1	2	3	2	3	2	4	4	5	2	2
45	5	5	3	4	2	5	5	4	4	1	5	4	5	4	4	5	3	5	2	5
46	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	
47	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5
48	4	4	3	3	4	5	4	3	4	1	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4
49	5	2	3	4	2	4	2	2	3	2	2	3	2	4	2	4	3	5	2	2
50	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
51	3	2	4	5	2	4	1	2	3	1	1	3	2	5	2	4	4	3	2	2
52	4	4	3	5	4	4	4	4	5	1	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4
53	2	1	4	3	2	3	1	1	4	2	1	4	1	3	1	3	4	2	2	1
54	3	5	5	3	3	3	4	3	5	2	4	5	5	3	3	3	5	3	3	5
55	5	5	5	4	3	3	5	5	5	2	5	5	5	4	5	3	5	5	3	5
56	5	4	5	3	3	4	5	4	3	2	5	3	4	3	4	4	5	5	3	4
57	3	4	4	5	3	3	5	3	5	2	5	5	4	5	3	3	4	3	3	4
58	5	5	5	4	5	3	4	5	4	3	4	4	5	4	5	3	5	5	5	5
59	3	5	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	5	4	4	3	4	3	4	5
60	4	4	5	3	3	4	5	3	5	1	5	5	4	3	3	4	5	4	3	4
61	5	5	5	3	2	3	4	4	3	1	4	3	5	3	4	3	5	5	2	5
62	4	5	5	5	4	3	4	3	4	1	4	4	5	5	3	3	5	4	4	5
63	3	1	3	2	2	4	1	1	3	1	1	3	1	2	1	4	3	3	2	1
64	4	5	5	5	3	4	5	3	3	1	5	3	5	5	3	4	5	4	3	5
65	4	4	4	5	2	4	5	3	4	2	5	4	4	5	3	4	4	4	2	4
66	4	4	3	3	2	4	2	2	3	2	2	3	4	3	2	4	3	4	2	4
67	4	5	3	5	3	5	4	4	4	1	4	4	5	5	4	5	3	4	3	5
68	3	5	5	3	3	4	5	2	3	2	5	3	5	3	2	4	5	3	3	5
69	4	4	5	5	2	3	5	4	3	2	5	3	4	5	4	3	5	4	2	4
70	5	4	3	4	2	4	1	3	3	1	1	3	4	4	3	4	3	5	2	4
71	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5
72	5	5	4	5	5	3	4	5	4	3	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5
73	3	2	5	4	3	3	2	2	4	1	2	4	2	4	2	3	5	3	3	2
74	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
75	3	4	5	5	1	5	5	3	3	2	5	3	4	5	3	5	5	3	1	4
76	5	4	4	4	2	5	4	4	5	1	4	5	4	4	4	5	4	5	2	4
77	5	4	3	3	1	4	5	4	5	2	5	5	4	3	4	4	3	5	1	4
78	3	3	3	3	2	5	2	2	5	1	2	5	3	3	2	5	3	3	2	3
79	4	4	3	5	4	3	5	3	3	2	5	3	4	5	3	3	3	4	4	4
80	5	4	5	4	2	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	5	5	2	4
81	4	4	5	4	3	4	4	3	4	1	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4
82	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
83	3	4	5	5	1	4	4	3	5	2	4	5	4	5	3	4	5	3	1	4
84	4	3	4	4	1	3	5	3	5	2	5	5	3	4	3	3	4	4	1	3
85	3	3	5	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3
86	3	2	4	3	1	4	5	1	4	2	5	4	2	3	1	4	4	3	1	2
87	3	2	5	3	2	5	4	4	3	1	4	3	2	3	4	5	5	3	2	2
88	5	2	3	3	1	4	4	2	4	2	4	4	2	3	2	4	3	5	1	2
89	5	3	3	5	2	5	5	3	3	1	5	3	3	5	3	5	3	5	2	3

90	5	4	4	5	5	5	4	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4
91	3	5	5	5	4	3	4	3	4	1	4	4	5	5	3	3	5	3	4	5
92	3	5	3	4	4	5	4	5	3	5	4	3	5	4	5	5	3	3	4	5
93	5	2	5	4	2	3	3	4	3	1	3	3	2	4	4	3	5	5	2	2
94	3	2	5	4	1	4	3	2	3	1	3	3	2	4	2	4	5	3	1	2
95	5	4	3	4	3	4	5	4	4	2	5	4	4	4	4	4	3	5	3	4
96	5	3	3	3	1	4	2	4	4	1	2	4	3	3	4	4	3	5	1	3
97	3	1	4	3	2	3	3	1	3	2	3	3	1	3	1	3	4	3	2	1
98	5	3	3	3	3	4	4	3	5	1	4	5	3	3	3	4	3	5	3	3
99	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
100	3	4	4	5	4	5	5	3	3	2	5	3	4	5	3	5	4	3	4	4
101	3	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
102	4	5	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	4	4	5
103	3	4	5	5	3	3	4	4	4	1	4	4	4	5	4	3	5	3	3	4
104	5	4	4	4	4	3	4	3	4	1	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4
105	3	5	3	3	4	4	4	3	5	2	4	5	5	3	3	4	3	3	4	5
106	3	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	5	4
107	4	4	4	4	1	3	5	3	5	2	5	5	4	4	3	3	4	4	1	4
108	5	4	3	3	4	3	5	4	3	1	5	3	4	3	4	3	3	5	4	4
109	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5
110	3	2	4	4	3	3	2	1	4	1	2	4	2	4	1	3	4	3	3	2
111	3	4	4	5	2	5	4	4	5	1	4	5	4	5	4	5	4	3	2	4
112	5	4	5	5	4	5	5	5	3	2	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4
113	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
114	5	2	3	3	2	3	2	3	5	1	2	5	2	3	3	3	3	5	2	2
115	5	3	4	3	1	3	1	2	4	1	1	4	3	3	2	3	4	5	1	3
116	5	2	3	4	2	5	2	1	3	1	2	3	2	4	1	5	3	5	2	2
117	4	5	5	3	1	4	5	3	5	1	5	5	5	3	3	4	5	4	1	5
118	5	5	5	3	4	4	4	3	4	1	4	4	5	3	3	4	5	5	4	5
119	3	4	3	4	1	5	5	4	4	2	5	4	4	4	4	5	3	3	1	4
120	5	4	5	4	1	5	4	4	3	1	4	3	4	4	4	5	5	5	1	4
121	4	4	5	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4
122	5	4	5	3	2	4	4	3	5	2	4	5	4	3	3	4	5	5	2	4
123	4	2	3	4	1	3	3	1	5	1	3	5	2	4	1	3	3	4	1	2
124	3	2	3	4	1	3	2	2	4	2	2	4	2	4	2	3	3	3	1	2
125	4	2	5	3	1	5	1	1	3	2	1	3	2	3	1	5	5	4	1	2
126	5	4	4	4	3	5	4	3	5	1	4	5	4	4	3	5	4	5	3	4
127	5	5	3	4	2	5	5	4	3	2	5	3	5	4	4	5	3	5	2	5
128	3	1	3	4	2	3	2	2	4	2	2	4	1	4	2	3	3	3	2	1
129	3	4	4	3	4	5	5	3	4	2	5	4	4	3	3	5	4	3	4	4
130	3	5	5	4	3	5	4	3	3	1	4	3	5	4	3	5	5	3	3	5
131	4	2	5	3	1	3	2	2	4	1	2	4	2	3	2	3	5	4	1	2
132	5	3	3	4	3	3	5	3	4	1	5	4	3	4	3	3	3	5	3	3
133	4	4	4	4	1	5	5	4	5	1	5	5	4	4	4	5	4	4	1	4
134	5	2	5	3	1	3	3	2	3	1	3	3	2	3	2	3	5	5	1	2
135	4	2	3	3	1	5	1	2	3	1	1	3	2	3	2	5	3	4	1	2
136	3	4	3	5	3	3	5	4	5	1	5	5	4	5	4	3	3	3	3	4

137	3	4	3	5	2	5	4	4	5	2	4	5	4	5	4	5	3	3	2	4
138	4	4	5	3	3	4	4	3	5	1	4	5	4	3	3	4	5	4	3	4
139	5	4	4	5	1	3	5	4	5	2	5	5	4	5	4	3	4	5	1	4
140	4	4	5	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	5	4
141	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4
142	3	4	4	4	2	3	2	4	3	1	2	3	4	4	4	3	4	3	2	4
143	4	4	3	3	1	3	1	4	3	2	1	3	4	3	4	3	3	4	1	4
144	5	5	4	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5
145	3	3	5	5	2	4	4	3	4	2	4	4	3	5	3	4	5	3	2	3
146	3	2	3	3	2	3	2	1	3	1	2	3	2	3	1	3	3	3	2	2
147	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5
148	3	1	4	4	2	4	1	2	3	1	1	3	1	4	2	4	4	3	2	1
149	4	5	5	3	3	3	4	4	4	1	4	4	5	3	4	3	5	4	3	5
150	3	2	3	3	3	4	1	2	5	1	1	5	2	3	2	4	3	3	3	2
151	4	3	3	4	1	3	1	1	5	2	1	5	3	4	1	3	3	4	1	3
152	4	4	5	5	1	5	4	3	3	2	4	3	4	5	3	5	5	4	1	4
153	3	4	3	5	3	3	4	4	5	2	4	5	4	5	4	3	3	3	3	4
154	3	4	5	4	3	3	5	4	5	2	5	5	4	4	4	3	5	3	3	4
155	4	4	3	3	3	4	5	4	5	1	5	5	4	3	4	4	3	4	3	4
156	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5
157	5	4	3	3	3	5	5	3	3	2	5	3	4	3	3	5	3	5	3	4
158	4	4	4	5	1	4	5	3	5	1	5	5	4	5	3	4	4	4	1	4
159	3	2	4	3	1	5	2	2	4	2	2	4	2	3	2	5	4	3	1	2
160	3	3	5	3	1	4	1	1	3	1	1	3	3	3	1	4	5	3	1	3
161	4	1	4	3	3	4	3	2	3	1	3	3	1	3	2	4	4	4	3	1
162	5	4	3	3	3	4	5	4	3	1	5	3	4	3	4	4	3	5	3	4
163	3	4	5	5	1	4	5	3	4	1	5	4	4	5	3	4	5	3	1	4
164	5	5	4	3	5	5	5	5	4	2	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5
165	5	2	4	3	1	4	2	1	3	2	2	3	2	3	1	4	4	5	1	2
166	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
167	5	1	3	3	1	5	3	2	3	1	3	3	1	3	2	5	3	5	1	1
168	3	4	3	5	3	3	4	4	4	2	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4
169	3	5	5	5	2	3	4	4	4	1	4	4	5	5	4	3	5	3	2	5
170	3	1	3	4	1	3	1	1	3	1	1	3	1	4	1	3	3	3	1	1
171	3	2	3	4	3	3	3	2	5	1	3	5	2	4	2	3	3	3	3	2
172	4	4	3	5	3	3	5	4	4	1	5	4	4	5	4	3	3	4	3	4
173	5	4	4	5	2	4	4	4	3	1	4	3	4	5	4	4	4	5	2	4
174	3	4	5	3	3	5	5	4	4	1	5	4	4	3	4	5	5	3	3	4
175	4	4	3	5	1	4	5	3	5	1	5	5	4	5	3	4	3	4	1	4
176	5	5	3	5	1	3	5	3	5	2	5	5	5	5	3	3	3	5	1	5
177	4	4	3	4	3	5	4	3	5	2	4	5	4	4	3	5	3	4	3	4
178	5	5	4	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
179	3	4	5	5	2	3	5	4	3	2	5	3	4	5	4	3	5	3	2	4
180	5	4	4	3	3	4	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	4	5	3	4
181	5	4	3	3	2	5	4	4	5	2	4	5	4	3	4	5	3	5	2	4
182	4	5	3	5	3	4	5	4	3	1	5	3	5	5	4	4	3	4	3	5
183	5	4	4	4	3	3	5	2	5	1	5	5	4	4	2	3	4	5	3	4

184	3	1	5	3	3	3	2	2	4	1	2	4	1	3	2	3	5	3	3	1
185	4	1	3	3	3	4	3	1	4	2	3	4	1	3	1	4	3	4	3	1
186	3	2	5	5	1	5	2	1	3	1	2	3	2	5	1	5	5	3	1	2
187	4	4	4	4	1	5	4	3	4	2	4	4	4	4	3	5	4	4	1	4
188	3	1	4	3	1	5	1	1	5	1	1	5	1	3	1	5	4	3	1	1
189	5	5	4	5	5	5	5	5	4	1	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
190	5	4	3	5	1	3	5	4	4	1	5	4	4	5	4	3	3	5	1	4
191	5	4	3	5	3	4	4	3	4	2	4	4	4	5	3	4	3	5	3	4
192	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
193	5	2	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	2	3	2	3	3	5	3	2
194	5	5	3	3	5	4	4	5	5	2	4	5	5	3	5	4	3	5	5	5
195	3	3	5	4	3	3	4	4	3	2	4	3	3	4	4	3	5	3	3	3
196	5	4	3	3	2	5	5	4	5	1	5	5	4	3	4	5	3	5	2	4
197	4	4	4	5	3	4	5	4	3	1	5	3	4	5	4	4	4	4	3	4
198	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5
199	3	2	3	3	2	3	2	1	4	1	2	4	2	3	1	3	3	3	2	2
200	5	5	5	5	1	3	4	4	3	2	4	3	5	5	4	3	5	5	1	5
201	3	4	4	5	3	5	4	3	4	1	4	4	4	5	3	5	4	3	3	4
202	3	5	5	5	1	5	5	3	4	2	5	4	5	5	3	5	5	3	1	5
203	3	5	4	3	1	5	5	3	4	2	5	4	5	3	3	5	4	3	1	5
204	5	5	4	5	2	4	5	3	4	1	5	4	5	5	3	4	4	5	2	5
205	4	5	4	5	3	3	4	3	3	1	4	3	5	5	3	3	4	4	3	5
206	4	5	4	5	3	4	5	3	3	1	5	3	5	5	3	4	4	4	3	5
207	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5
208	5	5	4	4	2	3	4	4	3	2	4	3	5	4	4	3	4	5	2	5
209	4	5	4	3	3	4	5	3	3	2	5	3	5	3	3	4	4	4	3	5
210	5	2	3	3	2	3	1	2	4	2	1	4	2	3	2	3	3	5	2	2
211	5	5	4	3	2	3	5	4	3	1	5	3	5	3	4	3	4	5	2	5
212	3	2	3	5	2	4	3	3	3	1	3	3	2	5	3	4	3	3	2	2
213	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
214	4	1	3	3	3	3	2	2	3	1	2	3	1	3	2	3	3	4	3	1
215	5	3	5	3	2	5	4	3	3	1	4	3	3	3	3	5	5	5	2	3
216	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
217	4	4	5	3	2	5	5	3	5	1	5	5	4	3	3	5	5	4	2	4
218	5	4	5	4	2	5	4	3	3	2	4	3	4	4	3	5	5	5	2	4
219	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
220	5	2	3	3	1	3	2	4	3	2	2	3	2	3	4	3	3	5	1	2
221	3	4	3	5	2	5	5	3	4	2	5	4	4	5	3	5	3	3	2	4
222	4	5	4	3	2	5	5	4	4	2	5	4	5	3	4	5	4	4	2	5
223	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5
224	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5
225	3	5	5	5	1	5	4	3	3	1	4	3	5	5	3	5	5	3	1	5
226	4	2	3	3	2	3	2	2	4	1	2	4	2	3	2	3	3	4	2	2
227	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
228	5	3	5	5	2	4	5	3	4	1	5	4	3	5	3	4	5	5	2	3
229	5	4	3	3	1	4	1	2	5	1	1	5	4	3	2	4	3	5	1	4
230	5	4	3	4	2	4	5	4	4	1	5	4	4	4	4	4	3	5	2	4

278	4	5	4	5	3	3	5	5	5	2	5	5	5	5	5	3	4	4	3	5
279	4	2	3	3	3	3	1	2	3	2	1	3	2	3	2	3	3	4	3	2
280	3	1	5	3	3	3	2	1	3	2	2	3	1	3	1	3	5	3	3	1
281	5	4	4	5	1	3	4	3	5	1	4	5	4	5	3	3	4	5	1	4
282	3	4	5	4	1	4	5	3	5	1	5	5	4	4	3	4	5	3	1	4
283	4	5	4	5	4	4	4	5	5	2	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5
284	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
285	5	4	3	5	3	3	4	4	5	1	4	5	4	5	4	3	3	5	3	4
286	3	4	4	5	2	5	4	3	5	2	4	5	4	5	3	5	4	3	2	4
287	3	4	4	5	2	3	4	3	5	2	4	5	4	5	3	3	4	3	2	4
288	4	4	3	5	2	4	5	3	4	2	5	4	4	5	3	4	3	4	2	4
289	3	4	3	5	3	4	5	4	3	1	5	3	4	5	4	4	3	3	3	4
290	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5
291	4	4	3	5	2	3	5	3	4	2	5	4	4	5	3	3	3	4	2	4
292	5	5	4	5	4	5	5	5	3	2	5	3	5	5	5	5	4	5	4	5
293	5	4	4	3	2	5	4	4	5	1	4	5	4	3	4	5	4	5	2	4
294	3	2	3	4	2	4	1	2	3	1	1	3	2	4	2	4	3	3	2	2
295	3	4	4	4	4	5	5	3	3	1	5	3	4	4	3	5	4	3	4	4
296	5	4	5	4	4	4	4	3	3	1	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4
297	5	4	3	3	3	3	4	3	5	2	4	5	4	3	3	3	3	5	3	4
298	5	4	3	3	3	4	5	3	5	1	5	5	4	3	3	4	3	5	3	4
299	3	2	3	3	1	4	1	1	3	1	1	3	2	3	1	4	3	3	1	2
300	5	2	3	5	2	3	2	2	3	1	2	3	2	5	2	3	3	5	2	2
301	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	5
302	4	1	4	3	1	3	5	1	3	1	5	3	1	3	1	3	4	4	1	1
303	3	5	5	3	3	3	4	4	4	2	4	4	5	3	4	3	5	3	3	5
304	4	4	4	3	3	5	4	3	3	2	4	3	4	3	3	5	4	4	3	4
305	3	1	4	3	1	4	3	4	4	2	3	4	1	3	4	4	4	3	1	1
306	3	5	5	3	5	5	4	5	5	2	4	5	5	3	5	5	5	3	5	5
307	3	2	4	3	3	5	1	2	3	1	1	3	2	3	2	5	4	3	3	2
308	5	4	3	5	1	3	5	4	4	1	5	4	4	5	4	3	3	5	1	4
309	5	4	4	4	2	4	5	3	5	2	5	5	4	4	3	4	4	5	2	4
310	4	2	3	3	1	4	1	1	5	1	1	5	2	3	1	4	3	4	1	2
311	4	4	3	4	3	4	5	3	3	2	5	3	4	4	3	4	3	4	3	4
312	5	5	5	3	3	3	4	4	4	2	4	4	5	3	4	3	5	5	3	5
313	4	5	4	5	1	5	4	3	4	1	4	4	5	5	3	5	4	4	1	5
314	3	1	3	4	2	3	2	1	3	1	2	3	1	4	1	3	3	3	2	1
315	5	5	3	4	2	3	4	3	4	2	4	4	5	4	3	3	3	5	2	5
316	3	5	5	4	2	5	5	4	4	1	5	4	5	4	4	5	5	3	2	5
317	4	1	3	3	2	3	2	2	3	1	2	3	1	3	2	3	3	4	2	1
318	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5
319	3	3	4	3	3	4	2	4	3	1	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3
320	3	5	5	5	5	5	4	5	4	2	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5
321	4	2	3	5	1	3	2	4	3	2	2	3	2	5	4	3	3	4	1	2
322	4	3	3	4	3	3	5	4	3	2	5	3	3	4	4	3	3	4	3	3
323	3	2	3	3	3	4	2	4	3	2	2	3	2	3	4	4	3	3	3	2
324	3	3	3	4	3	3	1	3	4	2	1	4	3	4	3	3	3	3	3	3

325	4	5	5	5	5	4	4	5	3	2	4	3	5	5	5	4	5	4	5	5
326	5	3	5	3	2	5	4	3	3	1	4	3	3	3	3	5	5	5	2	3
327	5	5	4	5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5
328	4	4	5	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4
329	3	4	3	5	1	5	5	4	4	1	5	4	4	5	4	5	3	3	1	4
330	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5
331	3	4	5	5	1	4	5	4	3	1	5	3	4	5	4	4	5	3	1	4
332	5	4	5	5	3	3	4	3	4	2	4	4	4	5	3	3	5	5	3	4
333	5	4	4	5	3	3	4	4	3	1	4	3	4	5	4	3	4	5	3	4
334	4	4	3	4	2	3	4	3	5	2	4	5	4	4	3	3	3	4	2	4
335	5	5	4	4	5	4	5	5	4	1	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5
336	3	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5
337	5	4	3	4	2	4	5	3	3	2	5	3	4	4	3	4	3	5	2	4
338	3	1	3	4	2	3	2	2	3	1	2	3	1	4	2	3	3	3	2	1
339	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4
340	5	5	4	3	5	3	4	5	5	3	4	5	5	3	5	3	4	5	5	5
341	5	3	4	5	2	5	5	3	3	1	5	3	3	5	3	5	4	5	2	3
342	5	5	5	5	5	5	4	5	3	2	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
343	3	2	3	5	2	4	3	1	3	1	3	3	2	5	1	4	3	3	2	2
344	5	1	4	3	1	3	1	3	3	1	1	3	1	3	3	3	4	5	1	1
345	4	4	4	5	1	3	5	4	4	2	5	4	4	5	4	3	4	4	1	4
346	4	2	3	4	2	3	1	2	4	1	1	4	2	4	2	3	3	4	2	2
347	3	5	4	5	3	4	4	3	3	2	4	3	5	5	3	4	4	3	3	5
348	5	4	4	5	2	4	4	3	5	1	4	5	4	5	3	4	4	5	2	4
349	4	3	4	3	2	5	2	2	3	1	2	3	3	3	2	5	4	4	2	3
350	3	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5
351	3	4	4	4	2	4	5	4	4	1	5	4	4	4	4	4	4	3	2	4
352	3	3	4	4	2	5	1	1	3	1	1	3	3	4	1	5	4	3	2	3
353	3	2	3	4	4	5	2	3	3	1	2	3	2	4	3	5	3	3	4	2
354	3	3	5	5	1	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	5	3	1	3
355	3	1	4	3	3	4	1	2	3	1	1	3	1	3	2	4	4	3	3	1
356	5	2	3	4	1	4	2	2	3	1	2	3	2	4	2	4	3	5	1	2
357	5	4	3	4	2	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	3	5	2	4
358	5	5	3	5	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	3	3	5	5	5
359	4	5	5	5	4	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
360	3	3	3	5	1	5	5	4	5	2	5	5	3	5	4	5	3	3	1	3
361	5	3	4	5	1	3	4	4	3	2	4	3	3	5	4	3	4	5	1	3
362	3	3	5	3	2	3	4	4	5	2	4	5	3	3	4	3	5	3	2	3
363	4	3	5	4	1	3	5	4	5	1	5	5	3	4	4	3	5	4	1	3
364	3	2	3	4	1	3	2	2	4	1	2	4	2	4	2	3	3	3	1	2
365	3	4	3	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
366	3	1	4	4	4	3	2	2	3	1	2	3	1	4	2	3	4	3	4	1
367	4	5	5	4	5	4	5	5	5	1	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
368	5	4	5	3	2	3	4	4	5	1	4	5	4	3	4	3	5	5	2	4
369	4	1	3	3	1	3	1	1	3	1	1	3	1	3	1	3	3	4	1	1
370	5	4	3	5	3	4	4	4	3	1	4	3	4	5	4	4	3	5	3	4
371	5	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5

372	3	4	3	5	2	4	5	4	4	1	5	4	4	5	4	4	3	3	2	4
373	5	4	4	3	1	3	5	4	5	1	5	5	4	3	4	3	4	5	1	4
374	3	1	4	3	1	3	2	1	3	1	2	3	1	3	1	3	4	3	1	1
375	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
376	3	2	4	3	1	4	2	2	3	1	2	3	2	3	2	4	4	3	1	2
377	4	4	4	5	1	4	5	3	5	2	5	5	4	5	3	4	4	4	1	4
378	3	4	5	4	2	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	5	3	2	4
379	4	4	4	4	3	3	4	4	5	2	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4
380	5	5	5	5	5	5	4	5	3	2	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
381	3	1	3	3	3	5	3	1	3	2	3	3	1	3	1	5	3	3	3	1
382	4	5	3	3	1	5	5	4	4	1	5	4	5	3	4	5	3	4	1	5
383	4	4	3	3	2	3	3	1	3	1	3	3	4	3	1	3	3	4	2	4
384	4	4	3	5	2	4	4	4	3	2	4	3	4	5	4	4	3	4	2	4
385	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
386	4	3	4	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3

Apéndice D:

Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA		VARIABLES E INDICADORES		METODO Y DISEÑO		POBLACION		TECNICAS E INSTRUMENTOS		ESTADISTICAS	
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	Dimensiones	Indicador	Variable	Indicador	Variable	Indicador	Variable	Indicador	Variable
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la relación entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación de patatas hacia el extranjero en 2017?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación que existe entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación de patatas hacia el extranjero en 2017.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Existe relación entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación de patatas hacia el extranjero en 2017.</p>	<p>Dimensiones</p> <p>Producción Repartimiento Comercio Canadá (producto)</p>	<p>Indicador</p> <p>Producción nacional Repartimiento Comercio Canadá (producto)</p>	<p>Variable</p> <p>Producción nacional Repartimiento Comercio Canadá (producto)</p>						
<p>Problema secundario</p> <p>¿Cuál es la relación entre la demanda de patatas en Canadá y la exportación de patatas hacia el extranjero en 2017?</p>	<p>Objetivo secundario</p> <p>Determinar la relación entre la demanda de patatas en Canadá y la exportación de patatas hacia el extranjero en 2017.</p>	<p>Hipótesis secundario</p> <p>Existe relación entre la demanda de patatas en Canadá y la exportación de patatas hacia el extranjero en 2017.</p>	<p>Dimensiones</p> <p>Demanda Exportación Canadá (producto)</p>	<p>Indicador</p> <p>Demanda Exportación Canadá (producto)</p>	<p>Variable</p> <p>Demanda Exportación Canadá (producto)</p>	<p>Indicador</p> <p>Demanda Exportación Canadá (producto)</p>	<p>Variable</p> <p>Demanda Exportación Canadá (producto)</p>	<p>Indicador</p> <p>Demanda Exportación Canadá (producto)</p>	<p>Variable</p> <p>Demanda Exportación Canadá (producto)</p>	<p>Indicador</p> <p>Demanda Exportación Canadá (producto)</p>	<p>Variable</p> <p>Demanda Exportación Canadá (producto)</p>
<p>Problema terciario</p> <p>¿Cuál es la relación entre los precios de patatas en Canadá y la exportación de patatas hacia el extranjero en 2017?</p>	<p>Objetivo terciario</p> <p>Determinar la relación entre los precios de patatas en Canadá y la exportación de patatas hacia el extranjero en 2017.</p>	<p>Hipótesis terciario</p> <p>Existe relación entre los precios de patatas en Canadá y la exportación de patatas hacia el extranjero en 2017.</p>	<p>Dimensiones</p> <p>Comercio Canadá (producto)</p>	<p>Indicador</p> <p>Comercio Canadá (producto)</p>	<p>Variable</p> <p>Comercio Canadá (producto)</p>	<p>Indicador</p> <p>Comercio Canadá (producto)</p>	<p>Variable</p> <p>Comercio Canadá (producto)</p>	<p>Indicador</p> <p>Comercio Canadá (producto)</p>	<p>Variable</p> <p>Comercio Canadá (producto)</p>	<p>Indicador</p> <p>Comercio Canadá (producto)</p>	<p>Variable</p> <p>Comercio Canadá (producto)</p>

Apéndice E:

Certificado de validación

Anexo 4

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

Nº	DIMENSIONES / items	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	DEMANDA							
1	¿Cree Ud. que el nivel de consumo de palta Hass promete un incremento en la demanda en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
2	¿Cree Ud. que el déficit de producción interna de palta Hass genera mayor demanda en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
3	¿Cree Ud. que las bajas importaciones de palta Hass repercute en la demanda en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
4	¿Cree Ud. que la estacionalidad de importación de palta Hass en Canadá impacta en una mayor demanda del mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
5	¿Cree Ud. que la demanda de palta Hass promete una oportunidad en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
	PRECIOS							
6	¿Cree Ud. que el ingreso per cápita actual canadiense condiciona los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
7	¿Cree Ud. que los tratados de libre comercio favorecen a los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
8	¿Cree Ud. que los aranceles favorecen a los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
9	¿Cree Ud. que el nivel inflación favorece a los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
10	¿Cree Ud. que los precios de palta Hass fomenta una oportunidad en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** [] de 20 de Mayo del 2017

Apellidos y nombres del juez evaluador: Dr. Magdalena Gehlenz Jorge DNI: 10400346

Especialidad del evaluador: Mag. Industrias

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



Anexo 4
CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

Nº	DIMENSIONES / ítems	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	OFERTA							
1	¿Considera Ud. que la producción nacional genera una oferta favorable para la exportación de paltas Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
2	¿Considera Ud. que el rendimiento de la producción en la actualidad es óptima para incrementar la oferta en exportaciones de palta Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
3	¿Considera Ud. que la calidad de la palta cultivada en la actualidad es óptima para surtir las exportaciones de palta Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
4	¿Considera Ud. que las áreas cosechadas en la actualidad favorecen la oferta para exportaciones de palta Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
5	¿Considera Ud. que la oferta actual es óptima para la viabilidad de exportaciones de palta Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
	COMERCIALIZACIÓN							
6	¿Considera Ud. que la exportación bruta actual de paltas Hass es suficiente para surtir mercados externos en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
7	¿Considera Ud. que la cantidad de empresas exportadoras peruanas están en condiciones óptimas para la comercialización de paltas Hass en el mercado externo en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
8	¿Considera Ud. que los aranceles y tratados de libre comercio fomentan condiciones favorables para exportar de paltas Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
9	¿Considera Ud. que las empresas exportadoras actuales están en condiciones logísticas óptimas para exportar de paltas Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
10	¿Considera Ud. que existen las condiciones de comercialización favorables para exportar de paltas Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] No aplicable [] 20 de Mayo del 2017

Apellidos y nombres del juez evaluador: Dr. Magdalena Gutierrez Jara DNI: 10900546

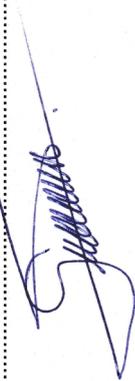
Especialidad del evaluador: Jag. Industrial

¹Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

²Pertinencia: Si el ítem pertenece a la dimensión.

³Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

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



Anexo 4
CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

Nº	DIMENSIONES/ items	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DEMANDA								
1	¿Cree Ud. que el nivel de consumo de paltas Hass promete un incremento en la demanda en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
2	¿Cree Ud. que el déficit de producción interna de palta Hass genera mayor demanda en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
3	¿Cree Ud. que las bajas importaciones de palta Hass repercute en la demanda en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
4	¿Cree Ud. que la estacionalidad de importación de palta Hass en Canadá impacta en una mayor demanda del mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
5	¿Cree Ud. que la demanda de paltas Hass promete una oportunidad en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
PRECIOS								
6	¿Cree Ud. que el ingreso per cápita actual canadiense condiciona los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
7	¿Cree Ud. que los tratados de libre comercio favorecen a los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
8	¿Cree Ud. que los aranceles favorecen a los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
9	¿Cree Ud. que el nivel inflación favorece a los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
10	¿Cree Ud. que los precios de palta Hass fomenta una oportunidad en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable No aplicable [] No aplicable [] 20 de MAYO del 2017.

Apellidos y nombres del juez evaluador: Bravo Rojas, Leonidas DNI: 08637346

Especialidad del evaluador: FUG. INDUSTRIAL, MBA, DR.

¹Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

²Pertinencia: Si el ítem pertenece a la dimensión.

³ Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

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


Ing. Leonidas Bravo Rojas
 CIP 176108
 Dr., MBA

Anexo 4

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

Nº	DIMENSIONES / Items	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
OFERTA								
1	¿Considera Ud. que la producción nacional genera una oferta favorable para la exportación de paltas Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
2	¿Considera Ud. que el rendimiento de la producción en la actualidad es óptima para incrementar la oferta en exportaciones de palta Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
3	¿Considera Ud. que la calidad de la palta cultivada en la actualidad es óptima para surtir las exportaciones de palta Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
4	¿Considera Ud. que las áreas cosechadas en la actualidad favorecen la oferta para exportaciones de palta Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
5	¿Considera Ud. que la oferta actual es óptima para la viabilidad de exportaciones de palta Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
COMERCIALIZACIÓN								
6	¿Considera Ud. que la exportación bruta actual de paltas Hass es suficiente para surtir mercados externos en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
7	¿Considera Ud. que la cantidad de empresas exportadoras peruanas están en condiciones óptimas para la comercialización de paltas Hass en el mercado externo en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
8	¿Considera Ud. que los aranceles y tratados de libre comercio fomentan condiciones favorables para exportar de paltas Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
9	¿Considera Ud. que las empresas exportadoras actuales están en condiciones logísticas óptimas para exportar de paltas Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		
10	¿Considera Ud. que existen las condiciones de comercialización favorables para exportar de paltas Hass en un mediano plazo?	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI AIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable de NAVO del 20.17.

Apellidos y nombres del juez evaluador: BRAVO ROJAS, GONZALEZ DNI: 0.8634346

Especialidad del evaluador: ING. INDUSTRIAL, HASS, DE


 Ing. Leonidas Bravo Rojas
 CIP: 76108
 DT.: MBA

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

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

Anexo 4
CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE

Nº	DIMENSIONES / items	Claridad ¹		Pertinencia ²		Relevancia ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DEMANDA								
1	¿Cree Ud. que el nivel de consumo de paltas Hass promete un incremento en la demanda en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
2	¿Cree Ud. que el déficit de producción interna de palta Hass genera mayor demanda en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
3	¿Cree Ud. que las bajas importaciones de palta Hass repercute en la demanda en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
4	¿Cree Ud. que la estacionalidad de importación de palta Hass en Canadá impacta en una mayor demanda del mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
5	¿Cree Ud. que la demanda de paltas Hass promete una oportunidad en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
PRECIOS								
6	¿Cree Ud. que el ingreso per cápita actual canadiense condiciona los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
7	¿Cree Ud. que los tratados de libre comercio favorecen a los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
8	¿Cree Ud. que los aranceles favorecen a los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
9	¿Cree Ud. que el nivel inflación favorece a los precios de la palta Hass en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		
10	¿Cree Ud. que los precios de palta Hass fomenta una oportunidad en el mercado de Canadá?	✓		✓		✓		

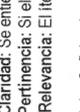
Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si Hay

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable después de corregir No aplicable del 20.17

Apellidos y nombres del juez evaluador: Stol et al, Smb DBA DNI: 18168818

Especialidad del evaluador: Estadística - Datos

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



Apéndice F:

Certificados para exportación

Certificado de lugar de producción:



(Formato SCV-E-07)



Código del productor		
DE	Productor	L. producción
028	05894	01

CERTIFICADO DE APTITUD DE LUGARES DE PRODUCCION DE FRUTAS Y HORTALIZAS CON FINES DE EXPORTACION

N° 00000002-2010-AG-SENASA-LIMACALLAO-EXP

Luego de haber revisado el informe de Inspección a lugares de producción de frutas y hortalizas con fines de exportación N° 028201000053 y en virtud de estar aplicando medidas fitosanitarias para el control, supresión y erradicación de las moscas de la fruta y vigilancia de otras plagas cuarentenarias, acorde a lo dispuesto por la legislación vigente y a los Planes de Trabajo suscritos por el SENASA, por lo que se otorga el presente Certificado al lugar de producción cuyos datos se mencionan a continuación:

Persona Natural <input type="radio"/>	Razón Social			
Persona Jurídica <input checked="" type="radio"/>	SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA SA			
Apellidos		Nombre(s)		Documento de Identidad
Dirección				Teléfono
EL PEDREGAL - BARRANCA				2355656
Nombre del lugar de producción				
FUNDO VIRGEN DE LAS MERCEDES				
Ubicación geográfica del lugar de producción				
Departamento:	LIMA	Zona de producción:	BARRANCA	
Provincia:	BARRANCA	Sector:	BARRANCA	
Distrito:	BARRANCA	Sub sector:	VINTO	
Cultivo	Area Total (ha)	Variedad	Area Certificar(ha)	Volumen Autorizado(TM)
PALTO	479.21	HASS	479.21	4,312.89
Total:			479.21	4,312.89

La presente certificación del lugar de producción tendrá vigencia para la campaña de exportación 2009-2010. Esta certificación será anulada si no se mantiene las condiciones bajo las cuales se certificó el lugar de producción, así como por el incumplimiento de las recomendaciones efectuadas por el SENASA en las visitas de inspección que se efectuen.

Lugar y fecha: LIMACALLAO 02/08/2010



MINISTERIO DE AGRICULTURA
SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGRARIA
DIRECCION EJECUTIVA LIMA CALLAO

Carrasco

POSUJE A CARRASCO VALIENTE
EJECUTIVO

Firma del Director de SENASA - LIMACALLAO

Certificado de plantas de empaque:



(REG-SCV-03)

CERTIFICADO DE FUNCIONAMIENTO DE CENTRO DE INSPECCION, EMPACADORA Y PLANTA DE TRATAMIENTO Y EMPAQUE

Código: 028-005-01-PE

Luego de haber revisado el Informe para Inspección para la certificación de Centros de Acopio, Empacadora y Plantas de Tratamiento y Empaque, para la exportación; el resultado es favorable para aprobar:

Centro de Inspección Planta de Tratamiento Planta de Empaque Planta de tratamiento y Empaque

(Escribir la razón social del Centro de Acopio, Empacadora o Planta de Tratamiento y Empaque)		
SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.		
Nombre del propietario y/o Representante Legal		
CARLOS ARRESE PEREZ		
Telef.	Correo electrónico	
2356161-2355656	e maticorena@agrokasa.com.pe	
Dpto:	Prov:	Distrito:
LIMA	BARRANCA	SUPE
Producto Vegetal a exportar: Palta		
Fecha de inicio de las actividades:	Fecha de finalización de las actividades:	
02/08/2010	02/08/2011	
Campaña de exportación: 2009-2010		

Este Certificado será anulado en caso de que el beneficiario infrinja las disposiciones legales vigentes o incumplan los acuerdos establecidos en los Planes de Trabajo.

Lugar y fecha : Barranca 02/08/2010



MINISTERIO DE AGRICULTURA
SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGRARIA
DIRECCION EJECUTIVA LIMA CALLAO

Ing. JOSUE A. CARRASCO VALIENTE
DIRECTOR EJECUTIVO
Firma del Director Ejecutivo del SENASA

(Colocar sello de agua)

Emisión del certificado fitosanitario:

 MINISTERIO DE AGRICULTURA		 SERVICIO NACIONAL DE SANIDAD AGROPECUARIA PERU	
CERTIFICADO FITOSANITARIO PHYTOSANITARY CERTIFICATE		Nº 00328319	
ORGANIZACIÓN DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA DEL PERU PLANT PROTECTION ORGANIZATION OF PERU		A : ORGANIZACIÓN DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA TO : PLANT PROTECTION ORGANIZATION DE(OF) : USA	
DESCRIPCIÓN DEL ENVÍO - DESCRIPTION OF CONSIGNMENT			
Nombre y dirección del exportador - Name and address of exporter SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A PANAMERICANA NORTE KM 184.5, SUPE-BARRANCA - LIMA			
Nombre y dirección declarados del destinatario - Declared name and address of consignee PACIFIC PRODUCE, LLC 8621 CHATEAU DRIVE POTOMAC MD 20854 USA			
Número y descripción de bultos - Number and description of packages 1 1920 BOXES		Marcas distintivas - distinguishing marks LA CATALINA	
Lugar de Origen - Place of Origin PERU	Medios de transportes declarados Declared means of conveyance By SEA	Punto de entrada declarado Declared point of entry NEW JERSEY	
Cantidad declarada y nombre del Producto Name of product and declared quantity FRESH AVOCADOS VAR. HASS NET WEIGHT : 21,504 Kg		Nombre botánico de las plantas Botanical name of plants Persea americana	
<p><small>Por la presente se certifica que las plantas, productos vegetales y otros artículos reglamentados descritos aquí se han inspeccionado y/o sometido a ensayo de acuerdo con los procedimientos oficiales adecuados y se considera que están libres de plagas cuarentenarias especificadas por la parte contratante importadora y que cumplen con los requisitos fitosanitarios vigentes de la parte contratante importadora, incluidos los relativos a las plagas no cuarentenarias reglamentadas.</small></p> <p><small>This is to certify that the plants, plant products or other regulated articles described herein have been inspected and/or tested according to appropriate official procedures and are considered to be free from the quarantine pests specified by the importing contracting party and fulfil with the in force phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regulated non-quarantine pests.</small></p>			
TRATAMIENTO DE DESINFESTACIÓN O DESINFECCIÓN - DISINFESTATION AND/OR DISINFECTION TREATMENT			
Fecha - Date _____		Tratamiento - Treatment _____	
Producto químico (Ingrediente activo) - Chemical Product (active ingredient) _____			
Duración y temperatura - Duration and temperature _____		Concentración - Concentration _____	
DECLARACIÓN ADICIONAL - ADDITIONAL DECLARATION			
<p>“The Hass avocados included in this shipment were produced, packed, inspected, and found free of pests in accordance with 7 CFR 319.56-50.”</p> <p>SENASA Seal number: 327587</p> <p>Packinghouse name: SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A CODE: 028-005-01-PE</p> <p>Place of production registration number: 028-05894-01</p> <p>Container number: MMAU 416679-4</p>			
INFORMACIÓN ADICIONAL - ADDITIONAL INFORMATION			
Nombre del funcionario autorizado Name of authorized official ING. NANCY V. GUERRERO ONTANEDA		  FIrma y Sello (Signature and Stamp)	
Lugar y Fecha de expedición Place and date of issuance BARRANCA-LIMA AUGUST 1, 2011			
EL SENASA, sus funcionarios y representantes declinan toda responsabilidad financiera resultante de este certificado.			
Este certificado ha sido adoptado por el Perú por Resolución Legislativa N° 21175 concordante a la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria de la FAO.			

Apéndice G:

Artículo Científico

Relación entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

Relationship between the evolution of the Canadian market and Peruvian avocado export Hass in 2017.

Vilchez Canchari, Juan Marcos.

Gianmarcos_987@hotmail.com

Resumen

La presente investigación titulada: “Relación entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017”, tuvo como objetivo general, determinar la relación entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017. Investigación básica de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, descriptivo correlacional. La población conformada por 2 grupos, el primero por compuesto por 386 habitantes de Canadá comprendidas entre las edades de 18 y 65 años y el segundo por 386 operadores logísticos y/o exportadores con experiencia. La técnica utilizada fue a través de la encuesta y los instrumentos: cuestionario de evolución del mercado de Canadá y de evolución de exportación de palta Hass, tipo escala Likert, los cuales fueron validados por tres expertos en la materia con grado académico de maestro y doctores de la UCV; los mismos que fueron adaptados por el investigador. Confiabilidad a través del alfa de Cronbach, indicando que son muy confiables, se cuenta con la validez de constructo con r de Pearson. Se utilizó estadístico no paramétrico Rho de Spearman, para contrastar la hipótesis general y las específicas con una significancia de < 0.05 . Entre los resultados: se presenta una correlación Rho de Spearman positiva y moderada (0.936), observamos que la Sig. (significancia asintótica) mostrada por SPSS es 0.000 menor a 0.05, en consecuencia, se toma la decisión de rechazar la Hipótesis nula (H_0) a un nivel de confianza del 95%, y aceptar la Hipótesis Alternativa (H_1); es decir: Existe relación directa entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017.

Palabras Clave: Estudio de mercado, exportación de palta Hass.

Abstract

The present research entitled "Relationship between the evolution of the Canadian market and the Peruvian export of Hass avocado in 2017", had as a general objective, to determine the relationship between the evolution of the Canadian market and the Peruvian export of avocado Hass in the 2017. Basic investigation of quantitative approach, non-experimental design, descriptive correlational. The population consists of 2 groups, the first consisting of 386 inhabitants of Canada between the ages of 18 and 65 years and the second by 386 logistic operators and / or exporters with experience. The technique used was through the survey and instruments: questionnaire of evolution of the Canadian market and export evolution of Hass avocado, scale type Likert, which were validated by three experts in the subject with academic degree of teacher and doctors of the UCV; the same ones that were adapted by the researcher. Reliability through Cronbach's alpha, indicating that they are very reliable, has the validity of construct with r of Pearson. Spearman's non-parametric Rho statistic was used to test the general and specific hypotheses with a significance of <0.05 . Among the results: a positive and moderate Spearman Rho correlation (0.936) was observed, we observed that the Sig. (Asymptotic significance) shown by SPSS is 0.000 less than 0.05, consequently, the decision is made to reject the null hypothesis) at a 95% confidence level, and accept the Alternate Hypothesis (H1); that is: There is a direct relationship between the evolution of the Canadian market and the Peruvian export of avocado Hass in 2017.

Keywords: Market study, export of avocado Hass.

Introducción

La presente investigación busca relevancia como un medio de consulta y probatoria sobre del impacto la evolución de mercado de Canadá en las exportaciones peruanas de palta Hass hasta el 2017, para ello fue necesario recopilar información sobre los distintos aspectos que influyen en el mercado canadiense como es la demanda del consumidor y sus ingresos; y los aspectos que influyen y componen la exportación de palta en Perú como la oferta generada a nivel nacional y la logística involucrada en la actividad. Canadá es uno de los países con desarrollo de América, en la actualidad posee más de 36.5 millones de habitantes y un per cápita de \$ 41, 921 se proyecta como uno de los destinos de preferidos por los migrantes, los cuales llevan hábitos de consumo arraigados en su cultura como en el caso de migrantes mexicanos. La migración y la publicidad agresiva de los países productores sobre los beneficios del consumo de la palta ha ido generando el incremento del nicho de mercado de este producto. La exportación peruana de palta Hass se ha ido incrementando en los últimos años, pasando de exportar 19 mil toneladas en el 2004 a 179 mil toneladas en el 2014, este crecimiento se ha ido generando debido a la demanda de Estados Unidos y países europeos, generando cambios importantes en la actividad del cultivo, así como en su magnitud, a pesar de ello se observa un déficit pronunciado en cuanto a su manipulación, tratamiento y calidad del producto. Otra componente importante es a logística que participa en el desarrollo de la exportación que se encuentra con graves problemas de infraestructura y que desmedra el producto en transporte. Por lo tanto, encontrar una relación entre los cambios del mercado de Canadá y el comportamiento de las exportaciones mediante percepción de los usuarios permitirá determinar si existe o no dicha relación directa.

Antecedentes del Problema

Torres (2009), dedujo el rol que juega las exportaciones de paltas en el impacto económico y social que genera su producción y exportación en las ciudades de México, estimando una creación de 40 mil empleos permanentes y 60 mil empleos estacionales ligados a actividades indirectas. Valdebenito (2009), utiliza la ampliación de la gama de productos derivados de la palta en una empresa mediante la exportación a mercados foráneos, como medio de mitigar los riesgos de las crecientes fluctuaciones de cambio en el mercado nacional y mundial. Cisneros (2013), pone énfasis en los aspectos financieros y logísticos como barreras que amenazan la viabilidad de exportación de paltas de Ecuador a Colombia. García y Quintanilla (2003), explica las barreras que limitan la exportación de palta peruana a mercados de países desarrollados poniendo énfasis en las debilidades físicas y fisiológicas de la palta peruana como producto para satisfacer las exigencias de los mercados foráneos. Vidal (2010), bosqueja el perfil consumidor a través de un análisis interno y externo para determinar la demanda que podría cubrir con la implantación de una planta empaquetadora de paltas en Huaral, así como la viabilidad de su funcionamiento. Salas (2012), explicó las limitaciones que afectan la exportación de palta Hass al mercado italiano entre los años 2004 a 2011, siendo la barrera logística la más importante y que no se pudo superar.

Definición de mercado.

Kotler (2004), definió al mercado como “El mercado es un conjunto de compradores reales y potenciales de un producto que comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio” (p.10). Mientras Mankiw (2004), definió un mercado como “un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta” (p.41). Adicionalmente Jany (2005), definió “mercado es cualquier persona o grupo con los que un individuo u organización tenga o pueda tener una relación de intercambio” (p.72). Finalmente, la RAE, definió el mercado como el "conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio".

Definición de exportación.

Según el BCPR (2017), definió la exportación como el “registro de la venta al exterior de bienes o servicios realizada por una empresa residente dando lugar a una transferencia de la propiedad de los mismos” (p.76). Para Daniels y Radebaugh (2013), la exportación es el medio más común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas. (p.714).

Método

La investigación fue básica de naturaleza descriptiva y correlacional, de diseño no experimental transversal (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). El método fue hipotético deductivo que consiste en un procedimiento que parte de aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis. Para fines de la presente investigación la población estaba compuesto por dos grupos, el primero por habitantes de Canadá con edades entre 18 y 65 años, correspondiendo al 67.2% (24.3 millones de habitantes) del total de habitantes de Canadá y el segundo por un grupo considerable de operadores logísticos y/o exportadores con experiencia. Dado que se trata de un número manejable de encuestas, la muestra final tomada por un lado está compuesta un grupo de (386) operadores afines a la exportación de productos y con conocimientos logísticos y por otro lado una muestra representativa de consumidores y posibles consumidores de Canadá (386 individuos), comprendidos entre la edad de 18 y 67 años. El resultado permitirá inferir en el total de la población. El muestreo fue no probabilístico, intencionado por criterio y conveniencia del investigador.

Resultados

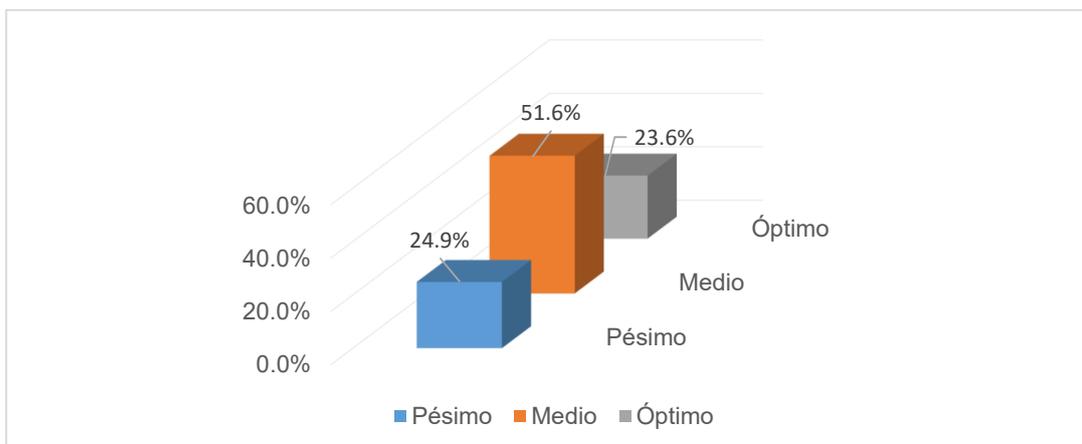


Figura 1. Barras de evolución del mercado de Canadá de acuerdo a los consumidores o posibles consumidores de palta Hass.

Se puede observar que el 51.6% de los consumidores citado manifiesta que hay un nivel medio de evolución del mercado de Canadá, el 24.9% un nivel pésimo y el 23.6% un nivel óptimo de evolución del mercado.

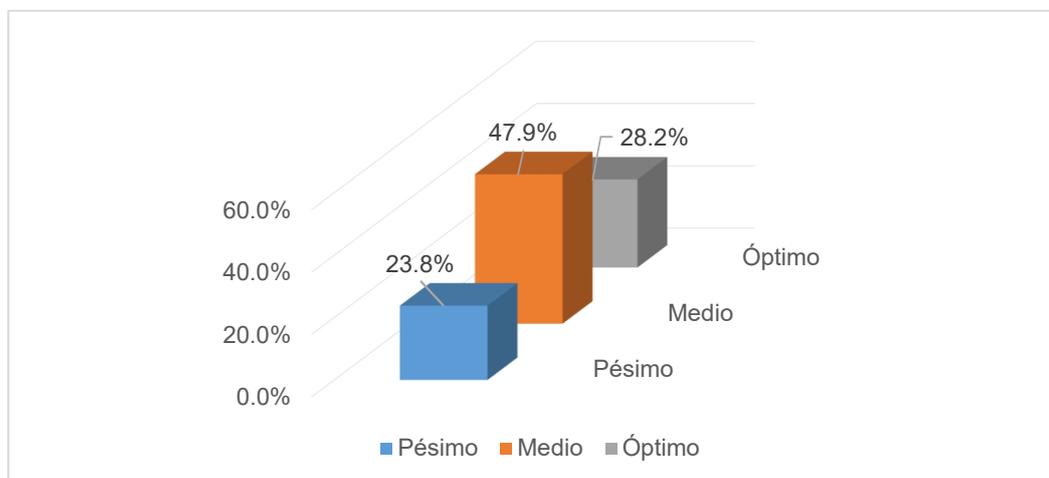


Figura 2. Barras de las exportaciones de palta Hass de acuerdo a los operadores logísticos y/o exportadores.

Se puede observar que el 47.9% de los operadores logísticos y/o exportadores, manifiestan que hay un nivel medio de exportaciones de palta Hass, el 23.8% un nivel pésimo y el 28.2% un nivel óptimo de exportación.

Discusión

Se obtuvo un coeficiente de correlación Rho de Spearman positiva alta $r=0.936$, con un $p=0.000$ ($p<0.05$), con el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Por lo tanto, se puede afirmar que existe relación entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017. Al respecto; Bello (2010), concluyó que la apertura comercial y promoción de productos a nivel internacional, han generado incrementos considerables y sostenidos en las exportaciones peruanas tradicionales. y no tradicionales. Torres (2009), determinó el rol que juega las exportaciones de palta de México en el mundo, así como su impacto económico y social que genera su producción y exportación en las ciudades mexicanas donde se producen incentivando su desarrollo. Muñoz y Rodríguez (2014), identificaron la diversidad de ácaros depredadores que afectan la producción de la palta Hass, en la costa central como Lima e Ica y destinada a la exportación. De la información se extrae que; el incremento de demanda en Canadá tuvo una repercusión directa en las exportaciones peruanas con el impuso de políticas arancelarias de apertura de mercado tomados por el gobierno peruano, esta política de crecimiento en exportación a generado desarrollo en la cadena productiva y logística de la palta Hass, generando un impacto económico y social, generando mayor empleo y dinamismo del mercado. También se observa un mayor nivel de control de plagas sobre el producto como medio de mejorar la competitividad y precios en el extranjero, se expandió las áreas de cultivo a nuevas regiones que tomaron la posta de mayores productores con mejores rendimientos como La Libertad y Junín.

Conclusiones

Después de contrastar la hipótesis general se puede afirmar que existe relación entre la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017. $Rho=0.936$, con un $p=0.000$ ($p<0.05$). Asimismo, con respecto a la hipótesis específica 1 se afirma: Existe relación entre la demanda dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017. $Rho=0.891$, con un $p=0.000$ ($p<0.05$). En hipótesis específica 2: Existe

relación entre los precios dentro de la evolución del mercado de Canadá y la exportación peruana de palta Hass en el 2017. $Rho=0.816$, con un $p=0.000$ ($p<0.05$).

Referencias

- Banco Central de Reserva del Perú (s.f.) *definición de exportación glosario BCRP*. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/e.html>
- Cisneros, G; (2013). *Exportación de aguacate de la provincia de Manabi - Ecuador y la demanda requerida en –Bogotá – Colombia*. (Tesis de grado). Tulcán: Universidad Politécnica Estatal de Carchi
- Daniels, J y Radebaugh, R (2013). *Negocios internacionales, ambientes y operaciones*. México D.F.: Pearson Educación.
- Kotler, P. Bloom, P. y Hayes, T.; (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*, Primera Edición. Madrid: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Malhotra, N; (1997). *Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico*, Segunda Edición. México D.F.: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Randall, G; (2003). *Principios de Marketing*, Segunda Edición. Madrid: Thomson Editores Sapin.
- Salas, H; (2012). *Estudio de mercado para la exportación de palta Hass al mercado de Italia*. (Tesis de grado). Lima: Universidad San Martín de Porres.
- Torres, V; (2009). *La competitividad del aguacate mexicano en el mercado estadounidense*. Revista de Geografía Agrícola, (61-69). Recuperado de <http://www.uacm.kirj.redalyc.org/articulo.oa?id=75715608005>
- Valdebenito, A; (2009). *Plan de negocios para la exportación de aceite de paltas: exportadora FASTFRUT LTDA*. (Tesis de maestría). Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Vidal, L; (2010). *Estudio de Pre-factibilidad para la exportación de palta Hass a Estados Unidos*. (Tesis de grado). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.