



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

Producción y exportación de palta de Perú al mercado  
internacional 2019 – 2021

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

**Licenciado en Negocios Internacionales**

**AUTOR:**

Calla Vasquez, Jose Angel ([orcid.org/0000-0003-2871-1608](https://orcid.org/0000-0003-2871-1608))

**ASESOR:**

Dr. Marquez Caro, Orlando Juan ([orcid.org/0000-0003-4804-2528](https://orcid.org/0000-0003-4804-2528))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**LIMA - PERÚ**

**2023**

## **DEDICATORIA**

Mi padre y mí amada familia con mucha fe, esfuerzo y dedicación.

A las personas que confiaron en mí y a toda mi familia por ser mi apoyo y fortaleza en cada momento.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecer a Dios por guiar mis pasos, por la fortaleza en brindarme la virtud de desarrollarme en la fe de creer en los logros personales.

A mis padres quienes me apoyaron por estar siempre a mi lado alentándome y fomentando en mi crecimiento académico y a mi abuelita por ser mi mayor alegría y motivación.

Agradecer a mis familiares, amistades, compañeros de clases y docentes de investigación, así como mi asesor académico para la culminación en una etapa de mi vida académica.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, MARQUEZ CARO ORLANDO JUAN, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis Completa titulada: "PRODUCCION Y EXPORTACION DE PALTA DE PERU AL MERCADO INTERNACIONAL 2019 – 2021", cuyo autor es CALLA VASQUEZ JOSE ANGEL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 3.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

LIMA, 04 de Setiembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MARQUEZ CARO ORLANDO JUAN DNI: 09075930 ORCID: 0000-0003-4804-2528	Firmado electrónicamente por: ORMARQUEZCAR el 04-09-2023 22:49:08

Código documento Trilce: TRI - 0650875





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

### **Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, CALLA VASQUEZ JOSE ANGEL estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "PRODUCCION Y EXPORTACION DE PALTA DE PERU AL MERCADO INTERNACIONAL 2019 – 2021", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

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

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

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
CALLA VASQUEZ JOSE ANGEL <b>DNI:</b> 72255903 <b>ORCID:</b> 0000- 0003 -2871- 1608	Firmado electrónicamente por: JACALLA el 08-09-2023 12:54:26

Código documento Trilce: INV - 1383729

## Índice de contenidos

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR/ AUTORES.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	3
III. METODOLOGÍA.....	7
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	7
3.2. Variables y operacionalización .....	7
3.3. Población, muestra y muestreo .....	8
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	8
3.5. Procedimientos.....	9
3.6. Métodos de análisis de datos .....	9
3.7. Aspectos éticos .....	9
IV. RESULTADOS.....	10
V. DISCUSIÓN .....	24
VI. CONCLUSIONES.....	25
VII.RECOMENDACIONES .....	26
REFERENCIAS .....	27
ANEXOS	

## Índice de tablas

<b>Tabla 1:</b> Producción Nacional de Palta 2019-2021 .....	10
<b>Tabla 2:</b> Volumen de producción de palta en miles de TM por departamento 2019 2021.....	11
<b>Tabla 3:</b> Países productores de palta (miles de toneladas) 2019-2021.....	13
<b>Tabla 4:</b> Exportación mensual de palta de Perú 2019-2021.....	14
<b>Tabla 5:</b> Volumen de las exportaciones de palta mensuales (kg) 2019-2021 ..	16
<b>Tabla 6:</b> Principales mercados destino de las exportaciones de palta 2019- 2021 .....	19
<b>Tabla 7:</b> Correlación entre la producción y exportación de palta de Perú 2019- 2021 .....	20
<b>Tabla 8:</b> Análisis de correlación entre la producción y exportación .....	21
<b>Tabla 9:</b> Correlación entre el volumen de producción con el volumen de las exportaciones de palta de Perú 2019- 2021 .....	21
<b>Tabla 10:</b> Análisis de correlación entre el volumen de producción con el volumen de las exportaciones .....	22
<b>Tabla 11:</b> Correlación entre los mercados productores mundiales con los mercados destino 2019- 2021 .....	22
<b>Tabla 12:</b> Análisis de correlación entre los mercados productores mundiales con los mercados destino .....	23

## Índice de gráficos y figuras

<b>Figura 1:</b> Producción de palta en el Perú (toneladas) .....	10
<b>Figura 2:</b> Volumen de producción por departamento de palta en miles de TM.....	12
<b>Figura 3:</b> Países productores mundiales de palta 2019-2021 .....	13
<b>Figura 4:</b> Valor de las exportaciones mensuales de palta 2019 – 2021) (FOB US\$) .....	15
<b>Figura 5:</b> Volumen de las exportaciones de palta 2019 - 2021 (kg) .....	17
<b>Figura 6:</b> Volumen de las Exportaciones Mensuales de Palta 2019 - 2021) (Kg) .....	18
<b>Figura 7:</b> Principales mercados destino de las exportaciones de palta 2019-2021 .....	20

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: determinar la relación entre la producción y exportación de palta de Perú al mercado internacional, 2019 – 2021. La metodología fue de tipo básica, diseño no experimental, nivel correlacional, tuvo un enfoque cuantitativo, método hipotético deductivo, con una población y muestra con datos publicados por las instituciones MIDAGRI, instituto peruano de economía, FAOSTAT, SUNAT y TRADEMAP. La técnica de recolección de información y de datos, instrumento fue la ficha de datos. Se obtuvo como resultados después de aplicar la contratación de hipótesis general un coeficiente de correlación de 0.771 y un sig. Bilateral de  $0,008 < 0,05$ , por lo que se aceptó la hipótesis alterna y se rechazó la hipótesis nula. Estos resultados son similares en lo objetivos específicos. Por lo que se llegó a concluir que existe relación entre la producción y exportación de palta de Perú al mercado internacional, 2019 – 2021. Verificándose en la prueba no paramétrico Rho de Spearman.

**Palabras clave:** Producción, exportación, volumen de producción, mercados productores mundiales.

## ABSTRACT

The research had as general objective: to determine the relationship between the production and export of avocado from Peru to the international market, 2019-2021. The methodology was basic, non-experimental design, correlational level, had a quantitative approach, hypothetical deductive method, with a population and sample with data published by the institutions MIDAGRI, Peruvian Institute of Economy, FAOSTAT, SUNAT and TRADEMAP. The information and data collection technique, instrument was the data sheet. The results obtained after applying the general hypothesis test were a correlation coefficient of 0.771 and a sig. bilateral of  $0.008 < 0.05$ , so the alternative hypothesis was rejected. These results are similar in the specific objectives. Therefore, it was concluded that there is a relationship between the production and export of avocado from Peru to the international market, 2019-2021, verifying in the non-parametric Spearman's Rho test.

**Keywords:** production, export, production volume, world producer markets

## I. INTRODUCCIÓN

La venta del producto conocido como Hass tiene una evolución importante en producción y exportación ubicando al país en un lugar expectante por su conexión con diferentes lugares del orbe, utilizando para ello, también, alianzas, convenios y tratados comerciales que favorecen la actividad en los mercados. Siendo la base para tal acción la mejora en su siembra, en la cosecha y en el control de calidad, todos requisitos básicos en los mercados exigentes a los que se exportan.

Hay que tener en cuenta que el país azteca es un competidor fuerte en el mercado externo, sobre todo con el lugar denominado Michocan, tal como comentó Suarez (2022), que últimamente tuvo dificultades por el uso de su zona por lo carteles de la droga, siendo suspendida la actividad de exportación motivando cuantiosas pérdidas en millones de \$. El producto de esa región tiene constancia de calidad y certificación que la hace competitiva.

En Ecuador, según Escobar (2022), existe un gran desarrollo de la planta cultivándose hectáreas numerosas, en diversas provincias y variedades diversas, que sobrepasan las de Perú, presentándose cantidades para enviar al mercado europeo, permitiendo por ello, la creación de empleo e impulsando la economía del país norteño.

En el contexto peruano se presentan, también, peculiaridades, como: la necesidad de orientar bien el ciclo de vida del producto, considerando que es un fruto climatizado, que madura desde el mismo árbol para finarlo tal proceso una vez retirado de su tronco. Siendo, fundamental, una correcta atención al concluir la cosecha buscando mantenga su volumen preservando su calidad para el consumo.

También, como parte de la problemática expuesta, la Junta de Productores de la planta (2022) señaló el alza de los costos para cumplir con la colocación del mismo en el mercado externo, como, a la vez, la mayor inversión que se requiere para lograr la producción, los mismos que al ser contextualizados en el ambiente político de movimientos sociales contestatarios al gobierno, genera incertidumbre e inestabilidad en todos los aspectos.

Además, considerando el movimiento de colocación del producto de parte de los productores y empresarios de Andahuaylas entre los años 2019 al 2021,

se constató la importancia de estar al día en la constatación de la certificación de la calidad del producto para efectos de estar apto en su adquisición en otras latitudes por parte de los usuarios.

Por ello, considerando las abreviaciones a partir de esta sección, el (PG) ¿cuál es la conexión de la producción (P) con las exportaciones (Exs.) de palta de Perú al mercado internacional, 2019 – 2021? Y los (PE): 1. ¿Cuál es la conexión del volumen de producción (VP) con el volumen de las exportaciones (VE)? 2. ¿Cuál es la relación de los mercados productores mundiales (MPM) con los mercados destino de palta de Perú (MDPP)?

Siendo su valor teórico la importancia del uso de información relevante. En lo práctico permitirá evaluar los resultados del movimiento productivo y de venta de la planta. En lo metodológico aplicar la metodología de la investigación científica.

Siendo su O.G.: Determinar la relación entre la (P) y (E) de palta de Perú al mercado internacional. Así mismo, los (O.E): 1. Identificar la relación entre el (VP) con el (Exps.) de palta de Perú al mercado internacional y, 2. Determinar la relación entre los (MPM) con los (MDPP) al mercado internacional.

Considerando la H.G.: Existe relación entre la (P) y (E) de palta de Perú al mercado internacional. Así mismo, las H.E.: 1. Existe relación entre el (VP) con el (Exps.) de palta de Perú al mercado internacional y 2. Existe relación entre los (MPM) con los (MDPP) al mercado internacional.

## II. MARCO TEÓRICO

Presentamos las investigaciones tanto nacional como internacional, en primer detalle presentamos las primeras con Torres y Llanos (2019) con la finalidad de relacionar entre la (P) y (E) de aguacate al mercado estado UNIDENSE. La técnica empleada fue la encuesta, instrumento el cuestionario, cuantitativo y aplicada sin experimentar. Aplicando a 10 empresas que exportan y producen aguacate en la región de Ica. Resultado con 0.835 de enlace de (P) y (E) de palta. En conclusión, la variable producción trae consigo rol importante como mano de obra, materia prima y maquinarias, todo ello para mejorar la calidad de las exportaciones

Pichihua (2022) se propuso determinar el proceso entre marketing y las ventas en los socios que producen palta en Kishuara. Con el procedimiento no experimental cuantitativo y resultados de 0,345 como grado de conexión entre los conceptos, concluyendo que es fundamental realizar innovaciones en la presentación y formas de difusión para lograr mejor aceptación en el movimiento comercial.

Castr. y Torrs. (2021) en el trabajo realizado indico determinar la relación entre (P) y (E) de los pobladores productores de Huaral, al país España de exportación en el año 2021. Se pudo usar un estudio aplicado, no experimental, tomando información a 20 directivos, logrando determinar un enlace de 0.726 y =0,00 de ambos. Concluyendo que para alcanzar una presencia en las ventas al exterior la producción cumple un rol importante.

Rajs. y Veg. (2019) en estudio se propusieron revisar la relación entre las (EP) de la con la (E). Mediante un estudio aplicado sin experimentar y tomando datos en un solo momento siendo el resultado fue de una significancia de 0,05 entre las variables. Concluyendo que la (P) contribuye a la (E).

Calle (2021) el trabajo de desarrollo investigativo sostuvo el objetivo de dar la relación que hay sobre la (P) y (E). Lo cual se desarrolló un estudio de forma aplicada – cuantitativa, de no ser experimental, con un cuestionario, el resultado fue de un 0,842 de significancia. Concluyendo que existe relación entre ambas variables

Diaz, Rico, Cortes, Roncancio y Peña (2021), en investigación se propusieron proponer un negocio de flujo de venta al exterior de aguacate Hass

del país de Simón Bolívar a USA. La metodología fue de enfoque cuantitativo, método inductivo, usando información secundaria de la institución nacional de estadística del país referido, Mincit, Procolombia, ONU – FAO, Instituto Colombiano Agropecuario (ICA). Resultando que la venta al exterior del producto depende de las variables sociales y económicas presentes en el contexto y en el momento, favoreciendo sí a la economía del país sudamericano.

Espinoza (2021) en tesis: propuso analizar el costo - beneficio al reemplazar la siembra y cosecha de un producto para generar la exportación de palta Hass de una zona determinada. Estudio aplicado, correlacional sin manejar variables con el logro de que ambas variables se relacionan en una asociación 0,790 y un p-valor 0.001 es  $< 0,05$ , logrando alcanzar el objetivo indicado en el estudio.

Intriago (2018) en su investigación planteo revisar el flujo de venta al mercado español de la palta considerando, también, sus derivados, para proponer una repotenciación de dicha actividad con criterios de mayor alcance en su perspectiva y desarrollo; estudio cuantitativo, correlacional sin manejar variables. Sintetizando que la exportación del producto con todos sus alcances productivos será importante para todos los productores en la medida que sea favorable, teniendo en cuenta, que será fundamental agruparlos con la finalidad de responder a la demanda del mercado como condición para sumar más toneladas en la venta y comercio del mismo.

Se teoriza los conceptos en estudio: Viteri (2014) califica que la (P) se adhiere al potencial de lo que está en venta y compra en el entorno a un momento dado. Según Cuatrecasas (2009) es un acto no viable en la economía de una empresa, el propósito es la obtención de los bienes o servicios de dicha compañía, la finalidad es terminar las prioridades de la población, ya que puede acceder de manera fácil a la obtención de cualquier producto o servicio que se brinda. Las otras alternativas circunstanciales, la producción enreda una cadena de ofrecer mediante pequeños y emprendedores los mismos servicios y productos a los mismos clientes.

García (2020) emplea que la etapa de la empleabilidad de los trabajadores, está se pueda modificar en un período corto de tiempo en la cadena de la producción. Así en varios de las etapas para la producción de los productos, los componentes utilizados quedan como patrimonio para la empresa.

Por consiguiente, Volumen de producción, es la solución a la demanda de producir más en las empresas representando ello una fortaleza donde está en juego el tiempo y el bien que se brinda (D' Alesio, 2017)

Continuando, la dimensión Mercados productores mundiales, Quiroa (2020) el reto necesario de la unión de los mercados internacionales, que estas dan hoy por hoy un incremento de facilidad para adquirir y crecer en el comercio, tanto hoy como la economía se estanca, pero una apertura de comercio entre países ayuda a acelerar la venta neta de los productos para el crecimiento micro económico, tanto como de sus sectores de producción y desarrollo como el empleo, la pobreza, nuevos mercados, aprovechamiento de la materia prima para su producción, tanto como para ingresar a la industrialización y producción de muchos Productos ofertarles en distintas partes del mundo, generando oportunidad de vender y comprar.

Habiendo conceptualizado la variable, en suma, de ello, argumenta que los trabajadores en producción puedan aumentar la capacidad de su patrimonio, alcanzando que las compañías pequeñas y medianas ofrezcan empleos de calidad y bajo la ley de cada estado. Entonces, la producción es el inicio para sembrar y, la variedad de productos que pueden ser cosechados, por la tierra fértil y clima agradable que tiene nuestro país ayuda que el proceso de producción de dicho fruto resalte a la nueva actividad para los productores de palta, tengan un mercado que requiera de sus productos, así como que conjuntos con muchas identidades nacionales e internacionales ayuden a tener cada vez una palta más de calidad para el consumidor.

Respecto al concepto exportación, es el desarrollo que se indica en cantidades tangibles y que casualmente son identificados por una cantidad de productos producidos contables, como peso, volumen o longitudinal (Daniels, 2010). Según Thomas Mun (1571) deduce que la exportación de un producto no tangible, ya que una exportación dirigida con fines comerciales, al mercado internacional, producto bajo las órdenes legales, con cuidados para la población de dicho territorio, con el fin de cuidar el convenio realizado para la exportación

Según Graue Ruskk (2006) la exportación debe considerar innovación tecnológica en función de la calidad y tasa la productividad, como variables importantes. También, Peña (2016) relaciona el flujo de productos al exterior con

el régimen aduanero presente entre las naciones involucradas en sus territorios y comercio.

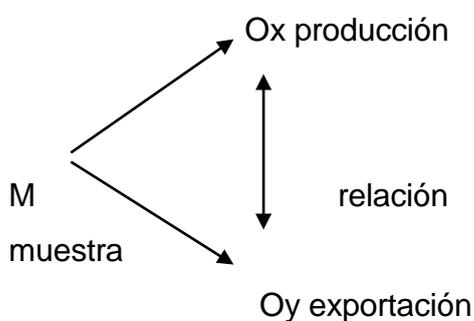
Respecto a la dimensión volmen. de exportión. es una medida de su valía (BCR, 2016). Considerando, también, la dimensión Mercados destino está presente en la medida que hay naciones presentes con ofertas y demandas de acuerdo a las necesidades de los clientes (Economipedia,2020) explica.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. 1. Tipo de investigación

Fue básica porque proporciona conocimientos teóricos sin llegar a la aplicación de éstos buscando resultados palpables Hernández, et. al. (2018). El diseño no maneja variables Khaldi (2017) respetando su presencia en un sentido “natural” tal como se presentaron. También fue transversal al tomarse información en un solo momento sin hacerlo de otra forma interesándose en el espejo de un tiempo y no en etapas diversas como suele hacerse en otro tipo de corte y objetivo propuesto.

El nivel fue correlacional debido que midió la relación de dos variables sin buscar otra forma de expresión Askarsa & Unhelka (2017). Con un enfoque cuantitativo tomando datos y analizándolos Hernández y Mendoza (2018) y el método hipotético deductivo que significa orientarse con una teoría que permita comprobar un presupuesto cuantificando datos que son analizados en niveles de análisis estadístico, que corresponde a una deducción de lo general a lo particular para así generalizar los resultados obtenidos de acuerdo a la comprobación desarrollada.



#### 3.1. 2. Diseño de investigación

No experimental al no haberse manipulado las variables según Hernández y Mendoza (2018)

#### 3.2. Variabls y operacionaliz

Variab. x: (P)

##### Definición conceptual

La (P) es un acto no viable en la economía de una empresa con el propósito de obtener bienes o servicios Cuatrecasas (2009)

### **Definición operacional**

Con sus dimensiones y respectivos indicadores: dimensión 1 (VP); Indicador la cantidad y dimensión 2 (MPM); Indicador países productores de palta.

Oy incluye 2 considera: dimensión 1 (VE); Indicador la cantidad y dimsin. 2 (MD); con indicativo naciones compradoras.

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

**3.3.1. Población:** Fueron los datos del producto referido tomados de organizaciones: MIDAGRI, Instituto Peruano de Economía, FAOSTAT, SUNAT y TRADEMAP del tiempo cronológico precisado anteriormente o líneas arriba.

**3.3.2. Muestra:** Fueron los datos seleccionados de las instituciones indicadas que permitieron un estudio más cercano a la realidad.

**3.3.3. Muestreo:** El muestreo se realizó a la conveniencia del estudioso en relación a lo propuesto como alcance a diferencia de otra forma más encuadrada en otros criterios que los autores determinan

La palta en el flujo de su trabajo en los mercados interno y externo fue el eje del análisis para así lograr una inferencia certera fuera de filtros posibles Hernández y Mendoza (2018).

### **3.4. Técns e instrumts de recolecn de dat.**

La ficha de datos fue el instrumento como aplicación de la recolección de información tan importantes en la revisión del tema para alcanzar lo planteado Muñoz (2015),

#### **Valid. de exp.**

Fue validado por docentes de Negocios Internacionales de la Universidad (Ver anexo 3) obteniendo así una mayor certeza para la aplicación del cuestionario con toda su configuración.

#### **Confiabilidad**

Se tomó en cuenta el uso del estadístico respectivo con su correspondiente procedimiento para obtener la confiabilidad necesaria para presentar los logros adecuadamente (Ver anexo 4).

### **3.5. Procedimientos**

Se recolecto información y datos a través de tablas y figuras en concordancia con la tradición de la academia y los aportes existentes en el conocimiento universal base del desarrollo del presente procedimiento a exponerse y publicarse Hernández y Mendoza (2018)

### **3.6. Métodos de análisis de datos**

De acuerdo al criterio de lo general a lo particular y la tradición del oscultamiento estadístico se realizó la inferencia respectiva Muñoz (2015).

### **3.7. Aspectos éticos**

Se aplicó la norma de la casa de estudios al respecto respetando a los aportes de la academia y sus integrantes, resguardando el anonimato de las personas y la información tan importantes en la ética del investigador.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Nivel descriptivo

Variable: producción

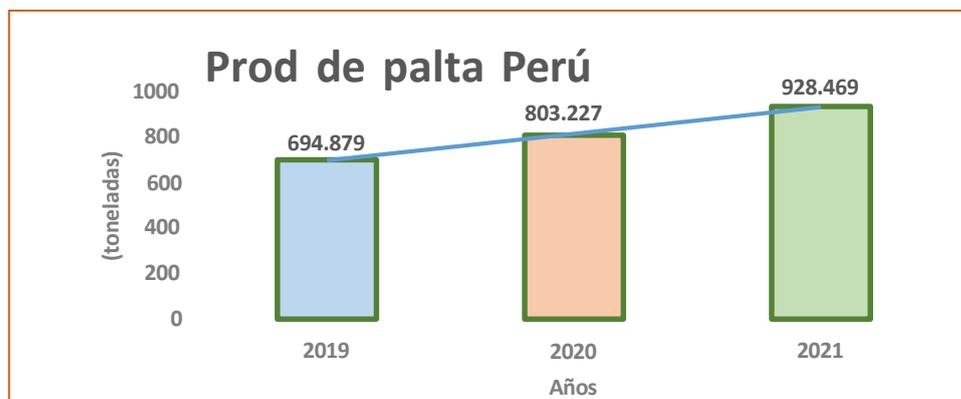
Tb 1

*Prod. Nac. de Palta*

AÑO	Producc (t)	Área (Ha)	Rendimiento
2019	694, 879	37 871	18,35
2020	803, 227	37 871	21,21
2021	928, 469	37 871	24,52

Fig 1

*Produc. de palta en el Perú x Tn*



Se observa que hubo un mayor rendimiento expresado en 24.52 toneladas, que muestra la importancia del producto para la economía de los agricultores y exportadores repercutiendo en las finanzas del país, que debe repotenciarse hacia una perspectiva mayor teniendo en cuenta todas las variables presentes en el contexto actual y futuro.

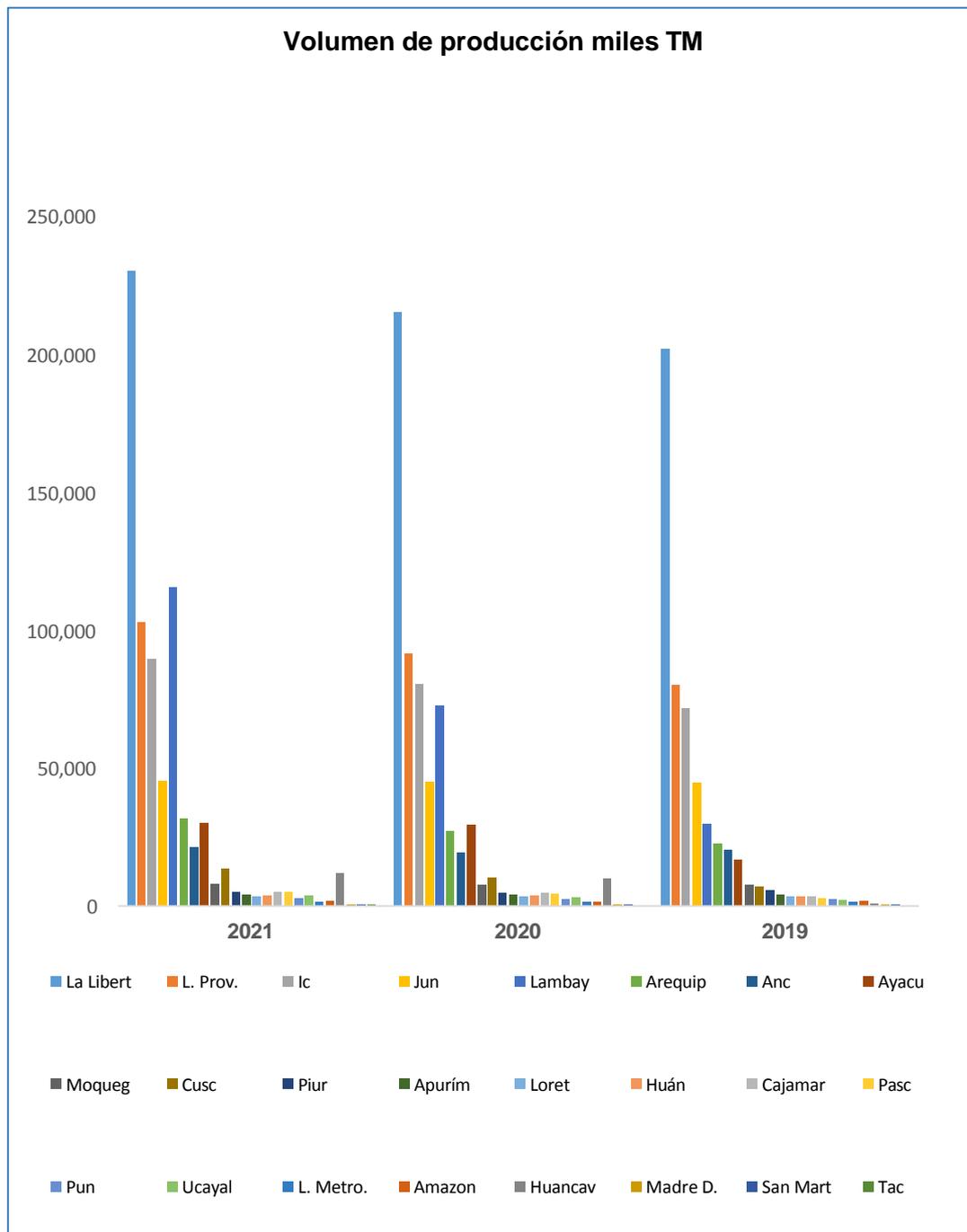
**Tab. 2***Dim. Volum. Produc. Palta Miles de TM x Dto.*

DEPARTAMENTOS	Volumen de Producción en Miles de TM		
	21	20	19
La Libertad	230,454	215,319	202,184
Lima Provincia	102,912	91,551	80,190
Ica	89,529	80,560	71,591
Junín	45,436	45,122	44,808
Lambayeque	115,549	72,687	29,825
Arequipa	31,699	27,215	22,731
Ancash	21,476	19,328	20,180
Ayacucho	29,972	29,406	16,640
Moquegua	7,940	7,748	7,556
Cusco	13,423	10,245	7,067
Piura	4,964	4,764	5,806
Apurímac	3,922	4,024	4,126
Loreto	3,575	3,565	3,555
Hunco	3.849	3.698	3.547
Cajam	5.075	4.748	3.421
Pco	5.044	4.493	2.942
Pno	2.577	2.516	2.455
Ucay	3.816	3.136	2.056
L. M.	1.589	1.344	1.499
Amaz	1.790	1.512	1.651
Huancav	11.923	9.943	874.0
Madre D.	614.0	611.0	608.0
San M.	591.0	504.0	417.0
Tacn	392.0	287.0	182.0
<b>TOTALES</b>	<b>738.111</b>	<b>644.326</b>	<b>535.911</b>

*Nota. Direcc.*

**Fig 2**

*Volumen x depart. de palta miles de TM*



Se muestra en las representaciones que la producción de palta en cuanto a su volumen es muy significativa teniendo en cuenta aquellos ubicados al sur del país, que también, son importantes, pero fueron superados significativamente.

**Tab. 3**

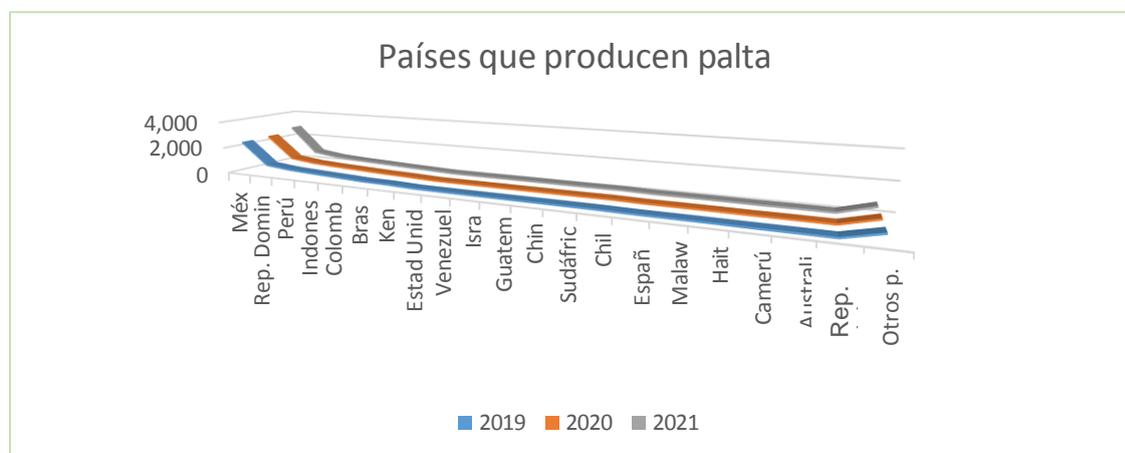
*Dim. 2 Merc, Product. en el mundo (M. de Ton.) 2019-2021*

PAÍSES	19	20	2021
Méxic	2,379	2,456	2,821
Repúb. Dominic.	727	789	854
Perú	536	568	594
Indone.	437	458	479
Colomb.	352	378	398
Bras.	261	292	311
Ken.	231	234	238
Est. Unidos	153	154	155
Venezu.	144	145	146
Isra	137	142	147
Guatem.	134	139	145
Chin.	133	136	138
Sudáf.	130	132	135
Chil.	123	139	148
Esp.	97	97	98
Mala	93	95	97
Hai	89	91	92
Camer.	75	75	75
Austral.	72	77	79
Repu. del Con.	66	66	66
Otros paí.	614	655	695
<b>TOT.</b>	<b>6983</b>	<b>7318</b>	<b>7911</b>

Nota. FAOSTAT

**Figura 3**

*Países product. mund. de palta 2019-2021*



Muestran las representaciones países productores del producto surgiendo Perú en el 3er. productor, creciendo México que la encabeza.

**i. Variab.: export.**

**T. 4**

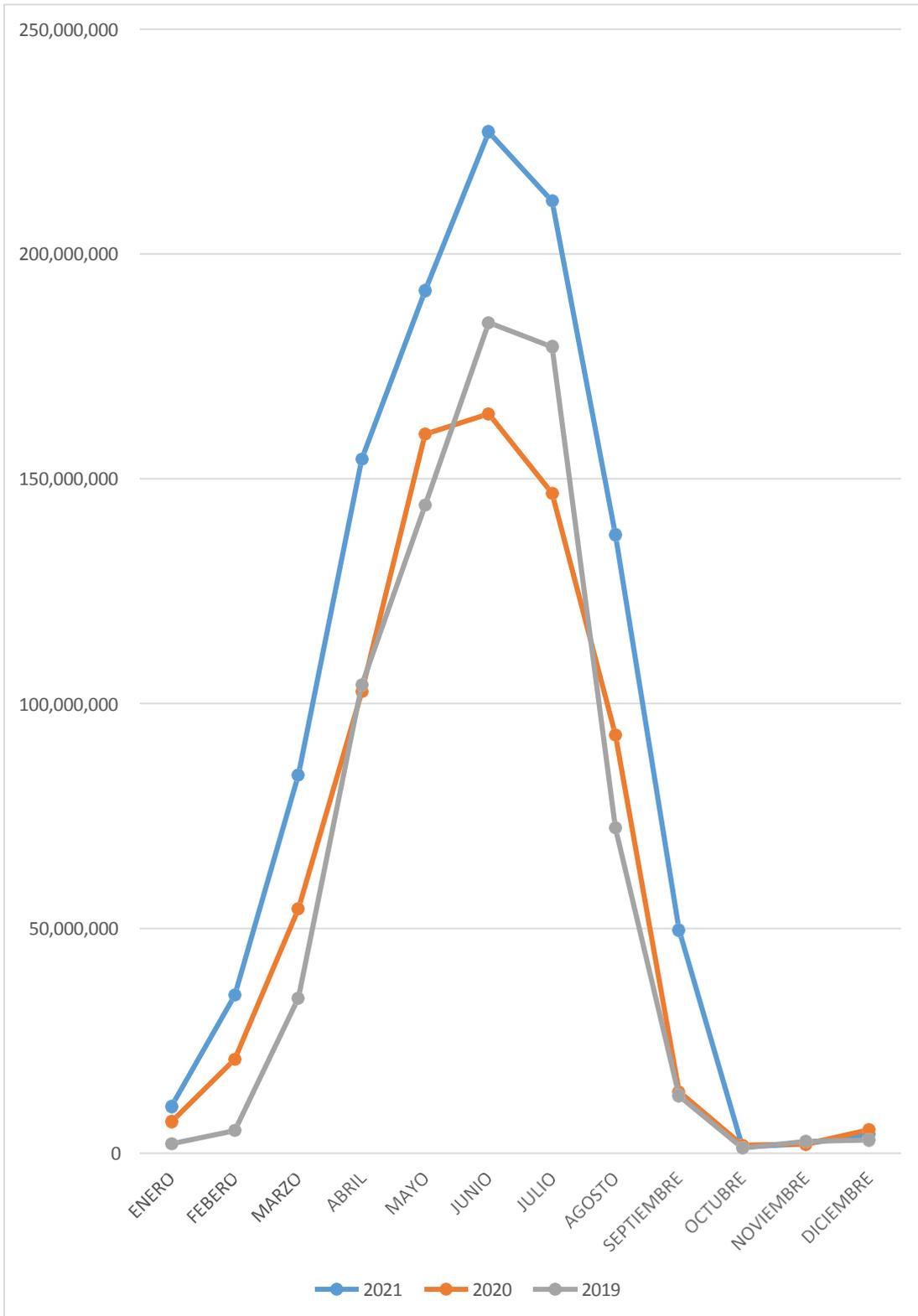
*Export. x Mes Palta 2019-2021*

M.	2021			2020			2019		
	F.O.B.	Kg.	PRE. PRO.	F.	KILOS	PREC. PROM	FOB	K	PR. PR
ENER.	10,425,630	4,395,296	2.37	6,983,352	3,035,563	2.30	2,127,818	1,094,925	1.94
FEBERO	35,139,347	13,934,157	2.52	20,879,346	8,884,991	2.35	5,038,009	2,621,621	1.92
MARZO	84,130,192	41,344,341	2.03	54,364,279	24,519,327	2.22	34,505,666	15,454,705	2.23
ABRIL	154,401,576	71,257,956	2.17	102,619,111	52,161,303	1.97	104,148,029	50,890,064	2.05
MAYO	191,834,236	93,582,254	2.05	159,932,443	88,090,918	1.82	144,096,814	66,329,868	2.17
JUNIO	227,098,750	117,255,792	1.94	164,419,376	90,642,298	1.81	184,714,637	73,008,163	2.53
JULIO	211,754,904	112,090,488	1.89	146,778,496	82,495,747	1.78	179,316,908	67,526,001	2.66
AGOSTO	137,551,928	72,743,831	1.89	93,006,065	48,895,473	1.90	72,319,187	26,456,161	2.73
SEPTIEMBRE	49,641,547	26,294,570	1.89	13,674,618	7,182,568	1.90	12,760,278	4,562,139	2.80
OCTUBRE	1,375,018	790,411	1.74	1,797,158	1,146,233	1.57	1,139,179	524,753	2.17
NOVIEMBRE	2,077,272	1,153,453	1.80	2,010,402	984,146	2.04	2,632,927	1,122,858	2.34
DICIEMBRE	4,262,054	2,167,435	1.97	5,232,260	2,424,667	2.16	2,939,431	1,279,068	2.30
<b>TOTALES</b>	<b>1,109,692,455</b>	<b>557,009,986</b>	<b>1.99</b>	<b>771,696,907</b>	<b>410,463,231</b>	<b>1.88</b>	<b>745,738,773</b>	<b>310,870,326</b>	<b>2.40</b>
<b>PROMEDIO MES</b>	<b>92,474,371</b>	<b>46,417,499</b>		<b>64,308,076</b>	<b>34,205,269</b>		<b>62,144,898</b>	<b>25,905,861</b>	
<b>% CRECIMIENTO ANUAL</b>	<b>44%</b>	<b>36%</b>	<b>6%</b>	<b>3%</b>	<b>32%</b>	<b>-22%</b>	<b>4%</b>	<b>-13%</b>	<b>20%</b>

Nota. AGRODATAPERU /SUNAT

**Figura 4**

*Valor FOB palta en US\$*



En tab. y fig. hay un incremento superando el millón de dólares americanos

**Tab. 5**

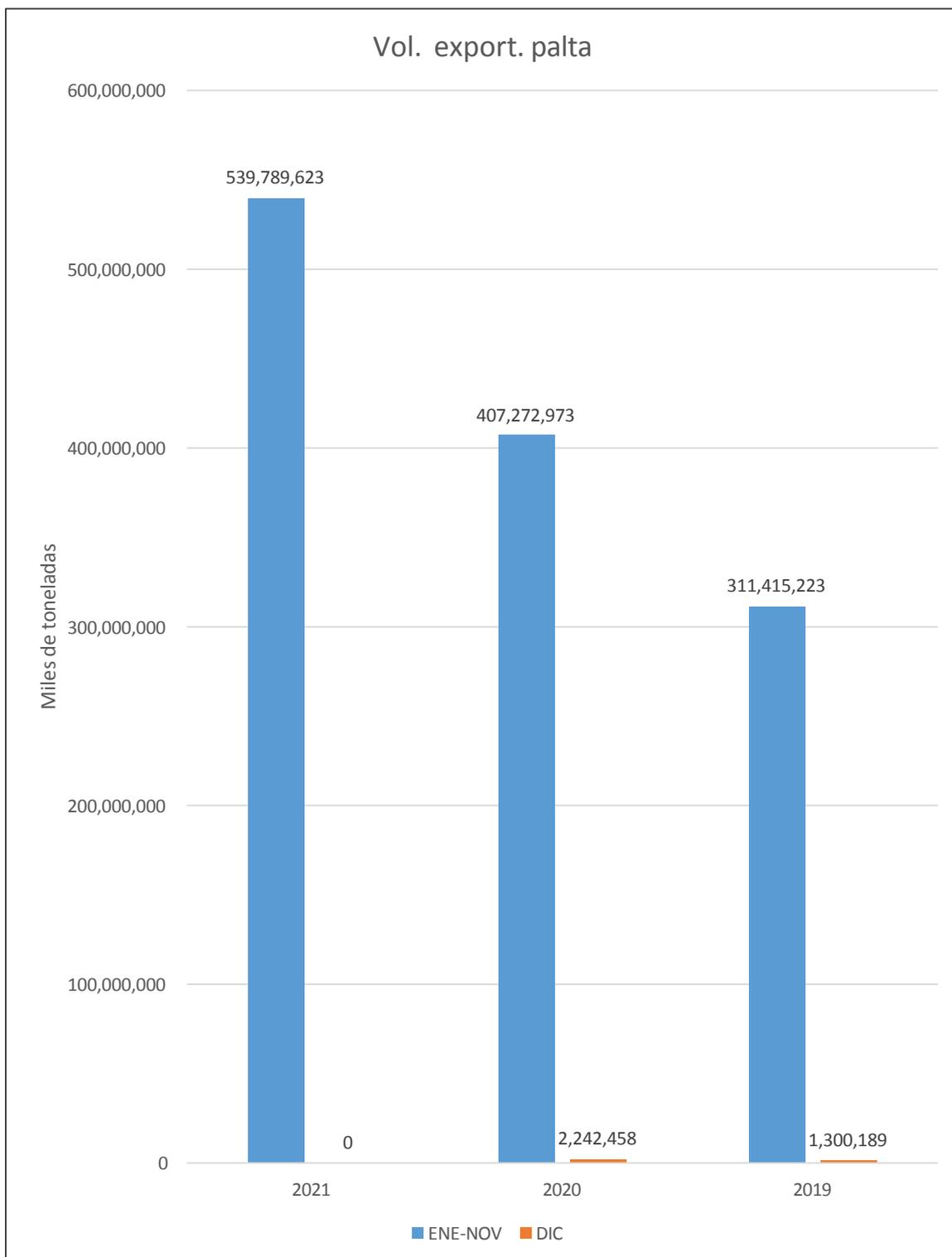
*Dim. 1 Volum. exportac. palta mens. (kg)*

N°	MESES	..21	..20	...19	Var% 2021/2020	Vr% 20..J..19
1	ENE.	3,760,519	3,060,411	1,218,402	80.5	91.3
2	FEB.	12,033,922	9,702,873	3,200,228	186.2	61.5
3	MAR.	33,838,624	33,446,063	20,997,812	51.7	40.5
4	ABR.	64,613,577	78,591,296	54,817,393	-14.8	43.7
5	MAY.	89,989,732	102,118,067	74,542,441	27.2	5.5
6	JUN.	109,295,091	89,925,436	68,898,238	26.5	17.2
7	JUL.	118,117,074	81,632,147	61,282,300	25.7	38.2
8	AGO.	70,674,221	47,744,571	23,505,254	105.3	27.1
9	SEPTIEMB.	35,273,567	6,564,814	3,404,256	135.9	217.6
10	OCTUB.	1,004,896	217,047	732,421	96.6	-4.6
11	NOVIEMB.	1,185,398	234,953	1,168,602	-25.6	41.1
12	DICIEMB.	1,205,000	689,468	1,257,476	72.4	
<b>T.</b>		<b>540,991,621</b>	<b>453,927,146</b>	<b>315,024,823</b>		
V.% A.		-	31.1%	-		
<b>EN-NO.</b>		<b>539,789,623</b>	<b>407,272.973</b>	<b>311.415,223</b>		
Va.% E-N		-	30.9%	32.6%		
<b>D</b>		<b>-</b>	<b>2.242.458</b>	<b>1.300.189</b>		

Nota. Minist. de Desarro. Agrario//SUNT

## F. 5

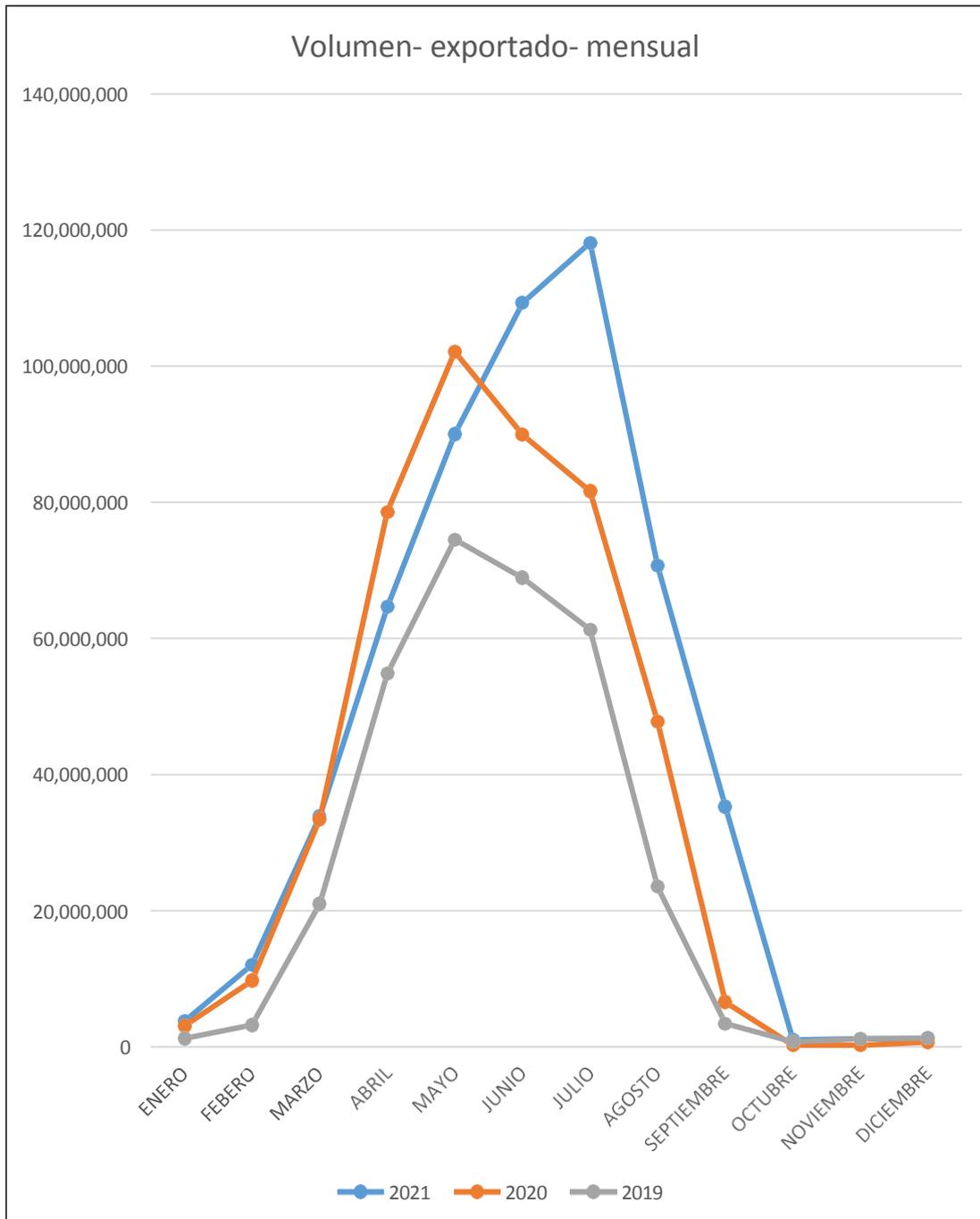
Volum. Export.. palta (kg)



Se observa que en los meses que más se exporta son marzo hasta setiembre.

**Fig 6**

*Volum. Export. Mens. (kg)*



En el 2019 hubo más de 1 millón de kg. Replicándose en el 2020.

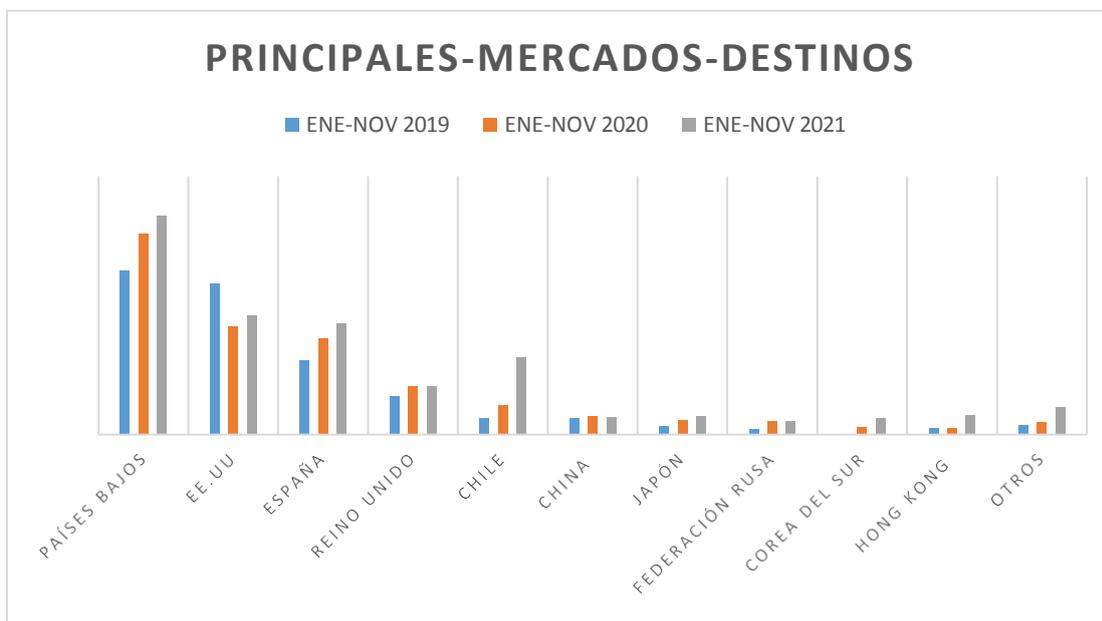
## T. 6

### Dim. 2 Prin. Mercad. Dest. – Exportacs.

<b>P.</b>	<b>ENER-NOV 2019</b>	<b>JAN-NOV 2020</b>	<b>E-N 2021</b>	<b>Var. % 2020/2019</b>	<b>Var. % 2021/2020</b>	<b>Part. % 2021</b>
<b>NETHERLANDS</b>	253,317,429	312,530,690	339,757,587	0.2	35.1	31.3
<b>USA</b>	232,743,842	167,000,794	185,713,239	-31.5	16.4	16.7
<b>SPAIN</b>	116,759,628	138,531,817	182,080,312	14.2	31.0	17.5
<b>UNITED KINGDOM</b>	58,330,582	74,035,341	76,655,579	5.0	21.6	8.2
<b>CHILI</b>	27,453,314	46,460,528	120,200,055	62.6	176.6	10.4
<b>CHINA</b>	26,745,276	29,564,365	27,325,392	-0.6	8.1	2.8
<b>JAPAN</b>	13,389,265	20,521,683	27,935,722	63.8	37.6	2.6
<b>RUSSIAN FEDERATION</b>	8,767,138	21,174,784	21,235,122	134.0	123.0	2.0
<b>SOUTH KOREA</b>	13,0	10,674,230	25,302,414	0.1	145.7	3.4
<b>HONG KONG</b>	8,768,997	9,235,435	29,989,196	-6.9	227.3	2.0
<b>OTHERS</b>	14,882,005	18,686,327	42,984,503	78.9	17.6	3.1
<b>TOTALES</b>	<b>761,157,476</b>	<b>848,415,994</b>	<b>1,079,179,121</b>	<b>-0.9</b>	<b>38.7</b>	<b>100%</b>

Nota. Ministry of Agrarian Developme/SUNT

**Fig 7**



Analizando tab. y fig. muestran el año 2021 son los Países Bajos el principal destino de las exportaciones de palta con envíos por US\$ 339.7 millones.

#### 4.2. Análisis Inferencial.

**Result. contr hipót. gen.:**

H<sub>0</sub>: No exi. Rel. entre la (P) y (E) de palta de Perú al merc. internacional

H<sub>1</sub>: Exi. Rel. entre la (P) y (E) de palta de Perú al merc. Internacional

**Tab. 7**

*Corr. entre (P) y (E) de Palt. de Perú*

Año	(P) Palt. kg	(E) Palt. Kg
2019	694. 879.000	310.870.326
2020	803. 227.000	410.463.231
2021	928. 469.000	557.009.986

**Tab. 8***Correlac. (P) y (E)*

			Produc	Export
Rho de Spearman	Produc	Coefic correl	1,000	,771
		Sig. (bilateral)	.	,008
		N	3	3
	Export	Coefic de correl	,771	1,000
		Sig. (bilateral)	,008	.
		N	3	3

*Nota.* Fuente: Elaboración propia

Muestra coefic, de correlac. entre la (P) y (E) = 0,771, signific. Bilat. p valor = 0.008 confirmando (HA).

**Hipó. Espec.: 1**

H<sub>0</sub>: No exis relac entre el (VP) con el (VExps.) de palta de Perú al mercado internacional, 2019- 2021.

H<sub>1</sub>: Exis relac entre el (VP) con el (VExps.) de palta de Perú al mercado internacional, 2019- 2021.

**Tabla 9***Correlación Entre el (VP) con el (VExps.) de Palta de Perú 2019- 2021*

Año	(VP)	(VExps.)
2019	535,911,000	315,024,823
2020	644,326,000	453,927,146
2021	738,111,000	540,991,621

**Tabla 10***Correlac. Volum. Produc. - Volum. Exportns*

			Volum. P	Volum. E
Rho de Spearman	Vol. de Produc	Coeficient. correl	1,000	,627
		Sig. (bilat.)	.	,001
		N	3	3
Volumen de Exportación	Volumen de Exportación	Coefici de correl	,627	1,000
		Sig. (bilat.)	,001	.
		N	3	3

Coeficient. Correlac. entre el (VP) y el (VExps.) = 0,627 y un sig. Bilat.  $p= 0.001 < a 0.05$  aceptándose (HA).

**Hip. Espec.: 2**

H<sub>0</sub>: No existe relación entre los mercados productores mundiales con los mercados destino de exportación de palta de Perú al mercado internacional.

H<sub>1</sub>: Existe relación entre los mercados productores mundiales con los mercados destino de exportación de palta de Perú al mercado internacional.

**Tab. 11**

Año	Merc. Product. Mund.	Mercados Destino
2019	6.983.000	315,029,819
2020	7,318,000	453,938,147
2021	7,911,000	540,995,623

**Tab. 12***Correlac. Merc. Product. Mund. y Mercad. Destin.*

			Mercados Productores Mundiales	Mercados Destino
Rho de Spearman	Merc. Produc. Mund.	Coefici correl	1,000	,542
		Sign. (bilat)	.	,002
		N	3	3
	Mercad. Dest.	Coefic correl	,542	1,000
		Signi. (bil)	,002	.
		N	3	3

Hay un enlace positivo moderado por la sig. Bilat. es  $p= 0.002$  y coeficiente de 0,542 aceptándose la (HA) concluyendo, relación de los M.P.M. con los M.D.

## V. DISCUSIÓN

Respecto a la H.G. hubo una Sig. Bilat. de  $0,008 < 0,05$  y conexión de 0.771, aceptándose la (HA). Al igual que con Castro y Torres (2021) con 0.726 y 0,000 de sig. bilateral. También, con Rojas y Vega (2019) que concluye que, la P contribuye a la E al mercado estadounidense.

En relación a la 1ra. H.E, hubo una Sig. Bilat. de 0.001 rechazando la HN y se acepta la HA. Y un coeficiente de correlación de 0.627. Coincidiendo con Calle (2021) quien concluyo que existe relación entre ambas variables en 0,842. Al igual que con Díaz, Rico, Cortes, Roncancio y Peña (2021) que indicaron que Coñombia export. a la UE.

Además, la 2da. H.E. que hallo un Sig. Bilat. de 0.002 y nexo de 0.542 aceptándose la HA. Al igual que Espinoza (2021) con indicadores parecidos, como, también, con Alfaro y Pajuelo (2021) que explicaron variaciones constantes de los porcentajes de export.

El trabajo realizado permitió ubicar fortalezas como el desarrollo de actividades de exportación del producto favorable para la economía, tanto, para los agentes inmersos, como, para las actividades complementarias que permiten su desarrollo. Pero, también, se presentaron debilidades como la dificultad para encontrar información que permita un mejor análisis de la temática expuesta en todas sus dimensiones.

Recomendando la necesidad de realizar nuevas investigaciones que permitan aclarar y precisar puntos importantes.

## **VI. CONCLUSIONES**

El trabajo de investigación obtuvo:

Con respecto al (OG) se comprobó su nexos con un 0.771 que permite interpretar los conceptos investigados en una de sus dimensiones, aportando en el estudio de la temática.

En relación al (OE) 1º se halló su ligazón en 0.627 entendiendo de esa manera los términos planteados en su desarrollo, para de esa manera alcanzar el fin propuesto en el estudio.

Considerando el (OE) 2º se consiguió una asociación de 0.542 para de esa manera explicar parte de los presupuestos estudiados, logrando cumplir con lo planificado.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. Se propone a la PCM y la cartera responsable organice orientaciones programadas para todas las organizaciones inmersas en la actividad que se realiza en el mercado exterior.
2. Se indica que el Gobierno Regional de la zona estudiada asuma con prioridad una cercanía más directa generando condiciones favorables para los agentes que participan en el flujo comercial del exterior.
3. Se plantea a las organizaciones inmersas en la actividad analizada en el mercado externo se innoven permanentemente para así afrontar los requerimientos de los usuarios de otras latitudes.

## REFERENCIAS

- Askarsa, W., & Unhelka, B. (2017). Research Methodologies: An Extensive Overview. *International Journal Of Science & Research Methodology. Human Journals.*, 6(4), 21-42.
- Alfaro, K. y Pajuelo, M. (2021) Análisis de la situación de exportaciones de palta Hass y su oferta al mercado de Países Bajos período 2020. [Tesis de titulación, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional UCV. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85683/Alfaro\\_GKM-Pajuelo\\_NMF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/85683/Alfaro_GKM-Pajuelo_NMF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bastis, I. (2018). *Método hipotético deductivo y experimentum crucis*. <https://mydokument.com/3-metodo-hipotetico-deductivo-y-experimentum-crucis-31-metodo-hipotetico-deductivo-el-metodo-hipotetico-deductivo-es-el-procedimiento-o-camino-que.html>
- Castro, M & Torres, F (2021) producción de palta Hass de la asociación de Huaral y exportación al Mercado español, 2021. Lima – Perú, 2021. Tesis de titulación, Universidad Cesar Vallejo. Repositorio institucional UCV. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/82815/Castro\\_DLPCM%c3%81-Torres\\_PFK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/82815/Castro_DLPCM%c3%81-Torres_PFK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Calle, W. (2021). Producción y exportación de la palta, mandarina en la provincia de Chincha-Ica entre los años 2017-2020. Tesis de titulación, Universidad Cesar Vallejo, repositorio institucional UCV. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/79485/Calle\\_AWY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/79485/Calle_AWY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- D`Alesio, F. (2017) Administración y dirección de la producción. Enfoque estratégico y de calidad. Editorial Prentice Hall.
- Díaz, M., Rico, L., Cortes, P., Roncancio, P. y Peña, E. (2021). Exportación de aguacate Hass de Colombia a Estados Unidos. Institución Universitaria Politécnico GRANCOLOMBIANO. Opción trabajo de grado. <https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/2917/G2%20-%20Plan%20de%20negocios.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Escobar, L. (2022) Ecuador exporto más de 600 toneladas de aguacate en 2021. Revista el universo – Ecuador.  
<https://www.eluniverso.com/noticias/economia/ecuador-exporto-mas-de-600-toneladas-de-aguacate-en-2021-nota/>
- Espinoza, R. (2021) Análisis/Costo/Beneficio del Proyecto ‘Erradicación mosca de la fruta’ y Producción certificada para exportación de Palta Hass. Castrovirreyna- 2019. [Tesis de titulación, Universidad Peruana los Andes]. Repositorio institucional Universidad Peruana los Andes.  
[https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/2348/T037\\_43529267\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/2348/T037_43529267_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- FAOSTAT Food and Agriculture Data. Database updates 31 de abril 2020
- Gestión (2022) campaña peruana de palta hass se extendera hasta en once meses este 2022 <https://gestion.pe/economia/campana-peruana-de-palta-hass-se-extenderia-hasta-once-meses-este-2022-noticia/?ref=gesr>
- Grajales, T. (2000). *Tipos de investigación*.  
<https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Editorial Mc Graw Hill Education
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*.  
[https://www.academia.edu/25455344/Metodolog%C3%ADa\\_de\\_la\\_investigaci%C3%B3n\\_Hernandez\\_Fernandez\\_y\\_Baptista\\_2010](https://www.academia.edu/25455344/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_Hernandez_Fernandez_y_Baptista_2010)
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*.  
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Intriago, J. (2018) Análisis de las exportaciones del aguacate y sus derivados de la zona 5 y 8 hacia los mercados sustentables. [tesis de maestría, Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional Universidad de Guayaquil.  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/30316/1/Analisis%20de%20las%20exportaciones%20del%20aguacate%20y%20sus%20derivados%20hacia%20mercados%20sustentables.pdf>

- Khaldi, K. (2017). Quantitative, Qualitative or Mixed Research: Which Research Paradigm to Use? *De Gruyter*, 7(2), 15-24.
- Kiziryan, M. (2015). Importación. *Economipedia.com*
- Monsalve, A. (2019). plan de negocios para la exportación de palta Hass, al mercado de Francia, en la asociación de productores Augusta López Arena-Ferreñafe, 2017 – 2022. [tesis de titulación, Universidad Señor de Sipan]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6252/Monsalve%20Tello%20Araceli%20Yoselin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2021). Reporte estadístico: Palta: Sierra y selva exportadora: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3163995/REPORTE%20ESTAD%20C3%8DSTICO%20PALTA%202021%20NOVIEMBRE.pdf>
- Pichua, A (2022). La mezcla de marketing y la venta en la asociación de productores de palta valle verde quillabamba-kishuara, Andahuaylas- 2021. [Tesis de titulación, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio institucional UCV. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/84735/Pichihua\\_VAE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/84735/Pichihua_VAE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- PROHASS (2022) revista de la asociación de productores y exportadores de palta hass del Perú. <https://www.prohass.com.pe/prohassinforma/ph006.pdf>
- Rojas, A & Vega, D (2020) Estrategia de producción de palta Hass en la empresa Agrosaka Holding S.A de Lima y la exportación al Mercado estadounidense, año 2019. Lima – Perú, 2020. Tesis de titulación, Universidad Cesar Vallejo. Repositorio institucional UCV. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57193/Rojas\\_GA-Vega\\_BDE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57193/Rojas_GA-Vega_BDE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- RAE. (2021). Significado de producción. <https://dle.rae.es/producción>
- Suarez, k. (2022). Estados unidos reactiva las importaciones de aguacate mexicano. *Revista el país – México*. <https://elpais.com/mexico/2022-02-18/estados-unidos-reactiva-las-exportaciones-de-aguacate-mexicano.html>
- Torres, A. y Llanos, W. (2019). Producción y Exportación de palta Hass al mercado de Estados Unidos de la provincia de Ica – zona industrial, año 2019. [Tesis

de titulación, Universidad Cesar Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41059/Torres\\_VAO-%20Llanos\\_OWJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41059/Torres_VAO-%20Llanos_OWJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## Anexos

### Anexo 1: Operacionalización de las variables

#### MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

##### VARIABLE 1: producción

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
PRODUCCION	Porter (2015), Lombana y Palacios (2020), Miles y Snow (1978) es la capacidad de una compañía para ofrecer productos y servicios diferenciados de innovación, basándose en aprovechar los recursos de la compañía de manera productiva para así poder obtener una ventaja respecto a las empresas rivales del sector.	La investigación, para el trabajo de campo se aplicará la encuesta como técnica, y el cuestionario como instrumento, para ello, se tomarán las dimensiones e indicadores de la teoría principal, relacionadas al tema.	Volumen de producción  Mercados productores mundiales	cantidad del volumen de producción  países productores de palta	Razón

**VARIABLE 2: exportación**

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
EXPORTACION	Galvez (2010), Kotler y Armstrong (2001) y Parikshat (2010), nos dicen que se caracteriza por comprender la participación en el mercado, basada en la relación y negociación con diferente público, diferenciándose de la competencia, a través de la calidad o precio que maneje la compañía.	La investigación, para el trabajo de campo se aplicará la encuesta como técnica, y el cuestionario como instrumento, para ello, se tomarán las dimensiones e indicadores de la teoría principal, relacionadas al tema.	Volumen de exportación  Mercados destino	cantidad del volumen de exportación  países de destino	razón

## Anexo N° 2: Instrumentos de recolección de datos

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS						
CONSENTIMIENTO INFORMADO ENCUESTA						
<p>Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; Sí ( ) NO ( ) doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo: Determinar la relación entre la producción y exportación de palta de Perú al mercado internacional, 2019 – 2021. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.</p> <p><b>INSTRUCCIONES:</b> A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:  <b>Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)</b></p>						
CUESTIONARIO						
VARIABLE: PRODUCCIÓN						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNCA	CASI NUNCA	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
VOLUMEN DE PRODUCCIÓN	<b>MEJORA</b>					
	1.	Considera importante la mejora constante de los servicios o productos				
	2.	La empresa me brinda productos y servicios mejorados en innovación				
	<b>SOLUCION</b>					
	3.	Considera ud. importante innovar los servicios como solución para poder ser más competitivos				
	4.	Cree ud. que las soluciones que brinda la empresa son adecuadas y oportunas				
	<b>ADAPTACION</b>					
	5.	La compañía innova en sus servicios adaptándose a los distintos cambios tecnológicos				
	6.	La empresa se adapta correctamente a las necesidades de sus clientes				
MERCADO PRODUCTORES MUNDIALES	<b>DESEMPEÑO</b>					
	7.	Considera que aumentar el desempeño de los colaboradores ayudara a fortalecer la competitividad de la compañía				
	8.	La empresa cuenta con los recursos suficientes para tener un desempeño competitivo				
	<b>RENDIMIENTO</b>					
	9.	La empresa cumple con los tiempos de entrega del servicio				
	10.	El rendimiento de los colaboradores influye en el desarrollo de la compañía				
	<b>CALIDAD DEL PROCESO PRODUCTIVO</b>					
	11.	La empresa me brinda servicios elaborados con elementos de calidad				
	12.	Considera importante mejorar la calidad del proceso productivo de la compañía				

**INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

**CONSENTIMIENTO INFORMADO ENCUESTA**

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ ( ) NO ( ) doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo: Determinar la relación entre la producción y exportación de palta de Perú al mercado internacional, 2019 – 2021. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

**INSTRUCCIONES:** A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:

Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)

**CUESTIONARIO**

**VARIABLE: POSICIONAMIENTO**

DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
VOLUMEN DE EXPORTACIÓN	<b>SERVICIOS POSTVENTA</b>					
	1. La empresa me entrega encuestas de satisfacción después de haber utilizado su servicio					
	2. Considera ud que los descuentos a clientes habituales es un factor importante para diferenciarse de la competencia					
	<b>RECONOCIMIENTO DE MARCA</b>					
	3. Cree ud. que la empresa utiliza estrategias que le ayudan a lograr un reconocimiento en el mercado y diferenciación					
	4. Piensa ud. que el logo de la marca debe comunicar un mensaje sobre la compañía					
	<b>ATENCION PERSONALIZADA</b>					
MERCADOS DESTINO	5. Realizar una atención de cliente personalizada generará diferenciación con la competencia					
	6. La empresa se diferencia por contar diferentes métodos de atención					
	<b>VENTAS TOTALES</b>					
	7. Considera ud importante la participación en internet de la empresa para ganar más ventas y clientes					
	8. Cree ud que la compañía tiene estrategias adecuadas para generar más ventas					
	<b>INCREMENTO DE CLIENTES</b>					
	9. Mejorar constantemente el contenido de tu marca por las redes sociales generará mayor participación					
10. Considera ud. que un incremento en la fidelización de los clientes permite a la empresa tener más presencia en el mercado						
<b>RENTABILIDAD</b>						
11. La compañía cuenta con servicios rentables						
12. Usted cree que contamos con un personal comprometido para dar beneficio a la compañía						

### Anexo 3: Evaluación por juicio de expertos

#### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

##### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. Mary Hellen Mariela Michca Maguiña
- I.2. Especialidad del Validador: Negocios Internacionales
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: \_ Calla Vásquez, José Ángel

##### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						90

##### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

##### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Lima, 08 de noviembre del 2021



Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

## V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

### Variable 1: PRODUCCIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítems 1	x		
Ítems 2	x		
Ítems 3	x		
Ítems 4	x		
Ítems 5	x		
Ítems 6	x		
Ítems 7	x		
Ítems 8	x		
Ítems 9	x		
Ítems 10	x		
Ítems 11	x		
Ítems 12	x		
Ítems 13	x		
Ítems 14	x		
Ítems 15	x		
Ítems 16	x		
Ítems 17	x		
Ítems 18	x		

### Variable 2: POSICIONAMIENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítems 1	x		
Ítems 2	x		
Ítems 3	x		
Ítems 4	x		
Ítems 5	x		
Ítems 6	x		
Ítems 7	x		
Ítems 8	x		
Ítems 9	x		
Ítems 10	x		
Ítems 11	x		
Ítems 12	x		
Ítems 13	x		
Ítems 14	x		
Ítems 15	x		
Ítems 16	x		
Ítems 17	x		
Ítems 18	x		



Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. Máximo Fidel Pasache Ramos
- I.2. Especialidad del Validador: Magister Ingeniero Economista
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: \_ Calla Vásquez, José Ángel

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						88

### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

88%

Lima, 08 de noviembre del 2021



Firma de experto informante

DNI: 07903350

Teléfono: 985997741

## V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

### Variable 1: PRODUCCIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítems 1	x		
Ítems 2	x		
Ítems 3	x		
Ítems 4	x		
Ítems 5	x		
Ítems 6	x		
Ítems 7	x		
Ítems 8	x		
Ítems 9	x		
Ítems 10	x		
Ítems 11	x		
Ítems 12	x		
Ítems 13	x		
Ítems 14	x		
Ítems 15	x		
Ítems 16	x		
Ítems 17	x		
Ítems 18	x		

### Variable 2: POSICIONAMIENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítems 1	x		
Ítems 2	x		
Ítems 3	x		
Ítems 4	x		
Ítems 5	x		
Ítems 6	x		
Ítems 7	x		
Ítems 8	x		
Ítems 9	x		
Ítems 10	x		
Ítems 11	x		
Ítems 12	x		
Ítems 13	x		
Ítems 14	x		
Ítems 15	x		
Ítems 16	x		
Ítems 17	x		
Ítems 18	x		



Firma de experto informante

DNI: 07903350

Teléfono: 985997741

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. Fernando Marquez Caro
- I.2. Especialidad del Validador: Sociólogo
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: \_ Calla Vásquez, José Ángel

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						91

### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

91%

Lima, 08 de noviembre del 2021



Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964891990

## V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

### Variable 1: PRODUCCIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítems 1	x		
Ítems 2	x		
Ítems 3	x		
Ítems 4	x		
Ítems 5	x		
Ítems 6	x		
Ítems 7	x		
Ítems 8	x		
Ítems 9	x		
Ítems 10	x		
Ítems 11	x		
Ítems 12	x		
Ítems 13	x		
Ítems 14	x		
Ítems 15	x		
Ítems 16	x		
Ítems 17	x		
Ítems 18	x		

### Variable 2: POSICIONAMIENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítems 1	x		
Ítems 2	x		
Ítems 3	x		
Ítems 4	x		
Ítems 5	x		
Ítems 6	x		
Ítems 7	x		
Ítems 8	x		
Ítems 9	x		
Ítems 10	x		
Ítems 11	x		
Ítems 12	x		
Ítems 13	x		
Ítems 14	x		
Ítems 15	x		
Ítems 16	x		
Ítems 17	x		
Ítems 18	x		



Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964891990

## Anexo 4: Evaluación del proyecto de investigación

### Ficha de evaluación de los proyectos de investigación

Título del proyecto de Investigación: Producción y exportación de palta de Perú al mercado internacional 2019 – 2021

Autor: Calla Vásquez, José Ángel

Escuela profesional: Negocios Internacionales

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Lima, Perú

Criterios de evaluación	Alto	Medio	Bajo	No precisa
<b>I. Criterios metodológicos</b>				
1. El proyecto cumple con el esquema establecido en la guía de productos de investigación	Cumple totalmente	----	No cumple	-----.
2. Establece claramente la población/participantes de la investigación	La población/participantes están claramente establecidos	----	La población/participantes no están claramente establecidos	-----
<b>II. Criterios éticos</b>				
1. Establece claramente los aspectos éticos a seguir en la investigación	Los aspectos éticos están claramente establecidos	----	Los aspectos éticos no están claramente establecidos	-----
2. Cuenta con documento de autorización de la empresa o institución	Cuenta con documento debidamente suscrito	----	No cuenta con documento debidamente suscrito	No es necesario
3. Ha incluido el ítem del consentimiento informado en el instrumento de recojo de datos	Ha incluido el ítem	----	No ha incluido el ítem	-----



---

Dr. Freddy William Castillo Palacios  
**Presidente FACEM**

## **Anexo 5: Dictamen del comité de ética de investigación**

### **Dictamen del Comité de Ética en Investigación**

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de Dr. Freddy William Castillo Palacios, deja constancia que el proyecto de investigación titulado “Producción y exportación de palta de Perú al mercado internacional 2019 – 2021”, presentado por el autor Calla Vásquez, José Ángel, ha sido evaluado, determinándose que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable(X) observado ( ) desfavorable( ).

Los Olivos, 09 de noviembre de 2021



---

Dr. Freddy William Castillo Palacios  
**Presidente del Comité de Ética en investigación**  
**FACEM**