



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**“Comercio internacional y exportación de espárragos frescos desde la  
Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018”**

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

**AUTOR:**

Cajas Tucto, Jesus Fortunato (ORCID: 0000-0003-3353-2508)

**ASESOR:**

Mg. Espinoza Casco, Roque Juan (ORCID: 0000-0002-1637-9815)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

**LIMA – PERÚ**

**2019**

### **Dedicatoria**

Este trabajo está dedicado a mis padres Fortunato y Julia que siempre confiaron en mí, alimentándome día a día para seguir adelante y a mis hermanos por formar parte de mi vida, motivo para seguir superándome y ser un ejemplo más para ellos.

### **Agradecimiento**

Agradezco a Dios, por darme una familia extraordinaria, a mi familia, por todo el cariño a través de mi carrera universitaria, a mis amigas y amigos que forman parte de mi vida y a todos quienes apoyaron y contribuyeron en el desarrollo de mi tesis.

## **Declaratoria de autenticidad**

Yo JESUS FORTUNATO CAJAS TUCTO con DNI N° 744659463, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica. Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima, 10 de diciembre del 2019

---

Jesus Fortunato Cajas Tucto

## Índice

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice.....	vi
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	21
2.1 Tipo y diseño de investigación.....	21
2.2 Operacionalización de variables.....	21
2.3 Población, muestra y muestreo (incluir criterios de selección).....	23
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	25
2.5 Métodos de análisis de datos.....	27
2.6 Aspectos éticos.....	27
III. RESULTADOS.....	28
IV. DISCUSIÓN.....	66
V. CONCLUSIONES.....	69
VI. RECOMENDACIONES.....	71
REFERENCIAS.....	73
ANEXOS.....	78

## Índice de tablas

<b>Tabla 01:</b> Matriz de operacionalización de variables.....	22
<b>Tabla 02:</b> Empresas exportadoras de espárragos frescos (Partida arancelaria N° (0709200000) ...	23
<b>Tabla 03:</b> Forma de interpretación de los resultados del Alfa de Cronbach .....	28
<b>Tabla 04:</b> Instrumentos validados para realizar el Alfa de Cronbach .....	28
<b>Tabla 05:</b> Resultados del Alfa de Cronbach.....	28
<b>Tabla 06:</b> Aprovisionamiento de materias primas.....	29
<b>Tabla 07:</b> Envases y embalajes en el transporte internacional .....	30
<b>Tabla 08:</b> Cumplimiento de las especificaciones solicitadas por CODEX STAN.....	31
<b>Tabla 09:</b> Accesibilidad a los costos del transporte aéreo internacional .....	32
<b>Tabla 10:</b> Transporte marítimo para la comercialización de espárragos.....	33
<b>Tabla 11:</b> Influencia del fenómeno del niño costero del 2017 en el comercio internacional.....	34
<b>Tabla 12:</b> Afectación de los cambios climatológicos en el suministro de agua .....	35
<b>Tabla 13:</b> Influencia de los cambios climatológicos de Estados Unidos en las exportaciones .....	36
<b>Tabla 14:</b> Cumplimiento de los objetivos trazados en el cuidado del medio ambiente.....	37
<b>Tabla 15:</b> Aplicación de las políticas medioambientales promovida por MINCETUR.....	38
<b>Tabla 16:</b> Las nuevas tendencias y adquisición de tecnologías en el comercio internacional .....	39
<b>Tabla 17:</b> Accesibilidad al mercado de Estados Unidos .....	40
<b>Tabla 18:</b> Accesibilidad a otros mercados internacionales .....	41
<b>Tabla 19:</b> Importancia de la información nutricional en el etiquetado.....	42
<b>Tabla 20:</b> Preferencia por los espárragos frescos en lugar de los procesados.....	43
<b>Tabla 21:</b> La ubicación geográfica como estrategia de producción .....	44
<b>Tabla 22:</b> Influencia de la participación de MINAGRI.....	45
<b>Tabla 23:</b> Medidas dispuestas por Estados Unidos en el último año .....	46
<b>Tabla 24:</b> Influencia de la guerra comercial entre Estados Unidos y China .....	47
<b>Tabla 25:</b> Resultados del acuerdo binacional entre Perú y Estados Unidos en el último año.....	48
<b>Tabla 26:</b> Influencia de las diferencias culturales entre Perú y Estados Unidos .....	49
<b>Tabla 27:</b> Influencia de los impuestos realizados al estado peruano.....	50
<b>Tabla 28:</b> Influencia del tipo de cambio en la exportación de espárragos .....	51
<b>Tabla 29:</b> Requisitos fitosanitarios ajustados al financiamiento de la empresa .....	52
<b>Tabla 30:</b> Efectos de la fumigación con bromuro de metilo durante la exportación.....	53
<b>Tabla 31:</b> Estabilidad de los costos de exportación.....	54
<b>Tabla 32:</b> Influencia de las políticas del gobierno actual en los costos de exportación .....	55
<b>Tabla 33:</b> Reducción de los volúmenes de exportación en el último año .....	56
<b>Tabla 34:</b> Precios ofrecidos al consumidor estadounidense.....	57
<b>Tabla 35:</b> Comparación de los precios de venta con el mercado mexicano.....	58
<b>Tabla 36:</b> Resultados de la prueba de normalidad.....	59
<b>Tabla 37:</b> Escala de valores del coeficiente de correlación.....	60
<b>Tabla 38:</b> Resultado de la hipótesis general .....	60
<b>Tabla 39:</b> Resultado de la hipótesis específica 1.....	62
<b>Tabla 40:</b> Resultado de la hipótesis específica 2.....	63
<b>Tabla 41:</b> Resultado de la hipótesis específica 3.....	64

## Índice de figuras

<b>Figura 01:</b> Aprovechamiento de materias primas .....	29
<b>Figura 02:</b> Envases y embalajes en el transporte internacional.....	30
<b>Figura 03:</b> Cumplimiento de las especificaciones solicitadas por CODEX STAN .....	31
<b>Figura 04:</b> Accesibilidad a los costos del transporte aéreo internacional .....	32
<b>Figura 05:</b> Transporte marítimo para la comercialización de espárragos .....	33
<b>Figura 06:</b> Influencia del fenómeno del niño costero del 2017 en el comercio internacional .....	34
<b>Figura 07:</b> Afectación de los cambios climatológicos en el suministro de agua .....	35
<b>Figura 08:</b> Influencia de los cambios climatológicos de Estados Unidos en las exportaciones.....	36
<b>Figura 09:</b> Cumplimiento de los objetivos trazados en el cuidado del medio ambiente .....	37
<b>Figura 10:</b> Aplicación de las políticas medioambientales promovida por MINCETUR .....	38
<b>Figura 11:</b> Las nuevas tendencias y adquisición de tecnologías en el comercio internacional.....	39
<b>Figura 12:</b> Accesibilidad al mercado de Estados Unidos.....	40
<b>Figura 13:</b> Accesibilidad a otros mercados internacionales .....	41
<b>Figura 14:</b> Importancia de la información nutricional en el etiquetado .....	42
<b>Figura 15:</b> Preferencia por los espárragos frescos en lugar de los procesados .....	43
<b>Figura 16:</b> La ubicación geográfica como estrategia de producción.....	44
<b>Figura 17:</b> Influencia de la participación de MINAGRI .....	45
<b>Figura 18:</b> Medidas dispuestas por Estados Unidos en el último año.....	46
<b>Figura 19:</b> Influencia de la guerra comercial entre Estados Unidos y China.....	47
<b>Figura 20:</b> Resultados del acuerdo binacional entre Perú y Estados Unidos en el último año .....	48
<b>Figura 21:</b> Influencia de las diferencias culturales entre Perú y Estados Unidos .....	49
<b>Figura 22:</b> Influencia de los impuestos realizados al estado peruano .....	50
<b>Figura 23:</b> Influencia del tipo de cambio en la exportación de espárragos .....	51
<b>Figura 24:</b> Requisitos fitosanitarios ajustados al financiamiento de la empresa.....	52
<b>Figura 25:</b> Efectos de la fumigación con bromuro de metilo durante la exportación .....	53
<b>Figura 26:</b> Estabilidad de los costos de exportación .....	54
<b>Figura 27:</b> Influencia de las políticas del gobierno actual en los costos de exportación.....	55
<b>Figura 28:</b> Reducción de los volúmenes de exportación en el último año.....	56
<b>Figura 29:</b> Precios ofrecidos al consumidor estadounidense .....	57
<b>Figura 30:</b> Comparación de los precios de venta con el mercado mexicano .....	58
<b>Figura 31:</b> Q-Q normal de Comercio internacional .....	61
<b>Figura 32:</b> Q-Q normal de Logística en el comercio internacional.....	62
<b>Figura 33:</b> Q-Q normal de Comercio internacional y medio ambiente.....	63
<b>Figura 34:</b> Q-Q normal de Contexto global .....	65

## RESUMEN

El proyecto de investigación presentado tiene como objetivo principal establecer la relación que existe entre el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018. El objeto de estudio lo representan las empresas productoras y exportadoras de espárragos frescos de la región Ica; el proyecto presentado tiene un enfoque cuantitativo, con un diseño de investigación no experimental de tipo descriptivo correlacional o transversal, donde nos permite relacionar nuestra variable independiente con la variable dependiente, para recolectar los datos en un momento y tiempo único. La técnica aplicada fue la encuesta, como instrumentos elaboramos un cuestionario en base a la escala de Likert, el cual nos permitió medir nuestras dimensiones. Luego de haber obtenido y procesado los resultados de nuestras encuestas concluimos que el 51.2 % considera que el fenómeno del niño costero del 2017 ha influido negativamente en el comercio internacional de espárragos. Así también, el 65.1 % indica que el consumidor estadounidense prefiere los espárragos frescos en lugar de los procesados y finalmente un 44.2 % sostiene que en el último año los volúmenes de exportación de espárragos se han visto reducidos dentro de la empresa. En base a la prueba Rho de Spearman, se observó una correlación de 0.903 y con un nivel de significancia de 0.000 siendo éste menor a 0.05; de esta manera se pudo aceptar la hipótesis del proyecto de investigación.

**Palabras Clave:** Comercio Internacional, Exportación, Espárragos Frescos, Volúmenes de Exportación.

## ABSTRACT

The research project presented has as main objective to establish the relationship between international trade and the export of fresh asparagus from the Ica Region to the United States, 2018. The object of study is the companies that produce and export fresh asparagus from the Ica region; The presented project has a quantitative approach, with a non-experimental research design of a correlational or transversal descriptive type, where it allows us to relate our independent variable to the dependent variable, to collect the data in a unique moment and time. The technique applied was the survey, as instruments we developed a questionnaire based on the Likert scale, which allowed us to measure our dimensions. After having obtained and processed the results of our surveys, we conclude that 51.2% consider that the phenomenon of the coastal child of 2017 has negatively influenced the international asparagus trade. Likewise, 65.1% indicate that the US consumer prefers fresh asparagus instead of processed ones and finally 44.2% argues that in the last year asparagus export volumes have been reduced within the company. Based on the Spearman Rho test, a correlation of 0.903 was observed and with a significance level of 0.000 being less than 0.05; in this way the hypothesis of the research project could be accepted.

**Keywords:** International Trade, Export, Fresh Asparagus, Export Volumes.

## I. INTRODUCCIÓN

Considerando la **realidad problemática**, en el presente proyecto de investigación según MINAGRI, a nivel mundial nuestro país es reconocido como uno de los diez principales países del mundo proveedores de alimentos, donde su agricultura vino creciendo entre los años 2011 y 2014 a un promedio anual de 3.2%, convirtiéndose en una de las principales actividades económicas del país, el cual impulsa su desarrollo económico. De las 104 zonas existentes en el mundo 84 de ellas lo tiene nuestro país, otorgándole una gran ventaja para poder cultivar una variedad de productos agrícolas durante todo el año.

Así también, el Perú cuenta aproximadamente con una superficie de 128.5 millones de hectáreas, de las cuales el 7.6 millones de hectáreas cuenta con capacidad agrícola, en otras palabras, solo el 6% del territorio nacional está disponible para sembrar productos destinados a la alimentación diaria. Diario Gestión (30/11/10)

Ya desde los años 80, bajo el modelo de exportación no tradicional de productos agropecuarios. Todo inicio en el valle de Moche y Virú, al norte del Perú en la región La Libertad, donde se impulsó la producción de espárragos frescos en la costa peruana, luego en el valle de Ica, y finalmente en la irrigación Chavimochic y ciertos valles de Lima. Los precios accesibles ofrecidos al mercado internacional, no solo condujeron a un incremento progresivo de las superficies sembradas, sino también a la instauración de otras plantas procesadoras e industriales, todo ello fue posible gracias al aporte del capital extranjero y/o nacional.

Según (Agraria.pe) manifiesta que las zonas principales de producción de espárragos frescos en nuestro país se encuentran ubicados en la región Ica, el cual representa un 45% de todas las áreas de la mencionada hortaliza, en La Libertad se encuentra el 43% de estas plantaciones y el resto se encuentran distribuidos en las regiones de Lima, Áncash y Lambayeque.

Según MINAGRI, el espárrago es un importante alimento que contiene fibras, vitamina C, vitamina B6, B1 llamado Tiamina, bajo en calorías y grasas, no posee colesterol, los espárragos aportan el 10% de potasio requerido por el organismo diariamente; así también, proporcionan pequeñas cantidades de zinc, manganeso, cobre, yodo y flúor, el cual representa un aporte importante en minerales para el organismo. En las recientes investigaciones lo relacionan como uno de los alimentos que previenen el cáncer de colon. En otras investigaciones realizadas por médicos estadounidenses, descubrieron que el espárrago sobre la leucemia tiene un efecto inhibitorio en el desarrollo de sus células. Así

también, este producto agrícola es reconocido por ser uno de los combatientes del cáncer por su alto contenido de glutatión según el Instituto Nacional de Cáncer de Estados Unidos.

La mayoría de nuestras exportaciones se destinan a Estados Unidos, los cuales incluyen los productos textiles, uva, mango, alcachofa, el café, cacao, artesanías, productos pesqueros y espárragos. Ya son diez años que entró en vigor el TLC con Estados Unidos, país donde se consume alrededor de 32 millones de cajas de 5 kilos en un año, según las cifras de ADEX nuestro país exporta aproximadamente 18 millones de estas cajas.

Existen tres ciudades importantes de Estados Unidos donde se comercializa el espárrago fresco procedente nuestro país, entre ellos se encuentran Los Ángeles, Nueva York y Miami, donde los precios pueden incrementarse, si el promedio fluctúa en US\$6 o US\$7/kg, puede elevarse cerca de US\$12/kg cuando hay escasez, en especial en el mercado de Los Ángeles, donde por lo general existe un consumidor pudiente.

Mientras en los primeros meses de cada año, desde la región mexicana de Caborca parten decenas de toneladas de espárragos con destino a Estados Unidos, con pocas o nulas barreras fitosanitarias como la fumigación y sin recorren largas distancias como lo hace nuestro país. Cuando todo ese contexto sucede en México, en el Perú los productores tienden a reducir los envíos a Estados Unidos para evitar una caída estrepitosa de los precios. En el 2017 la producción de espárragos en México fue muy buena, hecho que influyó negativamente en los precios ofrecidos por el mercado peruano. Red Agrícola (febrero del 2018).

Por otro lado, con respecto al comercio internacional de productos agrícolas, según El Comercio (24/07/18), indica que el Perú se encuentra entre uno de los países del mundo llamado a hacer frente el impacto que generaría la guerra comercial entre Estados Unidos y China y según el último reporte del Scotiabank, el país así como los otros miembros de la Alianza del Pacífico, están mejor posicionados a diferencia de las economías emergentes de cara a la guerra comercial. Sin embargo, las tensiones comerciales entre ambos países siguen escalando, las bolsas tiemblan y en medio del fuego cruzado se encuentran la economía de los mercados emergentes.

Valverde (2015), sobre el comercio exterior peruano un nuevo reto incluye las medidas sanitarias y fitosanitarias, ya desde el año 2001, debido a que se descubrió la existencia de una plaga específica llamada la Copitarsia (un lepidóptero/polilla) el gobierno de Estados Unidos dispuso como medida fitosanitaria el tratamiento con bromuro de metilo de casi todas las embarcaciones del Perú que transporten espárragos frescos. La medida generalmente afecta la calidad de vida de los anaqueles que transportan espárragos, viéndose obligados a

romper la cadena de frío durante la fumigación, disminuyéndola en más de un 30%; por otro lado, el costo se incrementa en US\$ 0.30 por cada caja de este producto.

Según el Centro de Comercio Internacional (ITC), sobre las exportaciones de espárragos frescos como refrigerados en el 2016 nuestro país ocupó el segundo lugar en el mundo, seguido de México. En el 2017 las exportaciones de este producto agrícola representó un 4.7% del total de envíos no tradicionales, mientras el 10.7% estuvo conformado por el sector agropecuario. Así también, los espárragos ocuparon el tercer puesto dentro de las exportaciones de productos no tradicionales seguido de las uvas frescas y las paltas.

En los últimos años la tendencia de los envíos de espárragos desde el Perú ha sido a la baja. Las exportaciones disminuyeron un 5% entre los años 2014 y 2017, a pesar que hubo un crecimiento sostenido entre el 2010 y 2013, con una caída de hasta 1.7 % de promedio anual, reduciéndose de US\$ 574 millones hasta US\$ 545 millones. De acuerdo al Departamento de Estudios Económicos de Scotiabank, la tendencia se daría debido a la reducción dentro de la producción nacional, cuyo resultado, se vería reflejado a una disminución en la productividad por las tierras de cultivo muy antiguas. La investigación señala también que estas tierras destinadas a la producción de espárragos estarían siendo reemplazados por otros cultivos con mayor rentabilidad. (Agraria.pe)

Las bajas exportaciones en el 2017 son el resultado de un menor volumen de exportación, dicho contexto se evidenció en el primer semestre del mismo año, debido a las altas temperaturas producidas por el Fenómeno del Niño, el cual perjudicó los rendimientos de producción. El Perú exporta espárragos a Estados Unidos en tres presentaciones: frescos, congelados y en conservas. El 73% de estas exportaciones lo representan los espárragos frescos, el 21% son en conserva y finalmente el 6% los espárragos congelados; Trademap indica que hasta el 2015 a nivel mundial el país era el mayor exportador espárragos frescos. Desde el 2016 somos el segundo país exportador de este producto con un 33% del total de volumen exportado, siendo superado solo por México que exportó el 37%. Desde ese año México tuvo un incremento significativo en su producción, ubicándolo en el primer lugar. Hoy en día dicho país lidera los envíos al país estadounidense, hasta un 59% del total del volumen exportado, mientras nuestro país solo alcanza el 40%. Diario Gestión (03/10/17)

Según la agencia de noticias ANDINA (2018) Fresh Fruit Perú, agencia especializada en inteligencia comercial, reportaron que hubo un ligero incremento en la exportación anual de espárragos peruanos, 15% al 20 de diciembre del 2018, todo ello debido a una fuerte caída de las exportaciones por el Fenómeno del Niño Costero registrado en el 2017 (-6%), con

dicho resultado, nuestro país se está proyectando a recuperar el primer puesto como proveedor mundial de espárragos, que hasta la fecha suma 141,327 toneladas exportadas. Es importante recordar que en 1985 comenzó su cultivo en el Perú, y ya desde el año 2003 nos consagramos como los líderes mundiales superando a México. Desde ese entonces el país se ubicó en el primer lugar, hasta que llegó el Fenómeno del Niño en el 2017, siendo desplazados por el país azteca.

Por otro lado, se tiene en cuenta los siguientes **trabajos previos internacionales** para nuestras variables comercio internacional y exportación, donde fueron estudiados por numerosos autores, es así que según Bucheli (2015), en su tesis titulada “Impacto potencial en las exportaciones de banano y camarón ecuatoriano hacia la Unión Europea (2015-2019), dada la suscripción de un acuerdo comercial entre ambas partes” en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador en la Facultad De Economía. Tiene como objetivo general determinar el impacto potencial en las exportaciones ecuatorianas de Banano y Camarón (2015-2019), dada la suscripción de un acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea, y el tipo de investigación que realizó fue mixta, es decir cuantitativa y cualitativa, llegando a la conclusión que en el periodo analizado 2002-2012 las exportaciones de banano desde Ecuador hacia la UE tuvieron una tendencia constante hasta el año 2009. A partir del año 2010 hasta el año 2012 las exportaciones decrecieron en un 20%, esto se debe a la pérdida de competitividad vía precios ya que sus principales competidores como Guatemala, Costa Rica, Colombia, Panamá y Honduras, suscribieron un acuerdo comercial el cual les otorga mayores preferencias arancelarias.

Meza y Tarquino (2016), en su tesis titulada “El Comercio Exterior colombiano en la cadena de suministro mundial” en la Universidad de Cartagena. Tiene como objetivo general analizar el posicionamiento internacional del comercio exterior colombiano en la cadena de suministro mundial, donde el tipo de investigación fue de alcance descriptivo. Así también, llegó a la conclusión que el análisis a las principales variables macroeconómicas relacionadas con el comercio internacional de Colombia permitió evidenciar por una parte que en materia de exportaciones durante el período de estudio 2000-2014 se ha venido ampliando la brecha entre exportaciones tradicionales y no tradicionales, obteniendo las primeras cada vez más participación; lo cual quiere decir que se ha continuado con el modelo primario exportador dentro del cual es poco el valor que se le agrega a los productos para exportarlos.

Según Luna y Murillo (2015), en su tesis titulada “Plan de exportación para la comercialización de café de habas al mercado alemán”, para adquirir el título de Ingenieros

Comerciales en la especialidad de Ingeniería Comercial de la Universidad Politécnica Salesiana en el Ecuador, donde su primer objetivo fue determinar y analizar la factibilidad para la comercialización del café de habas hacia el mercado alemán, y como segundo objetivo fue diseñar un plan de exportación que facilite información clave a empresarios y microempresarios. Dicha investigación llega a la conclusión que a través del empleo de las distintas herramientas que brinda exporta fácil de los correos del Ecuador, la compañía Café Español y cualquier microempresario o pequeño productor, pueden iniciar sus actividades comerciales en este rubro y formando parte del sector productivo en crecimiento.

Según Böttger (2016), en su investigación cuyo título es “Factores que afectan la exportación de espárrago desde Perú a Estados Unidos” de la Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano - Honduras. Cuyos objetivos fueron analizar el impacto en el cambio de las exportaciones de Perú a Estados Unidos una vez firmado el TLC EE.UU – Perú e identificar las variables que influyen positivamente en la demanda de espárragos a Estados Unidos, donde concluye que los volúmenes de las agroexportaciones peruanas tuvieron un incremento de tal forma que el Perú se ubicó como el primer exportador de espárragos al país norteamericano, con una ventaja sobre México de 20,966 toneladas métricas en el año 2013 y los factores de mayormente influyen en la exportación de espárragos fueron los aranceles Perú, el PBI de Estados Unidos y la producción de este producto en el país mexicano.

Según la tesis traducida al español de Ndibongo - Traub (2016), titulada “An Evaluation of Competitiveness of South African Maize Exports” de la Facultad de AgriSciences en la Universidad Stellenbosch - Sudáfrica. Su objetivo general fue evaluar la competitividad de las exportaciones de maíz de Sudáfrica en relación con los exportadores globales, donde su metodología de investigación e hipótesis es evaluar la competitividad de las exportaciones de maíz de Sudáfrica siguiendo los enfoques cuantitativos de Balassa (1965), la matriz de crecimiento compartido de Henderson (1979) y el Índice de atractivo del mercado del Centro de Comercio Internacional (2014). Por otro lado, concluye que la débil presencia de Sudáfrica en los principales mercados importadores de maíz se puede atribuir a la falta general de iniciativas de desarrollo del mercado (es decir, promoción de exportaciones y acuerdos comerciales bilaterales), así como a los altos costos de producción.

Además, con respecto a los **trabajos previos nacionales**, según Gomez (2018), “Comercio Internacional y el crecimiento de la exportación de uvas hacia EE.UU. entre los

años 2015 al 2017” realizado en la Universidad Cesar Vallejo en la Facultad de Ciencias Empresariales. Donde su objetivo general fue determinar la relación que existe entre el comercio internacional y crecimiento de la exportación de Uvas hacia EE.UU. entre los años 2015 al 2017. Así también, el tipo de diseño metodológico fue no experimental con diseño correlacional - transversal. Por otro lado llegó a la conclusión que sí existe relación entre el comercio internacional y el crecimiento de la exportaciones hacia el mercado estadounidense entre los años, 2015 al 2017, con un nivel de correlación positiva alta, afirmo que luego de observar el resultado proporcionado por la prueba de Rho de Spearman equivalente a 0,95; además que su nivel de significancia alcanzando fue de 0.00, menor a 0,05 el cual le permitió afirmar su hipótesis general.

Por otra parte, Albuquerque (2014), realizó una investigación titulada “Factores que determinan la demanda internacional del espárrago fresco del Perú, periodo 1992-2013” a fin de adquirir la titulación de Economista en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego en el Perú. Planteó como objetivo demostrar los factores que determinan la demanda internacional de espárrago fresco del Perú entre los años 1992-2013, los aspectos que consideró fueron el precio del producto en el país, el precio de otros orígenes y los ingresos de los consumidores fuera del país. Concluyendo que Estados Unidos, Reino Unido, Holanda, y España son los principales países donde se destinan las exportaciones peruanas de espárrago fresco; en el 2013 aproximadamente el 93 % de las exportaciones se hicieron en dichos países, la participación por cada país estuvo representada por el 63 % para Estados Unidos, el 13 % para Reino Unido, el 11 % para Holanda y finalmente el 6 % para España.

Según Calla y Escobar (2017), en su tesis titulada “Influencia de la cadena productiva de arándanos en la provincia de Cajamarca en su comercio internacional hacia el mercado estadounidense, ciudad de Boston, para el año 2018”. Tiene como objetivo determinar la influencia de la cadena productiva de arándanos en la provincia de Cajamarca en el nivel de eficiencia y producción para el comercio internacional hacia el mercado estadounidense, ciudad de Boston, en el año 2018, con un diseño de investigación de carácter no experimental no transeccional o transversal: explicativo y la población junto con la muestra consiste en seis (6) productores de arándanos en la provincia de Cajamarca, las tres (3) empresas comercializadoras de arándanos en el Perú hacia el exterior y Las cuatro (4) bases de datos que muestren información sobre el mercado estadounidense respecto al comercio de arándanos, con una muestra de productores cuya cosecha esté dentro de los años 2016 – 2017

y una producción anual: Mayor a 1500 Kg. La investigación concluye que, en efecto, las dimensiones eficiencia y producción de la variable Cadena Productiva, sí influyen en la variable Comercio Internacional y sus respectivas dimensiones oferta y demanda; ya que, si la eficiencia y producción de la cadena productiva y sus productos son buenas, tanto la oferta como la demanda aumentarán.

Según Almanza (2017), en su tesis titulada “Exportación de espárragos de la empresa Procesos Agroindustriales S.A. al mercado internacional en el año 2015” en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Cesar Vallejo – Perú. Cuyo objetivo fue describir las causas que originaron los niveles de exportación del espárrago de la empresa Procesos Agroindustriales S.A. al mercado internacional en el año 2015. La investigación concluye que el 98% de todos los encuestados indican que los recursos que utiliza la empresa son indispensables para alcanzar el nivel de exportación de espárragos requerido. Todo ello, gracias a la inversión que realiza la empresa en adquirir equipos novedosos y más sofisticados para alcanzar los objetivos trazados.

Según López (2016), en su tesis titulada “El mercado de Estados Unidos constituye una oportunidad de negocio para incrementar la exportación de espárrago fresco desde Paiján: 2017 - 2021”, para adquirir el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales en la Universidad Privada del Norte – Perú. Tiene como objetivo determinar en qué medida el mercado estadounidense, Florida, representa una oportunidad de negocios para aumentar la exportación de espárrago fresco desde Paiján entre los años 2017 – 2021, donde la metodología desarrollada es no experimental de tipo descriptivo, con una población y muestra representada por el mercado interno de Estados Unidos, Florida, llegando a la conclusión que Estados Unidos es un mercado con un entorno más atractivo para incrementar las exportaciones del espárrago fresco desde la ciudad de Paiján, tanto por sus características económicas como por su alto consumo de la población norteamericana, la excelente percepción que tienen del espárrago peruano y un marco favorable del TLC vigente entre nuestro país y Estados Unidos.

En cuanto al **marco teórico referencial** se considera a las siguientes variables:

**Variable 1: Comercio Internacional**, acerca de este tema Sosa (2014), manifiesta que es un conjunto de actividades que realizan las personas de diferentes países intercambiando bienes y servicios, mientras la economía crece y sea más compleja hace que éste sea más dinámica [...] (p. 2). De ello, se desprende que el comercio internacional es muy importante

ya que permite intercambiar bienes y servicios entre un país y otro, de tal manera que las poblaciones puedan satisfacer sus necesidades. Por otro lado, Arroyo (2011), manifiesta que el comercio internacional se produce por los excedentes y déficits de algún producto o servicio dado en cada país, permitiendo un intercambio entre las personas, las empresas y los gobiernos de estos países, a través de acuerdos de negociación en base a las necesidades de las poblaciones [...] (p. 23). Es decir, el comercio internacional se logra a través negociaciones y acuerdos donde se establecen reglas internacionales para agilizar el intercambio comercial. Por otro lado, la autora Huesca (2012), menciona que consiste en una serie de operaciones y transacciones comerciales realizadas entre privados, que residen en distintos países del mundo, [...] dichas operaciones se realizan entre diferentes operadores comerciales privados ubicados en diferentes ordenamientos jurídicos y con marcadas diferencias socioeconómicas (p. 14). En otras palabras, implica una serie de transacciones internacionales que operan en diferentes países del mundo con diferencias tanto culturales, económicos, políticas como sociales.

Así también, la variable uno podemos dividirlo en **tres dimensiones**: como **dimensión uno la logística en el comercio internacional**, acerca de este punto el diario El Comercio (9 de noviembre del 2017), indica que la logística comprende el proceso de empaqueo que va orientado a un determinado cliente, el proceso de almacenamiento, los trámites aduaneros en los puertos y aeropuertos. Por otro lado, el embarque, el desembarque y la entrega, según los términos del acuerdo comercial. Por esta razón, la logística tiene una participación importante en los procesos de envase, empaque y embalaje, de tal manera que éste pueda cumplir con los requisitos y procedimientos aduaneros. Sin embargo, De la Hoz (2014), lo define como un proceso que organiza las tareas de producción, comercialización y distribución física para llevar a cabo las gestiones estratégicas en abastecimiento, desplazamiento y almacenaje de todos los inventarios que se manejan tanto de insumos, como de los productos acabados con toda la información solicitada en el proceso de comercio internacional (p. 82). Por ende, la logística tiene una participación importante en el comercio internacional, desde la producción hasta la distribución física internacional, de tal manera que los productos cumplan con las expectativas del consumidor.

Por consiguiente, la dimensión uno lo subdividimos en **tres indicadores**, de las cuales el **indicador uno** está representado por el **aprovisionamiento de materias primas**, y para definir este tema acudimos a la autora de la De la Hoz, quien manifiesta que el proceso de aprovisionamiento consiste en seleccionar adecuadamente a nuestros proveedores,

analizando el contexto geográfico en función a la calidad de los productos y su costo global ofrecidos a los mercados, también incluye la diversificación, los ritmos y los volúmenes que puedan garantizar la conservación de los costos mínimos en producción (2014, p. 85). Debido a ello, se recomienda manejar adecuadamente el aprovisionamiento de materias primas, ya que dependerá mucho si se podrá contactar o no a los diferentes proveedores en el exterior. Mientras los autores Cano, Beviá, Enríquez, Enríquez y Molins (2010), indican que el punto más importante consiste en la forma como se seleccionan a los proveedores y su posterior diversificación, con respecto al volumen requerido y su situación geográfica, a fin de optimizar los precios y reducir los riesgos financieros (p. 4). Por ello, se recomienda tener un adecuado control en los precios para minimizar los riesgos. También acudimos a Cuenca et al (2012), quienes indican que en el flujo de materiales de la cadena de aprovisionamiento podemos encontrar tres fases. Las materias primas que ingresan en los procesos de producción provenientes de los mismo proveedores, los procesos productivos que transforma las materias primas en un producto terminado y por último la llegada de estos productos a los consumidores finales por medio de una serie de sistemas que involucran la distribución física internacional [...] (p. 137). En toda cadena de aprovisionamiento las materias primas o insumos pasan por diferentes procesos como la adquisición de las mismas, la transformación o producción y por último la distribución física internacional.

Como **indicador dos** tenemos a los **envases y embalajes**, donde CODEX STAN 225, manifiesta que durante el envasado y embalaje de los espárragos deben realizarse cuidadosamente y muy protegido. El material que se emplea en la parte interna del envase debe ser completamente nuevo, muy limpios y de alta calidad, de tal forma que se puedan evitar algún daño en la parte interna o externa del producto. [...] Los productos deben acogerse al sistema de envases bajo el Código Internacional de Prácticas Recomendado para el Envasado y Transporte de Frutas y Hortalizas Frescas (CAC/RCP 44-1995). Según esta norma internacional durante la exportación de espárragos éstos deben ser envasados cuidadosamente y protegidos de algún daño externo, llevando la marca o sello correspondiente, con las indicaciones y especificaciones acerca del producto, así también deben estar libres de algún cuerpo extraño y por último deben ajustarse al código internacional de envasado. Por otro lado, Unknown sostiene que este sistema [...] se encarga de proteger los productos de algún daño o lesión, magulladuras, exposición a altas y bajas temperaturas. Durante el embalaje interno se empleará un papel para cubrir los espárragos, éstos estarán atados en haces a fin de evitar los daños por la humedad. Los espárragos

estarán atados por grupos de 250 gr. Mientras en el embalaje externo, los productos serán agrupados en cajas de un peso de 11 lb para facilitar su adecuado transporte, manipulación, estiba y unitarización (8 de febrero de 2016). Es decir, para el autor es muy importante tener en cuenta, los envases y embalajes durante la exportación de espárragos frescos, el cual deben cumplir satisfactoriamente la función de protección contra algún daño por los cambios de temperatura o golpes, así también internamente deben ir envueltos y atados en haces para evitar algún daño.

Del mismo modo, como **indicador tres** de la dimensión uno tenemos al **transporte y distribución**, para ello, acudimos a De la Hoz, quien manifiesta que el transporte y distribución son actividades que guardan una estrecha relación con los procesos de almacenaje, ya que ellos investigan la localización de todos los almacenes, a fin de mejorar la atención del mercado consumidor, los medios de transporte empleado y los criterios para poder asignar las rutas necesarias, así como el soporte comercial dentro del canal de distribución que se está usando (2014, p. 85). Entonces los procesos de distribución cumplen un papel importante en la llegada de los productos hasta el consumidor final, en dicho proceso forman parte de ello los almacenes, los medios de transporte y la elección del tipo de canal de distribución. Por otro lado, para los autores Cano, Beviá, Enríquez, Enríquez y Molins la distribución implica una serie de aspectos técnicos como las características del producto que se va a transportar, algunas limitaciones respecto a las medidas del producto, el empleo de los vehículos de transporte, los aspectos comerciales sobre el dilema si es mejor emplear un servicio de línea regular o la adquisición a través de los regímenes de contratación expedito, y por último la situación financiera para la toma de decisiones a la hora de elegir una flota propia para la empresa o simplemente el uso de vehículos ajenos. (2010, p. 5). En otras palabras, los procesos de distribución deben basarse en ciertos aspectos técnicos, de tal manera que nos permitan tomar decisiones a la hora escoger el medio de transporte adecuado, los detalles y especificaciones de los productos a comercializar, incluso todos los procesos financieros de la empresa.

Prosiguiendo con la variable uno tenemos como **dimensión dos** al **comercio internacional y medio ambiente**, donde el autor Cornejo sostiene que a medida que pasa el tiempo los países cada vez toman mayor conciencia acerca del desarrollo sostenible, el cual implica satisfacer las necesidades de una población en el presente, sin perjudicar las necesidades de las futuras generaciones (2015, p. 157). Hoy en día es muy importante preocuparse por el medio ambiente durante en el comercio internacional ante los cambios

del efecto invernadero. Por lo cual, se debe priorizar en mantener un desarrollo sostenible logrando satisfacer las necesidades del presente sin perjudicar ni comprometer las necesidades de las siguientes generaciones. El autor González sostiene que ambos ámbitos reflejan y coinciden en un punto válido de contacto, donde están obligados a crear estrategias y fórmulas de trabajo en conjunto para poder satisfacer las necesidades de un Derecho humano en medio de un contexto ambiental completamente sano. Ante las constantes e incesantes relaciones comerciales de bienes y servicios, como punto clave de una economía globalizada, en la actualidad se debe cumplir con las metas trazadas sobre desarrollo sostenible. (2015, p. 183). Apoyando a lo mencionado por el autor no solo se debe buscar fórmulas que solucionen el problema a través del derecho humano, sino también crear políticas medioambientales por medio de los Tratado de Libre Comercio que faciliten el libre tránsito de las mercancías entre diferentes países del mundo.

En la dimensión dos también podemos subdividirlo en **dos indicadores**: dentro del **indicador uno** tenemos a los **problemas ambientales**, acerca de este tema González (2015), sostiene que en las investigaciones realizadas por los especialistas, por lo general descomponen el impacto ambiental del comercio internacional en diferentes puntos tanto favorables como desfavorables; sin embargo, en la actualidad debido a una mala práctica en las relaciones comerciales, los resultados y/o efectos marcan un aspecto desfavorable en el medio ambiente [...] (2015, p. 188). Se entiende que las actividades del comercio internacional conllevan a resultados sobre todo negativos con respecto al cuidado del medio ambiente, situación que se debe a una mala práctica en la gestión ambiental y comercial. Por otro lado, Cornejo (2015), manifiesta que el daño ambiental abarca diferentes temas, como la falta de acceso y la contaminación del agua, la contaminación del aire, la mala práctica en la manipulación de desechos sólidos y productos peligrosos, la infertilización de la tierra, los bosques junto a la diversidad biológica y por último el cambio climático conocido como efecto invernadero, situación que se debe en gran medida por el agotamiento de la capa de ozono (p. 158). Ante los problemas medioambientales que afectan el comercio internacional las empresas deben comprometerse en crear un plan de acción con responsabilidad ambiental y manejo adecuado de los residuos sólidos.

Por otra parte, en el **indicador dos** tenemos a las **políticas ambientales**, para ello acudimos a MINCETUR (2017), [...] quien indica que las metas trazadas consisten en unir esfuerzos entre ambas partes para garantizar que las políticas tanto ambientales como comerciales se apoyen mutuamente y promuevan el uso adecuado de los recursos en base a

los objetivos del desarrollo sostenible y también fortalecer los vínculos entre las políticas del gobierno y las relaciones comerciales [...]. Es decir, manejar una política ambiental adecuada implica la participación mutua entre las empresas comerciales y las autoridades gubernamentales vigentes de cada país, a fin de cumplir los objetivos trazados. Mientras Cornejo (2015), sostiene que para evitar dichas actividades comerciales afecten al medio ambiente, se pueden reemplazar por las exportaciones convencionales, así por ejemplo una forma de cuidar los bosques sin perjudicar todas las formas de vida existentes en ello, son las actividades de comercio en productos forestales muy diferentes a los de la madera, el cual incluye a las especies como las castañas y cauchos [...] (p. 166). De lo mencionado por el autor es una excelente idea poner en práctica las exportaciones convencionales, de tal forma que se minimicen los daños ocasionados por las actividades comerciales. Así también, Gómez (2014), recalca que la política medio ambiental tiene tareas pendientes dedicadas al cuidado de la naturaleza, de los espacios naturales e impulsar el desarrollo sostenible. Por ende, abarca un conjunto de reglas que buscan poner en práctica y cumplir las tareas planteadas (p. 6). Según este autor es muy importante en primera instancia plantear objetivos con respecto al cuidado del medio ambiente, y que éstos objetivos se tengan que cumplir al pie de la letra.

Finalmente, dentro de la variable uno tenemos una **dimensión tres**, el cual está representado por el **contexto global**, para fortalecer este tema la autora De la Hoz (2014), indica que con la globalización se pretende abarcar las nuevas tendencias, el dinamismo y procesos interpretativos del mundo actual, cuya esencia es explicar los aspectos técnicos y comerciales de cada país, actualmente estas actividades involucra más los aspectos culturales, sociales y lo moral, en lugar de lo económico (p. 35). Es así que la globalización ha permitido un avance en los procesos comerciales entre los países del mundo, intentado explicar las actividades comerciales que no solo abarcan el aspecto económico, sino también el contexto sociocultural. Del mismo modo, MINCETUR manifiesta que la globalización [...] ofrece a los consumidores la posibilidad de poder elegir en base a sus necesidades. La inauguración de nuevas tiendas comerciales, obliga a los emprendedores a exigir una mayor participación fuera del país como también dentro de sus propia nación, la necesidad de cambio se convierte en un punto clave, que si no se toman las medidas y precauciones necesarias, las empresas pueden correr el riesgo de no conseguir el éxito en el exterior y posteriormente su salida definitiva del mercado (2014, p. 32). Es decir, con la globalización existen oportunidades para que los consumidores puedan elegir los productos o servicios

que ellos deseen. Sin embargo, para las empresas aún existe una competencia grande dentro de su nación, incluso con el exterior. El constante cambio dentro de las empresas implica correr riesgos económicos y la vez genera nuevas oportunidades en el comercio internacional.

La dimensión tres de la variable uno también será subdividido en tres indicadores: como **indicador uno** tenemos a las **nuevas tendencias en el comercio internacional**, donde Sosa (2014), indica que la fuerza económica de una nación se centra en sus empresas, si cuentan con la fuerza de trabajo necesaria, con la capacidad de producción eficiente, tecnología de punta, materias primas: las empresas del país estarán consolidadas frente a terceros (p. 46). Es decir, en las nuevas tendencias del comercio internacional, el desarrollo económico de un país implica el fácil acceso a los productos y/o servicios por parte de los consumidores, donde el motor y motivo lo representan las empresas que manejan una tecnología muy sofisticada. Por otro, lado Bustillo (2014), menciona que [...] las nuevas tendencias del comercio internacional son complementarios, si se trabaja de forma unánime y no individual como lo hacen la mayoría de las empresas en la actualidad (p. 18). Por ende, las nuevas tendencias en el comercio internacional es el resultado de un trabajo en conjunto entre las empresas, logrando una mayor participación en el mercado internacional.

Así también, como **indicador dos** de la dimensión tres tenemos a los **mercados relativamente abiertos**, para ello acudimos al autor Cornejo, quien sostiene que una vez terminada las negociaciones de la Ronda Uruguay y suscrito el acuerdo GATT 94, las naciones del mundo se comprometieron a reducir y eliminar las barreras parancelarias tales como los permisos de importación, las cuotas, las restricciones voluntarias de exportación, el mal uso de las restricciones fitosanitarias, licitaciones forzosas, etc. (2015, p.357). Gracias a esas negociaciones muchos países tienen el compromiso de eliminar las barreras comerciales en importación y exportación; debido a ello, los mercados se vuelven cada vez más accesibles en el comercio internacional. Del mismo modo, De la Hoz (2014), indica que en los últimos años se pudo observar la tendencia sobre la eliminación de restricciones en los diferentes movimientos comerciales que realizan los países durante el intercambio de bienes y servicios (p.37). Cada vez existen menores restricciones comerciales debido a la participación política de cada estado a favor de las actividades comerciales.

Finalmente, como **indicador tres** de la dimensión tres mencionamos a los **consumidores mejor informados y más exigentes**, donde acudimos a la autora De la Hoz, quien manifiesta que los consumidores cada vez desean productos nuevos y de mejor calidad,

siempre evaluando la mejor alternativa que les convenga. Hoy en día es posible acceder a productos que anteriormente se consideraban un lujo, gracias a la subida del nivel de renta las empresas centran parte de su inversión en procesos de investigación y desarrollo para crear un mayor número de productos, con un mejor acabado y de alta calidad (2013, p. 37). Es decir, la adquisición de productos nuevos y de calidad por el consumidor ha motivado que las empresas inviertan más en proyectos de investigación de mercado creando e innovando nuevos productos. Para reforzar el tema Cornejo, informa que hoy en día los consumidores están [...] cada vez más informados acerca de los productos que encuentran en el mercado, y por ende son más exigentes. Todo ello se debe a una revolución tecnológica, donde el consumidor tiene más información y conoce más de los productos, el cual le permite crear un juicio de valor sobre las decisiones a tomar a la hora de elegir un producto o servicio (2015, p. 358). De lo mencionado por el autor, es muy cierto que en la actualidad los consumidores suelen estar mejor informados y por lo tanto más exigentes al momento de adquirir un producto, creando un juicio de valor sobre los beneficios del producto adquirido.

**Variable 2: Exportación**, acerca de este tema acudimos a Hernández (2015), sostiene que una definición básica de la exportación se refiere al régimen aduanero que facilita la salida de mercancías y/o productos nacionales de un país para el consumo y uso definitivo en el mercado exterior (p. 27). Es decir, una exportación es la salida de productos nacionales al exterior del país para su distribución y consumo definitivo. Por otro lado, el autor Mercado (2015), indica que Las exportaciones consisten en las ventas que realiza un país más allá de sus fronteras arancelarias, donde se ubican todas las empresas [...] (p. 34). Por ello, en una exportación es muy importante también conocer los factores que influyen en la salida mercancías de un país a otro.

La variable dos de exportación también lo dividimos en **tres dimensiones**: como **dimensión uno** tenemos a las **barreras comerciales**, para ello solicitamos el apoyo de Vázquez y Madrigal (2010), quienes indican que la mayoría de los países intentan aplicar una serie de políticas comerciales que les beneficien, una vez amenazados disponen de ciertas restricciones al libre comercio de bienes y servicios aplicando al máximo las diferentes barreras comerciales existentes (p. 13). De lo mencionado por los autores es cierto que cuando existe una amenaza comercial, el país importador suele aplicar barreras comerciales o aranceles, como es el caso actual que se está viviendo entre Estados Unidos y China. Así también, Martín y Martínez (2010), dan a conocer que [...] las barreras

comerciales se aplican a fin de salvaguardar la situación económica de una nación, y otros con el objetivo de recaudar fondos para el Estado (p. 36). Eso quiere decir que algunos países emplean las medidas de salvaguardia con el fin de recaudar tributos y proteger su economía frente otros mercados internacionales.

La dimensión uno de las barreras comerciales lo subdividimos en **tres indicadores**: como **indicador uno** tenemos a las **barreras naturales o políticas**, para ello nos apoyamos de los autores Vázquez y Madrigal (2010), quienes dan a conocer dos barreras las barreras físicas como es el caso de la ubicación geográfica que muchas veces altera los costos de transporte de mercancías y las barreras culturales como el idioma que impide una mejor comunicación entre un país y otro (p. 13). Dichas barreras políticas y/o naturales por lo general están influenciadas por los costos que genera el transporte y distribución durante las exportaciones, incluso la cultura de un país puede influir en dicha actividad comercial. Por otro lado, Martín y Martínez (2010), manifiestan que son barreras que exigen algunos países de forma unilateral o independiente, en base a acuerdos de las Instituciones Internacionales, donde todos los países que forman parte de las instituciones lo deben cumplir[...] (p. 36). Es decir, las barreras políticas por lo general lo aplican los mismos gobiernos, el cual influye en los acuerdos comerciales dentro su nación o en la comunidad internacional.

Como **indicador dos** de la dimensión uno tenemos a las **barreras arancelarias o económicas**, para ello buscamos información en MINCETUR, donde informa que las barreras económicas son aquellas disposiciones gubernamentales muy diferentes a los aranceles y a algunos derechos, que tienen como función evitar o limitar el fácil ingreso de mercancías que vienen del exterior, para ello se deben cumplir con ciertas exigencias respecto a los requisitos y especificaciones que tengan un aspecto financiero administrativo, cambiario, etc. (2014, p. 46) Dicho de otro modo, las barreras económicas o arancelarias tienen como fin prohibir o limitar la entrada de mercancías a un país, donde mayormente son regulados y supervisados por la superintendencia aduanera. Así también, Lerma y Márquez (2010), manifiestan que las barreras arancelarias son los impuestos que aplican cada país para impedir que exista un proceso de importación en forma indiscriminada o en todo caso solo se realiza la importación de ciertos servicios o productos, pero de determinados países (p. 301). Es decir, las barreras económicas incluyen los impuestos aplicados por el estado, a fin de evitar el comercio ilegal y no controlado dentro de un país.

De igual manera, como **indicador tres** de la dimensión uno tenemos a las **barreras no arancelarias o jurídicas**, sobre este tema los autores Vázquez y Madrigal (2010), sostienen

[...] que son reglamentos donde cada país está obligado a usarlo a fin de evitar el ingreso fácilmente de productos a través de sus fronteras, incluye los controles cambiarios, medidas sanitarias, laborales, ecológicas y ambientales, las restricciones voluntarias en exportación, etc. (p. 14). Eso quiere decir que existen distintas barreras no arancelarias que dificultan el libre tránsito de las mercancías en el mundo, tanto en las exportaciones como importaciones. Igualmente, MINCETUR acerca de este tema manifiesta que se deben imponer en gran medida para cuidar la vida y salud de sus habitantes, incluso de la flora y fauna. Por ello, estas medidas no deben imponerse en forma discriminada, arbitraria o injustificable entre un país y otro, siempre y cuando existan condiciones idénticas entre ellos. (2014, p. 46). De aplicarse las barreras no arancelarias, éstas principalmente deben proteger al consumidor y su salud en primera instancia, seguido del cuidado ambiental.

Así también, como **dimensión dos** de la variable uno identificamos a las **barreras en la exportación**, y para definir este tema acudimos a Minervini (2015), quien indica que antes de iniciar un proceso de exportación es muy importante conocer cuáles serán las medidas o barreras que se tomarán en cuenta al culminar o cerrar un negocio exitoso [...] (p. 53). Por esta razón, antes de iniciar un proceso de exportación es muy importante conocer cuáles serán los obstáculos que se presentarán más adelante, de omitir la sugerencia del autor es probable que tengamos que asumir riesgos ante dicha actividad comercial. De igual manera Lerma y Márquez (2010), manifiestan que por lo general las medidas o barreras en la exportación son aquellos que dependen directamente de las decisiones gubernamentales de cada país. Ante esta situación, es fundamental conocer otros elementos que pueden impedir las operaciones de comercio exterior [...] (p. 296). Del mismo modo, es muy importante informarnos de los factores sociales, culturales y económicos que pueden influir directa o indirectamente el libre tránsito de las mercancías hacia el mercado exterior.

Dentro de las barreras en la exportación como **dimensión dos** también lo subdividimos en **tres indicadores**: como **indicador uno** mencionamos a las **barreras culturales**, para ello solicitamos la opinión de Minervini (2015), quien indica que los latinos intentan obtener resultados en forma inmediata y a corto plazo, por otro lado la exportación es un proceso que se logra a mediano y largo plazo. Por esta razón, requiere de mucha paciencia, persistencia y sobre todo inversión (p. 53). Es decir, hoy en día generalmente el cliente desea las mercancías lo más pronto posible, pero en los procesos de exportación existen tiempos trazados, quizás nada favorable para el exportador. Sobre el mismo tema los autores Lerma y Márquez (2010), dan a conocer que las barreras culturales se manifiestan en las

tradiciones, costumbres y usos de un mercado consumidor, y la vez evitan en forma parcial o total el libre tránsito comercial de un producto o servicio [...] (p. 299). Dicho de otro modo, durante los procesos de exportación de productos tradicionales o no tradicionales, existen las barreras culturales, los cuales se ven influenciados por las costumbres y tradiciones de cada país.

De igual manera, como **indicador dos** identificamos a las **barreras económicas**, donde acudimos a los autores Daniels, Radebaugh y Sullivan (2018), quienes manifiestan que [...] los inconvenientes financieros como los pagos a realizar y los tributos, perjudican en forma constante a las empresas grandes y pequeñas, mayormente los afectados por dichos pagos son los sectores de servicios y manufactura [...] (p. 381). Es decir, en las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas, frecuentemente se presentan algunos inconvenientes financieros en los pagos de impuestos en aduanas y el ente bancario que realiza las transacciones financieras. Agregando información a este tema Lerma y Márquez (2010), informan que las barreras económicas guardan relación con el bajo poder adquisitivo de los clientes o consumidores en el proceso de exportación, incluso genera un inconveniente para realizar los cobros de las ventas a través de divisas internacionales [...] (p. 299). En resumen, las barreras económicas guardan una relación directa con el poder adquisitivo de cada cliente y los costos que debe pagar por ello, incluso se ven influenciados por el tipo de cambio durante los procesos de exportación.

Del mismo modo, tenemos como **indicador tres** de las barreras en la exportación a las **barreras normativas o gubernamentales**, y para definir este tema acudimos a los autores Daniels, Radebaugh y Sullivan (2018), quienes manifiestan que el seguimiento de las transacciones internacionales a través de trámites y papeleos implica un aumento en los costos de dicho procedimiento, donde los documentos pueden extraviarse o son imprecisos, incluso puede vulnerar los itinerarios estancando la exportación [...] (p. 385). En otras palabras, es muy importante conocer la documentación que se requiere durante los procesos de exportación y/o importación, algunos de ellos pueden generar sobrecostos, convirtiéndose en uno de los obstáculos comerciales. Para Minervini (2015), las barreras normativas cumplen la función de velar por la salud y vida de las personas, la flora y la fauna. También es importante conocer que durante el procesos de internacionalización se presentarán numerosos inconvenientes y obstáculos que debemos hacer frente [...] (p. 57).

Para finalizar, tenemos a una **dimensión tres** de la segunda variable denominada **constantes en la exportación**, para ello acudimos al autor Maubert (2009), quien indica que

durante la venta de un producto es importante tomar en cuenta dos aspectos diferentes, pero limitadamente relacionados entre sí. En un momento el producto debe ajustarse a satisfacer las necesidades del usuario y por otro lado debe ser accesible [...] (p. 121). Por lo general el precio de venta y costos durante la exportación son constantes y deben ser muy bien conocidos y manejados cuidadosamente a la hora de comenzar dicha actividad comercial.

La dimensión tres así como las demás dimensiones también es subdividido en tres indicadores: como **indicador uno** tenemos a los **costos de exportación**, sobre este tema el autor Maubert (2009), indica que los costos de exportación son la suma de diferentes pagos y distribuciones que se realizan para la obtención de algún producto o servicio, con la finalidad de que en un futuro se obtengan utilidades y beneficios dentro de la empresa [...] (p. 122). Estos costos generalmente son pagos que se realizan para adquirir un bien, de tal manera que a futuro se obtengan ciertos beneficios. Así también, los autores Lerma y Márquez (2010), manifiestan que los diferentes factores de los costos de exportación cumplen un papel importante para poder establecer los precios en el mercado nacional e internacional [...] (p.190). Los costos muchas veces se ven influidos por el uso desmedido de la tecnología, el tipo de canal de distribución elegido y entre otros. Por otro lado, como **indicador dos** de la dimensión tres encontramos al **volumen**, para definir este punto acudimos al Banco Central de Reserva del Perú (2011), quien conceptualiza el volumen de exportación como aquellas exportaciones expresadas en una medida física de valor, así por ejemplo las toneladas.

Finalmente, como **indicador tres** de las constantes en la exportación agregamos al **precio**, y para definir este tema también acudimos al BCRP (2011), quien conceptualiza al precio como el valor monetario de algún producto o servicio, dicho precio puede ser establecido libremente de acuerdo a la oferta y demanda existente en el mercado, incluso por las autoridades gubernamentales, cuyo escenario se trataría de un control de precios por parte de ellos. En consecuencia, es cierto que el precio consiste en darle una valoración a un producto o servicio expresado en una unidad o valor monetario y para fijar el precio es muy importante conocer la oferta y demanda del mercado exterior. Y para terminar acudimos a MINCETUR (2014), quien informa que para fijar el precio de exportación es fundamental tomar en cuenta los diferentes factores existentes que implica producir y llevar el servicio o producto hasta donde se ubica el cliente, incluso hasta donde éste lo desee. En un futuro la importancia de asignar el precio influirá en la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa en el mercado (p. 217). Por ende, es cierto que una vez establecido los precios de exportación

e identificados debidamente los factores que pueden alterar los costos, ello influirá en los procesos de rentabilidad, sostenibilidad y sobre todo en el éxito de la empresa.

En cuanto a la **formulación de los problemas**, tenemos como:

### **Problema general**

¿De qué manera se relaciona el comercio internacional y exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018?

Mientras los **problemas específicos** son:

Problema específico 1: ¿Qué relación existe entre la logística en el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018?

Problema específico 2: ¿Qué relación existe entre el comercio internacional y medio ambiente y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018?

Problema específico 3: ¿Qué relación existe entre el contexto global y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018?

Respecto a la **justificación de estudio** de nuestro proyecto de investigación tenemos: una **justificación científica**, cuya importancia se centra en que dicho trabajo se realiza con vehemencia sobre las variables de estudio comercio internacional y exportación, para la obtención de información se trabajó con libros y tesis que apoyan el estudio de nuestras variables. Además en los años siguientes, dicha investigación pueda ser tomado como un antecedente en investigaciones previas, para los estudiantes que quieran indagar más a profundidad sobre el tema o futuras investigaciones que mantengan como materia alguna de nuestras las variables. Por otro lado, tenemos una **justificación comercial**, donde la trascendencia comercial de nuestro proyecto de investigación radica en tratar de identificar los problemas existentes en el comercio internacional y exportación. Una vez identificada estos problemas, las empresas exportadoras de espárragos, serán conscientes de llevar acabo o no las medidas necesarias para su pronta solución; ésta ayudaría mucho en las empresas que tienen inconvenientes a reducir los costos de exportación, el cual favorece ya sea a corto, mediano y largo plazo para así obtener utilidades en un futuro. Y por último, tenemos una **justificación social**, donde la importancia de realizar la investigación surge a consecuencia de poder demostrar la relación existente entre el comercio internacional que se viene realizando con las empresas exportadoras de espárragos en la región Ica. De manejarse un

buen comercio internacional se lograría una mayor exportación de espárragos frescos hacia el mercado norteamericano, el cual termina favoreciendo los indicadores micro y macroeconómicos del país.

Acerca de nuestras **hipótesis** en el proyecto de investigación tenemos como:

### **Hipótesis general**

Existe relación significativa entre el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

Mientras las **hipótesis específicas** son:

Hipótesis específica 1: Existe relación entre la logística en el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

Hipótesis específica 2: Existe relación entre el comercio internacional y medio ambiente y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

Hipótesis específica 3: Existe relación entre el contexto global y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

Finalmente en los **objetivos** del proyecto de investigación tenemos como:

### **Objetivo general**

Establecer la relación que existe entre el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

Además, los **objetivos específicos** son:

Objetivo específico 1: Determinar la relación que existe entre la logística en el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

Objetivo específico 2: Determinar la relación que existe entre el comercio internacional y medio ambiente y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

Objetivo específico 3: Determinar la relación que existe entre el contexto global y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

## **II. MÉTODO**

### **2.1 Tipo y diseño de investigación**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el diseño de investigación es un plan o estrategia desarrollada con la finalidad de obtener la información requerida en un proyecto de investigación y así poder responder al planteamiento del problema. Así también, sostienen que dentro del enfoque cuantitativo, se emplean los diseños para analizar las hipótesis formuladas en un contexto en particular o bien para aportar las evidencias respecto de los lineamientos de la investigación, en caso de no contar con hipótesis. (p.128)

El diseño de investigación consiste básicamente en conseguir la información necesaria para poder responder a las preguntas de nuestro proyecto de investigación y analizar cuidadosamente las hipótesis planteadas.

#### **No experimental**

Asimismo, Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación no experimental “Es aquella investigación que se lleva a cabo sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, centra los estudios en donde no hace variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre las demás variables” (p.152).

Dentro de las investigaciones no experimentales de preferencia no existe una manipulación deliberada ni intencional de las variables a estudiar,

#### **Transeccional o transversal**

Según Hernández y Mendoza (2019), los diseños transversales o transeccionales “De preferencia recolectan los datos en un determinado momento y tiempo único, cuyo propósito es describir las variables dentro de un grupo de casos existentes en la muestra y/o población. Por otro lado, también determina el nivel o modalidad de las variables en un momento dado” (p, 176).

Finalmente otros autores como Hernández, Fernández y Baptista (2014), sobre el mismo tema señalan que “Describen las relaciones que existe entre dos o más categorías, conceptos o variables en un tiempo determinado. Algunas veces, únicamente en términos correlacionales, otras en función de la relación causa – efecto” (p.157).

### **2.2 Operacionalización de variables**

Para poder desarrollar la presente investigación vamos a analizar la variable.

**Tabla 01:** Matriz de operacionalización de variables

“Comercio internacional y exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.”

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	TÉCNICA	INSTRUMENTO
<b>COMERCIO INTERNACIONAL</b>	Según Sosa (2014), afirma que el comercio internacional “ Es un conjunto de actividades que realizan las personas de diferentes países intercambiando bienes y servicios, mientras la economía crece y sea más compleja hace que éste sea más dinámica [...] ” (p. 2).	El comercio internación es una actividad comercial, que implica intercambiar un bien o servicio entre dos o más países.	<b>Logística en el comercio internacional</b>	Aprovisionamiento de materias primas	<b>Escala ordinal:</b> Escala de Likert: (1)Totalmente en Desacuerdo (TD) (2)En Desacuerdo (ED) (3) Indiferente (I) (4)De Acuerdo (DA) (5)Totalmente de Acuerdo (TA) <b>Niveles:</b> Alto 56 - 75 Medio 36 - 55 Bajo 15 - 35	<b>Encuesta:</b> Hernández, Fernández y Baptista (2014) “Diseño o método consideradas investigaciones no experimentales transversales, ya que a veces tienen los propósitos de unos u otros diseños y a veces de ambos” (p. 159).	<b>Cuestionario:</b> Hernández, Fernández y Baptista (2014), “Conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir” (p.217).
				Envases y embalajes			
				Transporte y distribución			
			<b>Comercio internacional y medio ambiente</b>	Problemas ambientales			
				Políticas ambientales			
			<b>Contexto global</b>	Nuevas tendencias			
				Mercados relativamente abiertos			
				Consumidores mejor informados y más exigentes			
			<b>EXPORTACIÓN</b>	Según Hernández (2015), manifiesta que “Una definición básica de la exportación se refiere al régimen aduanero que facilita la salida de mercancías y/o productos nacionales de un país para el consumo y uso definitivo en el mercado exterior” (p. 27).			
Barreras arancelarias o económicas							
Barreras no arancelarias o jurídicas							
<b>Barreras en la exportación</b>	Barreras culturales						
	Barreras económicas						
	Barreras normativas o gubernamentales						
<b>Constantes en la exportación</b>	Costo de exportación						
	Volumen						
	Precio						

Fuente: Elaboración propia

## 2.3 Población, muestra y muestreo (incluir criterios de selección)

### Población

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), “La población representa un conjunto de todos los casos presentes que coinciden con determinadas especificaciones, identificados claramente por sus características de contenido, lugar y tiempo” (p.174).

Según CIISEX se logró identificar a 92 empresas peruanas exportadoras de espárragos frescos hacia Estados Unidos.

**Tabla 02:** Empresas exportadoras de espárragos frescos (Partida arancelaria N° (0709200000))

	<b>EMPRESA</b>	<b>RUC</b>	<b>DOMICILIO</b>
<b>1</b>	M.K.L Export S.A.C	20452700418	Cal. Domingo Elías Nro. S/N Int. REF. Cost. Academia English Now Ica/Ica/Ica
<b>2</b>	Exportadora y Procesadora del Sur S.R.L.	20452239818	Cr. Panamericana Sur KM 297
<b>3</b>	Agrícola Chapi S.A.	20372081831	Prolongación Luis Gerónimo de Cabrera 12, Ica 11001
<b>4</b>	Empresa Agro Export Ica S.A.C.	20494711223	Cal. El heraldo Mza. L Dpto. 203 lote. 1 - Ica
<b>5</b>	Agroindustrias Macacona SRL	20509277843	Cal. Abraham Valdelomar Nro. 618 Int. - Urb. - Santa Rosa Del Palmar Ref. -
<b>6</b>	Proagro S.A.	20481160945	s/n Cachiche, Ica, Perú //, s/n, Ica
<b>7</b>	Miranda Internacional S.A.C.	20455932409	Carretera Panamericana Sur km 278, Pampas de Villacuri, Salas Ica; Ica;
<b>8</b>	Peak Quality del Perú S.A.	20452675804	Pinillo Lote 6A, B Y C Fundo San Ramón Alt. Panamericana Sur Km. 308 Ica/Ica/Pueblo Nuevo
<b>9</b>	POMICA Perú S.A.C.	20452791031	Pueblo Nuevo Panamericana Sur Km 310 ICA
<b>10</b>	Complejo Agroindustrial Beta S.A	20297939131	Calle Leopoldo Carrillo 160, Chincha
<b>11</b>	Sociedad Agrícola Drokasa S.A.	20325117835	Mrcal. La mar nro. 991
<b>12</b>	Santa Sofía Del Sur S.A.C.	20510865627	Carr. Panamericana Sur FND. San Diego KM 272 Ica-Ica-Salas
<b>13</b>	Corporación Fruticola de chincha S.A.C	20410065364	carretera km 201, 1S, Chincha Baja
<b>14</b>	Floridablanca S.A.C.	20279143222	Cal. Miguel Dasso Nro. 117 Dpto. P-15

Fuente: SIICEX/SUNAT/Elaboración Propia.

Po otro lado, en la publicación de Mercados & Regiones (28 marzo, 2019), sostiene que Ica y La Libertad son las principales regiones productoras de espárrago en el Perú. Solamente en el 2018, estas dos regiones concentraron el 87.5% de la producción nacional.

Se puede evidenciar que hasta el 2018 el total de empresas productoras de espárragos lo representa el 47.9 %, que vendría a ser un total de 44 empresas hasta ese entonces.

En resumen nuestra población estará representada por 44 empresas con la Partida Arancelaria N° 0709200000 ubicadas en la Región Ica.

## Muestra

Hernández, Fernández y Baptista (2014), según los autores en “En el proceso cuantitativo, la muestra representa a un subgrupo o parte de la población de interés donde se recolectarán los datos, y de antemano tiene que definirse y delimitarse con precisión, además debe ser representativo de la población” (p.173).

Para elegir el tamaño de la muestra se empleará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NzZ^2pxq}{d^2x(N - 1) + Z^2pxq}$$

Donde:

n= Tamaño de muestra.

N= Tamaño de población.

Z= Nivel de confianza.

d= Error máximo admisible

p = Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

n= Tamaño de muestra.

N= 44

Z= 3.8416

d= 0.05

p = 0.5

q= 0.5

$$n = \frac{44(3.8416)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2(44 - 1) + (3.8416)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 43$$

De acuerdo a los datos reemplazados en la fórmula, nuestra muestra en el proyecto debe estar representada por 43 empresas exportadoras de espárragos, pero para obtener una muestra representativa se realizara la encuesta a 3 participantes de cada empresa, el cual estará conformada por el área de exportación, recursos humanos y logística.

### **Muestreo**

Según Hernández & Mendoza (2019), acerca de las muestras probabilísticas mencionan que “Todas las unidades, casos o elementos de la población al inicio tienen la misma probabilidad de ser escogidos para formar parte de la muestra, esto se obtiene definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra. [...]” (p.200).

El muestreo del proyecto de investigación es probabilístico por conveniencia, donde el subgrupo de la población tiene las mismas posibilidades de ser elegidos. Las empresas son elegidas simplemente porque son fáciles de reclutar.

## **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **Técnicas**

La técnica más común que emplearemos será la encuesta el cual nos ayudará a recaudar la información requerida para nuestro proyecto de investigación.

### **Instrumentos de recolección de datos**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), un instrumento de medición es un recurso que se emplea para registrar la información de las variables a estudiar. Así también, afirman que dentro de la investigación cuantitativa se aplica un instrumento para medir las variables dentro de las hipótesis (de no haber hipótesis será para medir las variables de interés). La medición será eficaz siempre y cuando el instrumento de recolección de datos verdaderamente representa las variables que estamos estudiando. De no ser así, la medición será muy deficiente y por ende no sería muy digno tomar en cuenta dicha investigación. (p. 199 - 200)

Los instrumentos empleados en el proyecto de investigación serán las preguntas que se realizarán a las empresas de acuerdo a nuestro tema de investigación, por lo cual tienen que ser analizados y recopilados rigurosamente, para después pasar toda la información recolectada al sistema SPSS Statistics versión 25, el cual nos ayudará a obtener los resultados requeridos.

Nuestro instrumento estará conformado por un total de 30 preguntas, dividido en 15 preguntas para nuestra variable comercio internacional y 15 para nuestra variable exportación. Es importante mencionar que cada variable estará conformado por ítems de naturaleza ordinal y bajo la medición de la escala psicométrica de Likert, Por ello, las preguntas deben ofrecer una gama de opciones de respuestas, donde el encuestado (a) pueda elegir.

### **Validez**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), para ellos la validez es el grado en que un instrumento mide las variables. Por ejemplo, un instrumento validado para medir la inteligencia en primer lugar debe medir la inteligencia y no la memoria. Una técnica para medir el rendimiento bursátil de una empresa tiene que medir precisamente eso y no la imagen que los representa. (p.200)

Dentro del certificado de validez del contenido del instrumento se procedió a medir las variables comercio internacional y exportación, las cuales deben ser sometidas a juicios por la opinión brindada de los expertos en el tema. Dicho certificado se presenta ante tres expertos, las cuales contiene una carpeta con la carta de presentación, solicitando la validación y motivo; la matriz de consistencia y el certificado de validez por cada variable.

Expertos	
1	Dr. Zárate Suárez, Julio Samuel
2	Mg. Espinoza Roque, Casco Juan
3	Mg. Villanueva Orbegoso, Vladimir Eloy

### **Confiabilidad**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) señala que “La confiabilidad representa el grado en que un instrumento conlleva a obtener resultados consistentes y coherentes” (p. 200).

Para obtener la confiabilidad de nuestro proyecto de investigación, en algunas ocasiones es necesario realizar una prueba piloto, de lo contrario por medio del programa SPSS Statistics versión 25, lograremos la confiabilidad a través del coeficiente estadístico de Alfa de Cronbach, donde se tiene que alcanzar los parámetros exigidos por regla general, para que nuestro cuestionario sea aceptado sin objeción alguna.

## **2.5 Métodos de análisis de datos**

Para hacer un análisis de los datos se empleará el método estadístico que consiste en recopilar, organizar, presentar y describir los datos. Para ello, se organizarán cuadros, se representaran gráficos y se describirá la correlación entre las variables.

En el proyecto de investigación se llegará a procesar los datos a través del programa SPSS Statistics versión 25, donde obtendremos nuestras tablas y figuras estadísticas. De la misma forma, se podrá determinar qué tipo de test aplicaremos para poder definir la correlación entre nuestras variables comercio internacional y exportación.

## **2.6 Aspectos éticos**

En la presentación del proyecto de investigación me caracterizo por respetar la propiedad intelectual y honorabilidad de las distintas fuentes y autores solicitados, junto a los resultados ingresados al sistema SPSS Statistics versión 25. Es importante ser honestos con los resultados obtenidos, sin dañar la imagen institucional de ningún personaje y preocupándonos por preservar el medio ambiente.

Toda investigación se centra en los principios de la ética, ya que la información obtenida está debidamente identificado por medio de las diferentes citas y referencias bibliográficas.

### III. RESULTADOS

#### 3.1 Prueba de Confiabilidad

**Tabla 03:** Forma de interpretación de los resultados del Alfa de Cronbach

NIVEL DE CONFIABILIDAD	RESULTADOS
Es inaceptable	Coeficiente alfa < 0.5
Es pobre	Coeficiente alfa > 0.5
Es cuestionable	Coeficiente alfa > 0.6
Es aceptable	Coeficiente alfa > 0.7
Es bueno	Coeficiente alfa > 0.8
Es excelente	Coeficiente alfa > 0.9

Fuente: Elaboración propia.

Para obtener los resultados en el Alfa de Cronbach, emplearemos nuestros instrumentos o preguntas marcadas por nuestros 43 encuestados de las 14 empresas elegidas en la Región Ica:

**Tabla 04:** Instrumentos validados para realizar el Alfa de Cronbach

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	43	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	43	100,0

Fuente: SPSS

**Tabla 05:** Resultados del Alfa de Cronbach

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,991	30

Fuente: SPSS

#### Inferencia:

En base a los resultados obtenidos por el resumen de procesamiento de datos, en las estadísticas de fiabilidad se consiguió un Alfa de Cronbach igual a 0,99 dichos resultados de acuerdo a la tabla 03 tienen un nivel de confiabilidad excelente, además de ser totalmente

válido el instrumento es mayor de 0.60 de acuerdo al barómetro de estimación razón. Por lo tanto, se acepta el instrumento del presente proyecto de investigación.

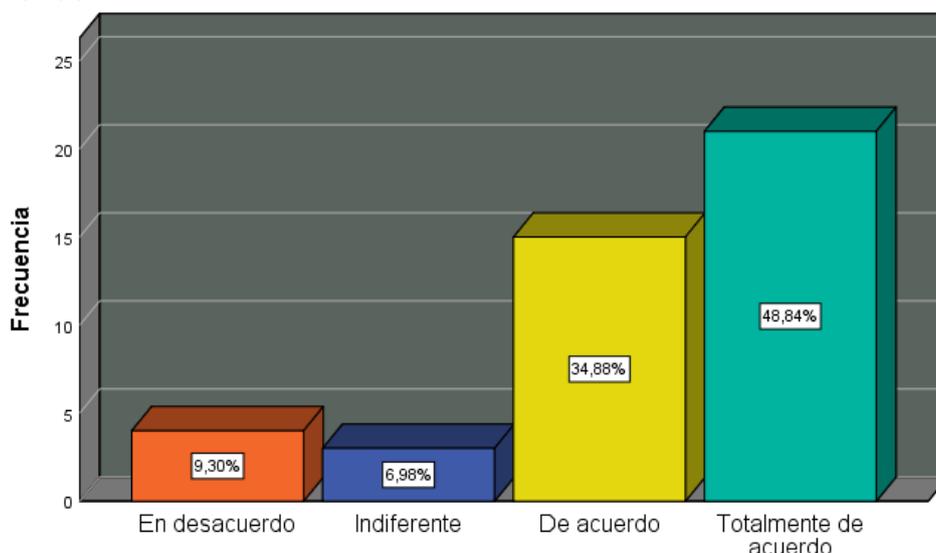
### 3.2 Tabla de Frecuencias

**Pregunta 01:** Para la empresa es suficiente y accesible el aprovisionamiento de materias primas (semillas).

**Tabla 06:** Aprovisionamiento de materias primas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	4	9,3	9,3	9,3
Indiferente	3	7,0	7,0	16,3
Válido De acuerdo	15	34,9	34,9	51,2
Totalmente de acuerdo	21	48,8	48,8	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 01:** Aprovisionamiento de materias primas

Fuente: SPSS

Interpretación de la tabla 06 y figura 01: el 9.3 % equivalente a 4 encuestados considera estar en desacuerdo sobre el fácil acceso al aprovisionamiento de materias primas, mientras que para el 7 % equivalente a 3 encuestados le es indiferente. Así también, el 34.9 % equivalente a 15 encuestados está de acuerdo que es fácil el acceso al aprovisionamiento de materias primas y por último el 48.8 % equivalente a 21 encuestados considera estar totalmente de

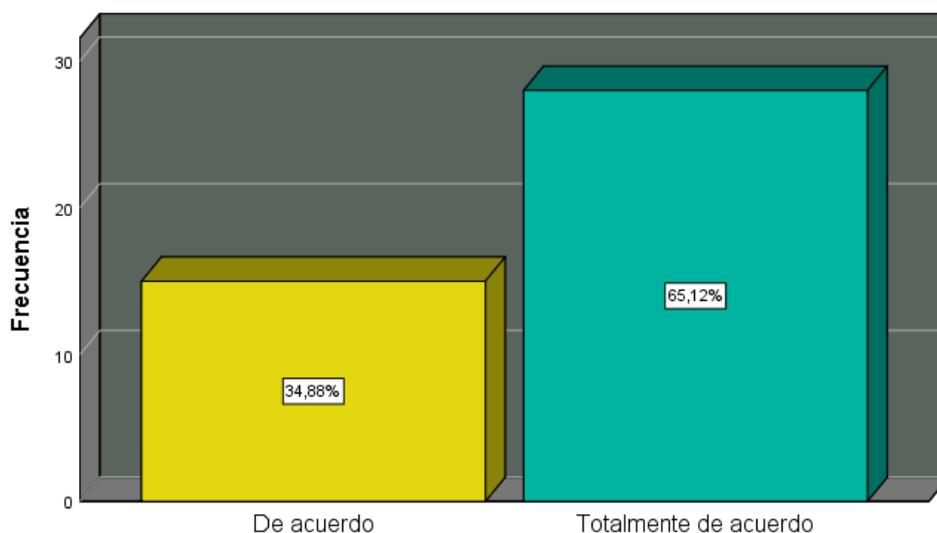
acuerdo en que es suficiente y accesible acceder al aprovisionamiento de las materias primas como es el caso de las semillas.

**Pregunta 02:** Los sistemas de envases y embalajes cumplen con las exigencias del transporte internacional.

**Tabla 07:** Envases y embalajes en el transporte internacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De acuerdo	15	34,9	34,9	34,9
Válido Totalmente de acuerdo	28	65,1	65,1	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 02:** Envases y embalajes en el transporte internacional

Fuente: SPSS

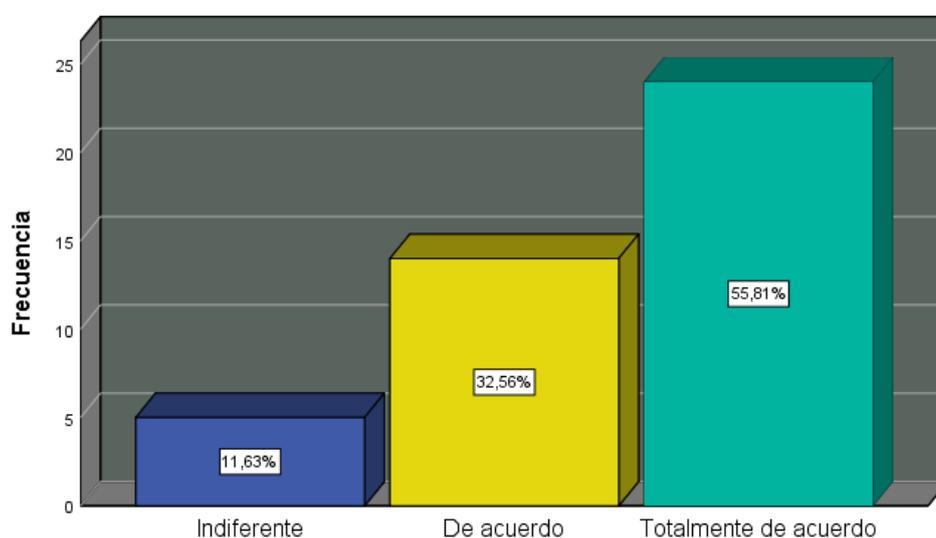
Interpretación de la tabla 07 y figura 02: el 34.9 % equivalente a 15 encuestados considera estar de acuerdo que los sistemas de envases y embalajes cumplen con las exigencias del transporte internacional, mientras el 65.1 % equivalente a 28 encuestados está totalmente de acuerdo que los sistemas de envases y embalajes cumplen con dichas exigencias.

**Pregunta 03:** La empresa exportadora está cumpliendo con las especificaciones solicitadas por CODEX STAN.

**Tabla 08:** Cumplimiento de las especificaciones solicitadas por CODEX STAN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	5	11,6	11,6	11,6
De acuerdo	14	32,6	32,6	44,2
Válido Totalmente de acuerdo	24	55,8	55,8	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 03:** Cumplimiento de las especificaciones solicitadas por CODEX STAN

Fuente: SPSS

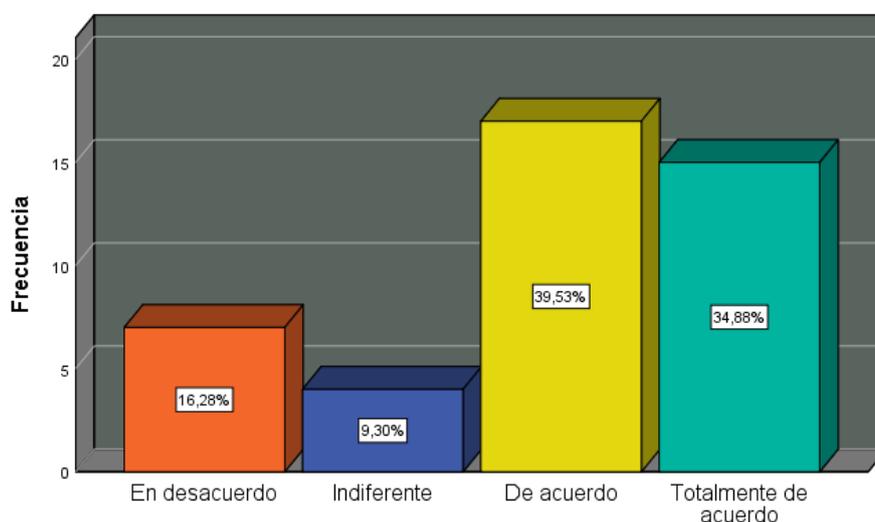
Interpretación de la tabla 08 y figura 03: el 11.6 % equivalente a 5 encuestados le es indiferente que la empresa exportadora está cumpliendo con las especificaciones solicitadas por CODEX STAN, para el 32.6 % equivalente a 14 encuestados está de acuerdo y para el 55.8 % equivalente a 24 encuestados está totalmente de acuerdo en que la empresa está cumpliendo con las especificaciones solicitadas por CODEX STAN.

**Pregunta 04:** Son accesibles los costos del transporte aéreo internacional de las aerolíneas.

**Tabla 09:** Accesibilidad a los costos del transporte aéreo internacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	7	16,3	16,3	16,3
Indiferente	4	9,3	9,3	25,6
Válido De acuerdo	17	39,5	39,5	65,1
Totalmente de acuerdo	15	34,9	34,9	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 04:** Accesibilidad a los costos del transporte aéreo internacional

Fuente: SPSS

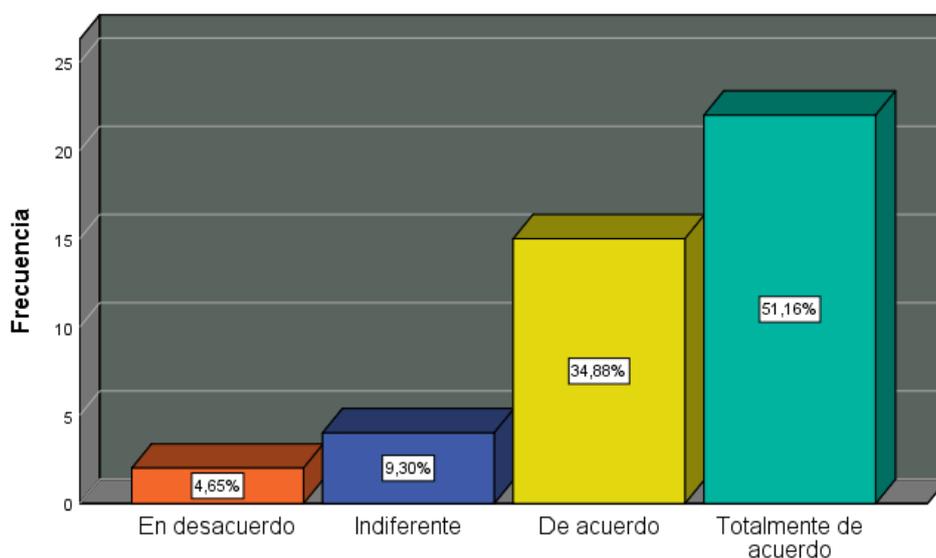
Interpretación de la tabla 09 y figura 04: el 16.3 % equivalente a 7 encuestados está en desacuerdo que son accesibles los costos del transporte aéreo internacional de las aerolíneas, mientras que para el 9.3 % equivalente a 4 encuestados le es indiferente. Por otro lado, el 39.5 % equivalente a 17 encuestados está de acuerdo que son accesibles los costos del transporte aéreo internacional de las aerolíneas y para el 34.9 % equivalente a 15 encuestados está totalmente de acuerdo.

**Pregunta 05:** Es recomendable emplear el transporte marítimo para la comercialización de espárragos.

**Tabla 10:** Transporte marítimo para la comercialización de espárragos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	4,7	4,7	4,7
Indiferente	4	9,3	9,3	14,0
Válido De acuerdo	15	34,9	34,9	48,8
Totalmente de acuerdo	22	51,2	51,2	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 05:** Transporte marítimo para la comercialización de espárragos

Fuente: SPSS

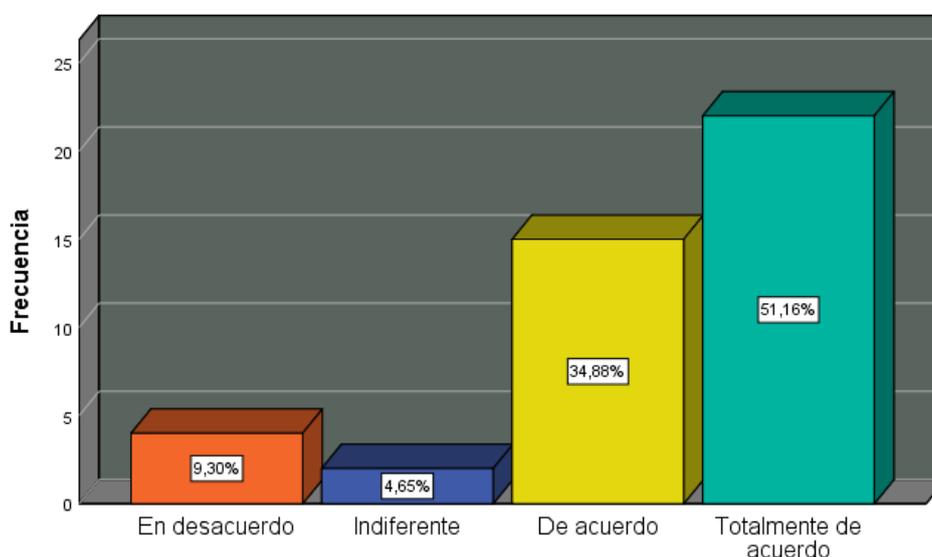
Interpretación de la tabla 10 y figura 05: el 4.7 % equivalente a 2 encuestados considera estar en desacuerdo que es recomendable emplear el transporte marítimo para la comercialización de espárragos, mientras que para el 9.3 % equivalente a 4 encuestados le es indiferente. Así también, el 34.9 % equivalente a 15 encuestados está de acuerdo que es recomendable emplear el transporte marítimo para la comercialización de espárragos y finalmente el 51.2 % equivalente a 22 encuestados está totalmente de acuerdo en emplear dicho transporte marítimo.

**Pregunta 06:** El fenómeno del niño costero del 2017 ha influido negativamente en el comercio internacional de espárragos.

**Tabla 11:** Influencia del fenómeno del niño costero del 2017 en el comercio internacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	4	9,3	9,3	9,3
Indiferente	2	4,7	4,7	14,0
Válido De acuerdo	15	34,9	34,9	48,8
Totalmente de acuerdo	22	51,2	51,2	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 06:** Influencia del fenómeno del niño costero del 2017 en el comercio internacional

Fuente: SPSS

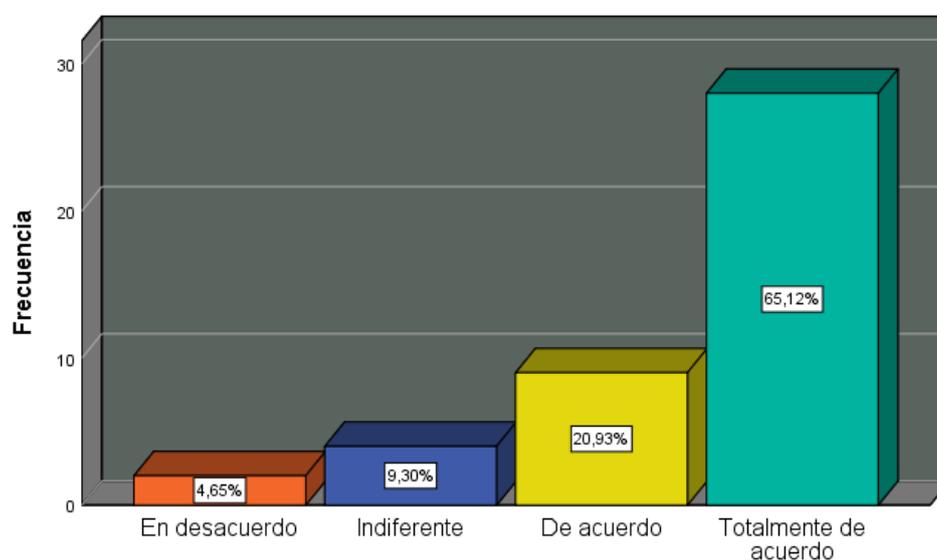
Interpretación de la tabla 11 y figura 06: el 9.3 % equivalente a 4 encuestados está en desacuerdo que el fenómeno del niño costero del 2017 ha influido negativamente en el comercio internacional de espárragos, para el 4.7 % equivalente a 2 encuestados le es indiferente este tema. Por otro lado, el 34.9 % equivalente a 15 encuestados está de acuerdo en que el fenómeno del niño costero del 2017 ha influido negativamente en el comercio internacional de espárragos, mientras el 51.2 % equivalente a 22 encuestados está totalmente de acuerdo que ha influido negativamente en el comercio internacional de espárragos.

**Pregunta 07:** Los cambios climatológicos afectan el suministro de agua para el riego de los cultivos de espárragos.

**Tabla 12:** Afectación de los cambios climatológicos en el suministro de agua

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	2	4,7	4,7	4,7
Indiferente	4	9,3	9,3	14,0
De acuerdo	9	20,9	20,9	34,9
Totalmente de acuerdo	28	65,1	65,1	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 07:** Afectación de los cambios climatológicos en el suministro de agua

Fuente: SPSS

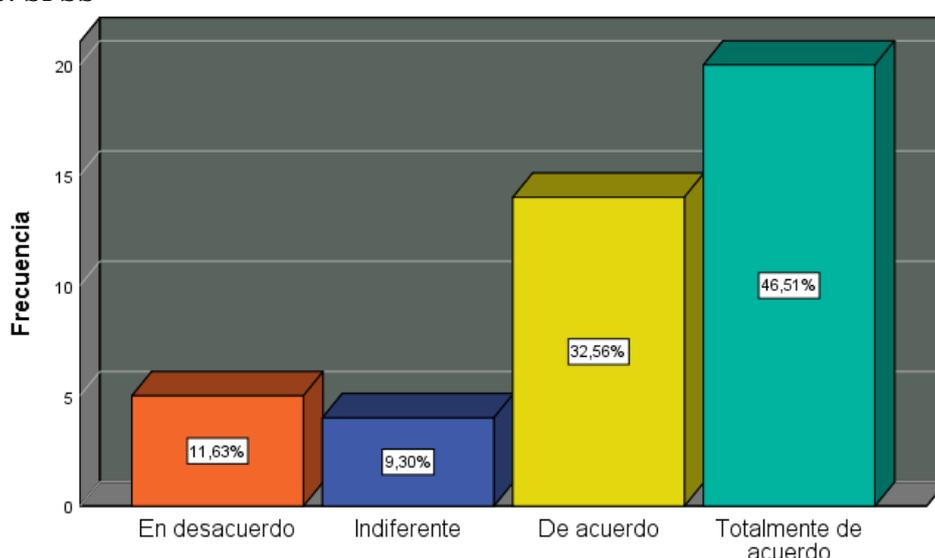
Interpretación de la tabla 12 y figura 07: el 4.7 % equivalente a 2 encuestados está en desacuerdo que los cambios climatológicos afectan el suministro de agua para el riego de los cultivos de espárragos, mientras para el 9.3 % equivalente a 4 encuestados le es indiferente este tema. Así también, el 20.9 % equivalente a 9 encuestados está de acuerdo que los cambios climatológicos afectan el suministro de agua para el riego de los cultivos de espárragos, mientras el 65.1 % equivalente a 28 encuestados está totalmente de acuerdo que los cambios climatológicos afectan el suministro de agua.

**Pregunta 08:** Los cambios climatológicos de Estados Unidos influyen negativamente en las exportaciones de espárragos.

**Tabla 13:** Influencia de los cambios climatológicos de Estados Unidos en las exportaciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	5	11,6	11,6	11,6
Indiferente	4	9,3	9,3	20,9
Válido De acuerdo	14	32,6	32,6	53,5
Totalmente de acuerdo	20	46,5	46,5	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 08:** Influencia de los cambios climatológicos de Estados Unidos en las exportaciones

Fuente: SPSS

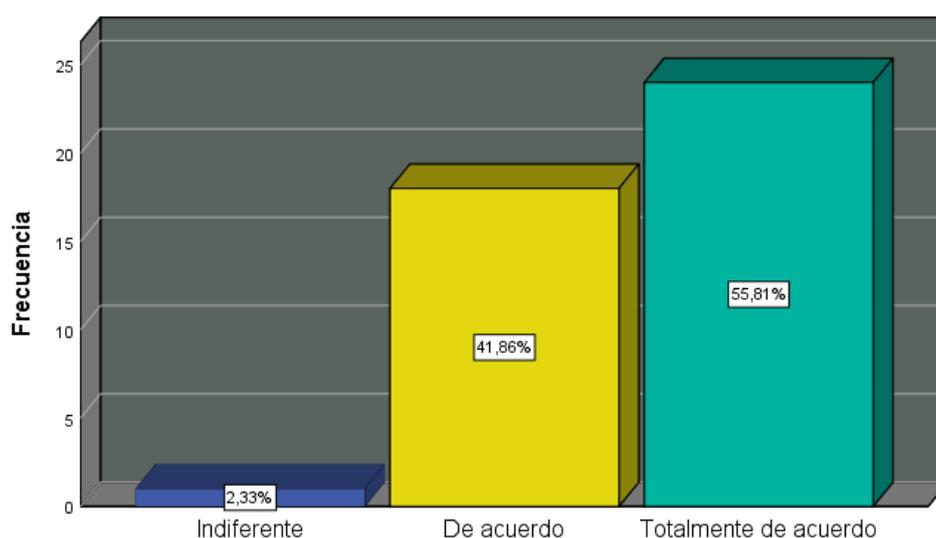
Interpretación de la tabla 13 y figura 08: el 11.6 % equivalente a 5 encuestados está en desacuerdo que los cambios climatológicos de Estados Unidos influyen negativamente en las exportaciones de espárragos, además para el 9.3 % equivalente a 4 encuestados le es indiferente este tema. Por otro lado, el 32.6 % equivalente a 14 encuestados está de acuerdo que los cambios climatológicos de Estados Unidos influyen negativamente en las exportaciones de espárragos y finalmente el 46.5 % equivalente a 20 encuestados está totalmente de acuerdo que los cambios climatológicos de Estados Unidos influyen negativamente.

**Pregunta 09:** Cumple la empresa los objetivos trazados en la preservación y cuidado del medio ambiente.

**Tabla 14:** Cumplimiento de los objetivos trazados en el cuidado del medio ambiente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	1	2,3	2,3	2,3
De acuerdo	18	41,9	41,9	44,2
Válido Totalmente de acuerdo	24	55,8	55,8	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 09:** Cumplimiento de los objetivos trazados en el cuidado del medio ambiente

Fuente: SPSS

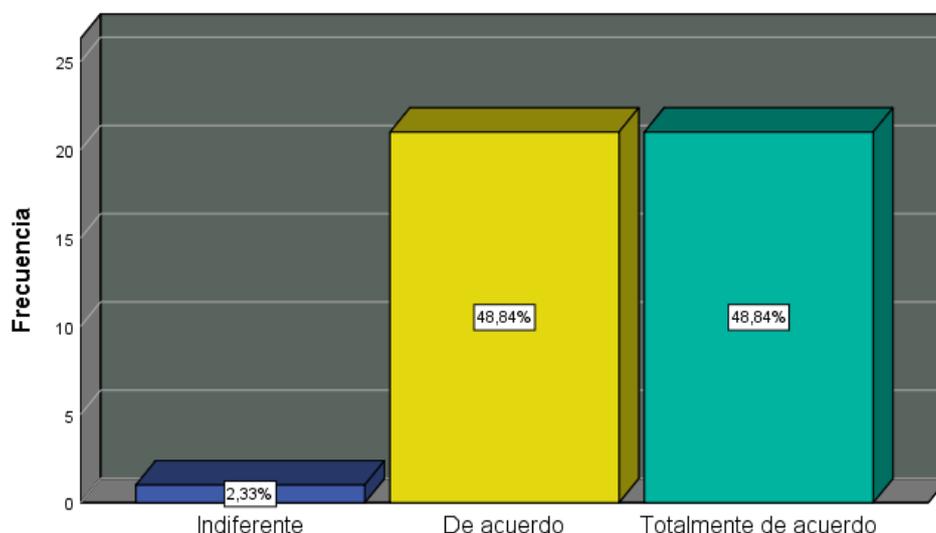
Interpretación de la tabla 14 y figura 09: el 2.3 % equivalente a 1 encuestado le es indiferente que la empresa cumple con los objetivos trazados en la preservación y cuidado del medio ambiente, mientras el 41.9 % equivalente a 18 encuestados está de acuerdo que la empresa cumple con dichos objetivos trazados y finalmente el 55.8 % equivalente a 24 encuestados está totalmente de acuerdo en que la empresa cumple con los objetivos trazados en la preservación y cuidado del medio ambiente.

**Pregunta 10:** La empresa aplica adecuadamente las políticas medioambientales promovida por MINCETUR.

**Tabla 15:** Aplicación de las políticas medioambientales promovida por MINCETUR

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	1	2,3	2,3	2,3
De acuerdo	21	48,8	48,8	51,2
Válido Totalmente de acuerdo	21	48,8	48,8	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 10:** Aplicación de las políticas medioambientales promovida por MINCETUR

Fuente: SPSS

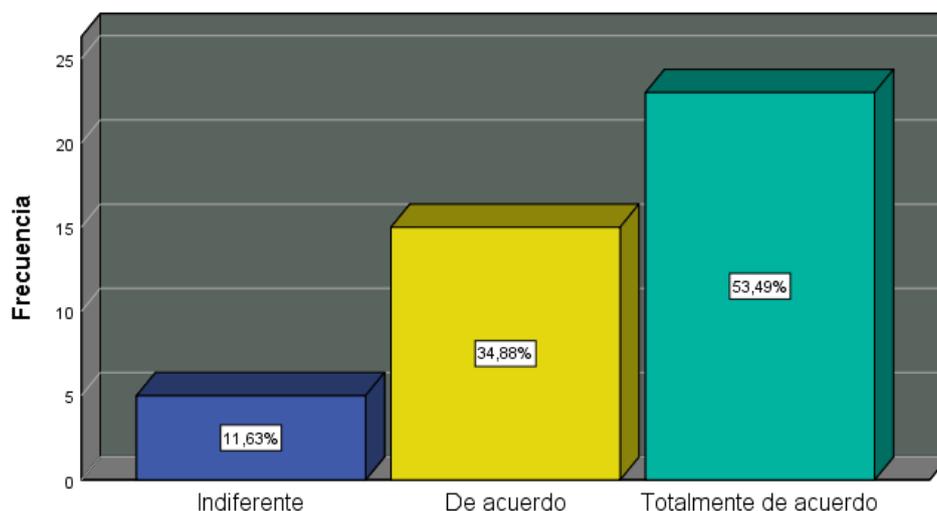
Interpretación de la tabla 15 y figura 10: el 2.3 % equivalente a 1 encuestado le es indiferente que la empresa aplica adecuadamente las políticas medioambientales promovida por MINCETUR, mientras para el 48.8 % equivalente a 21 encuestados está de acuerdo y los otros 48.8 % también equivalente a 21 encuestados están totalmente de acuerdo que la empresa aplica adecuadamente las políticas medioambientales promovida por MINCETUR.

**Pregunta 11:** Las nuevas tendencias y adquisición de tecnologías influyen positivamente en el comercio internacional de espárragos.

**Tabla 16:** Las nuevas tendencias y adquisición de tecnologías en el comercio internacional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	5	11,6	11,6	11,6
De acuerdo	15	34,9	34,9	46,5
Válido Totalmente de acuerdo	23	53,5	53,5	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 11:** Las nuevas tendencias y adquisición de tecnologías en el comercio internacional

Fuente: SPSS

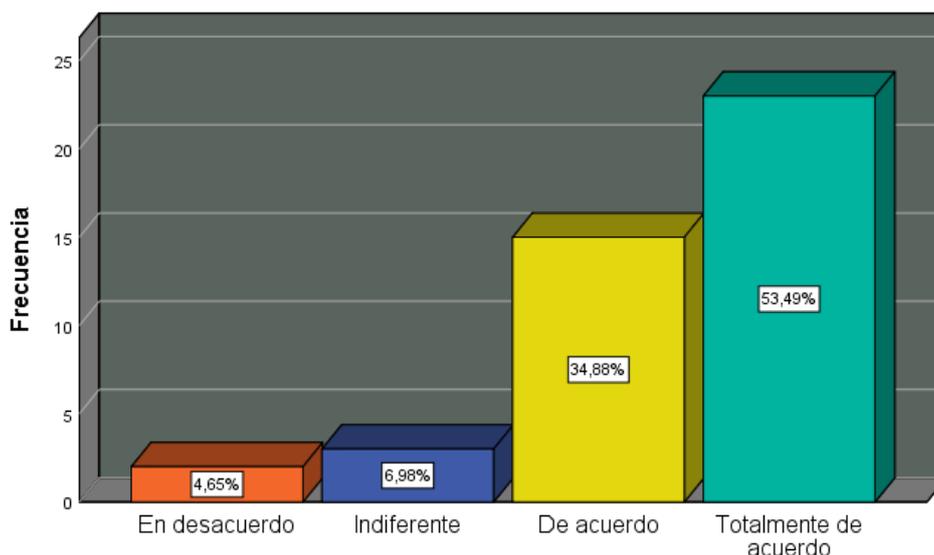
Interpretación de la tabla 16 y figura 11: para el 11.6 % equivalente a 5 encuestados le es indiferente que las nuevas tendencias y adquisición de tecnologías influyen positivamente en el comercio internacional de espárragos, mientras el 34.9 % equivalente a 15 está de acuerdo que las nuevas tendencias y adquisición de tecnologías influyen positivamente en el comercio internacional de espárragos y el 53.5 % equivalente a 23 encuestados lo está totalmente de acuerdo.

**Pregunta 12:** Estados Unidos es un mercado totalmente accesible al comercio internacional de espárragos.

**Tabla 17:** Accesibilidad al mercado de Estados Unidos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	4,7	4,7	4,7
Indiferente	3	7,0	7,0	11,6
Válido De acuerdo	15	34,9	34,9	46,5
Totalmente de acuerdo	23	53,5	53,5	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 12:** Accesibilidad al mercado de Estados Unidos

Fuente: SPSS

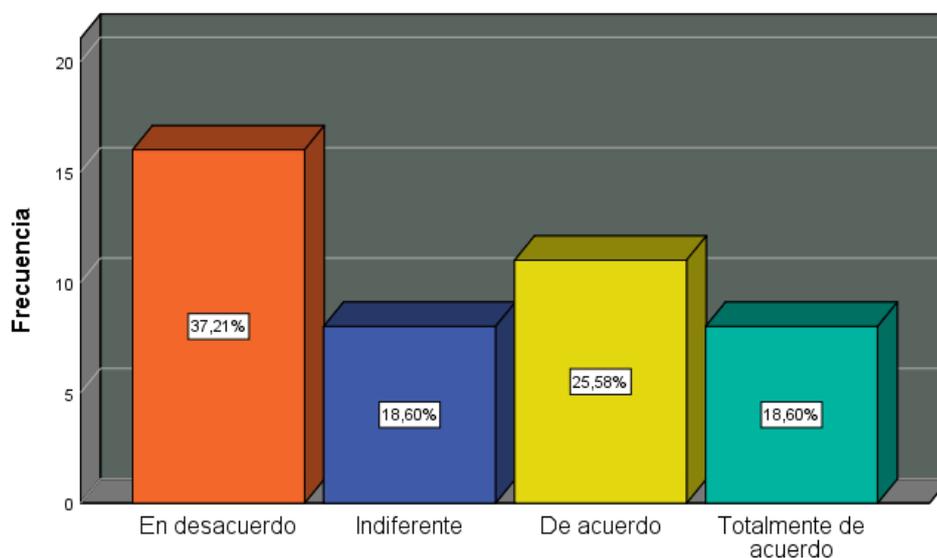
Interpretación de la tabla 17 y figura 12: el 4.7 % equivalente a 2 encuestados está en desacuerdo que Estados Unidos es un mercado totalmente accesible al comercio internacional de espárragos, además para el 7 % equivalente a 3 encuestados le es indiferente este tema. Así también, el 34.9 % equivalente a 15 encuestados está de acuerdo que Estados Unidos es un mercado totalmente accesible al comercio internacional de espárragos y finalmente el 53.5 % equivalente a 23 encuestados está totalmente de acuerdo que Estados Unidos es un mercado totalmente accesible.

**Pregunta 13:** Es accesible el ingreso a otros mercados internacionales para comercializar espárragos.

**Tabla 18:** Accesibilidad a otros mercados internacionales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	16	37,2	37,2	37,2
Indiferente	8	18,6	18,6	55,8
Válido De acuerdo	11	25,6	25,6	81,4
Totalmente de acuerdo	8	18,6	18,6	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 13:** Accesibilidad a otros mercados internacionales

Fuente: SPSS

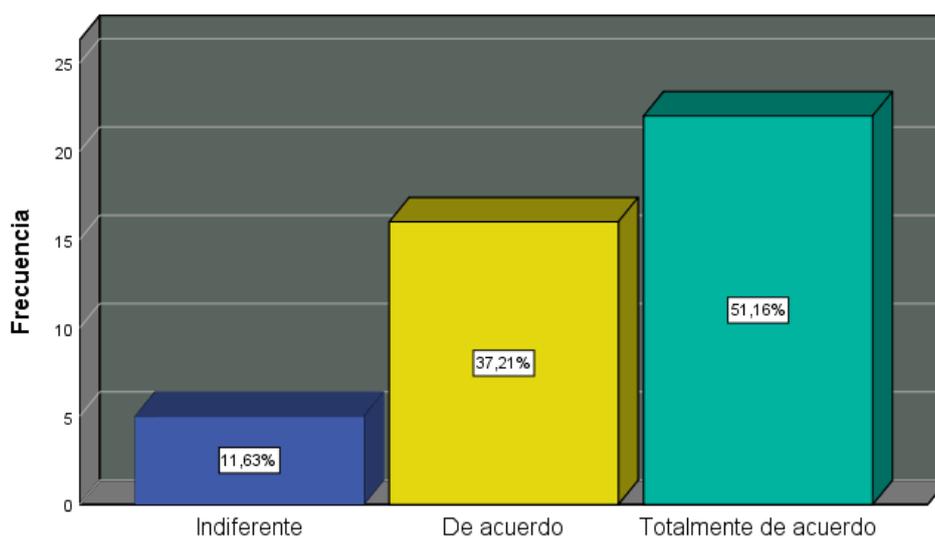
Interpretación de la tabla 18 y figura 13: el 37.2 % equivalente a 16 encuestados está en desacuerdo que es accesible el ingreso a otros mercados internacionales para comercializar espárragos, para el 18.6 % equivalente a 8 encuestados le es indiferente este tema. Sin embargo, el 25.6 % equivalente a 11 encuestados está de acuerdo que es accesible el ingreso a otros mercados internacionales para comercializar espárragos y por último el 18.6 % equivalente a 8 encuestados está totalmente de acuerdo que es accesible el ingreso a otros mercados.

**Pregunta 14:** En el etiquetado es importante brindar la información nutricional de los espárragos a los consumidores finales.

**Tabla 19:** Importancia de la información nutricional en el etiquetado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	5	11,6	11,6	11,6
De acuerdo	16	37,2	37,2	48,8
Válido Totalmente de acuerdo	22	51,2	51,2	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 14:** Importancia de la información nutricional en el etiquetado

Fuente: SPSS

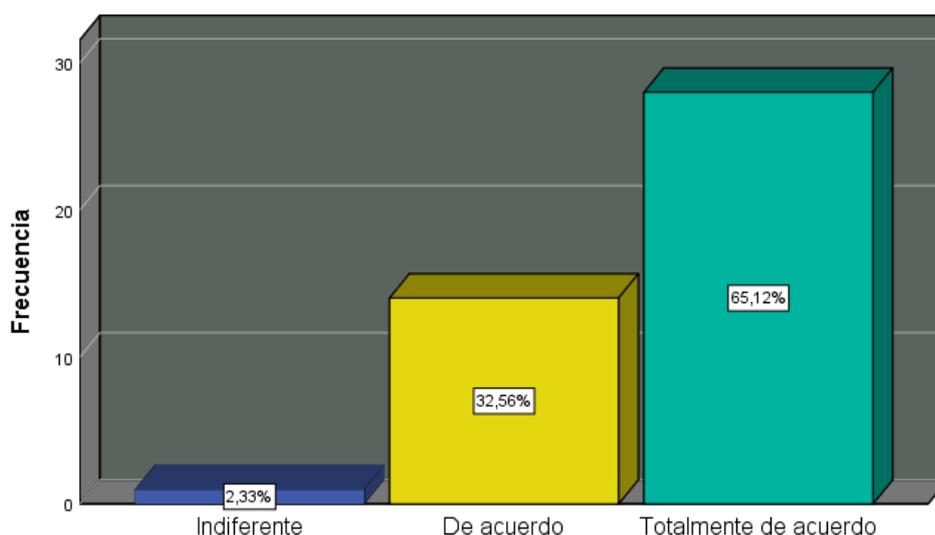
Interpretación de la tabla 19 y figura 14: para el 11.6 % equivalente a 5 encuestados le es indiferente que en el etiquetado es importante brindar la información nutricional de los espárragos a los consumidores finales, mientras el 37.2 % equivalente a 16 encuestados está de acuerdo que en el etiquetado es importante brindar la información nutricional de los espárragos a los consumidores finales, y por otro lado el 51.2 % equivalente a 22 encuestados está totalmente de acuerdo.

**Pregunta 15:** El consumidor estadounidense prefiere los espárragos frescos en lugar de los procesados.

**Tabla 20:** Preferencia por los espárragos frescos en lugar de los procesados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	1	2,3	2,3	2,3
De acuerdo	14	32,6	32,6	34,9
Válido Totalmente de acuerdo	28	65,1	65,1	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 15:** Preferencia por los espárragos frescos en lugar de los procesados

Fuente: SPSS

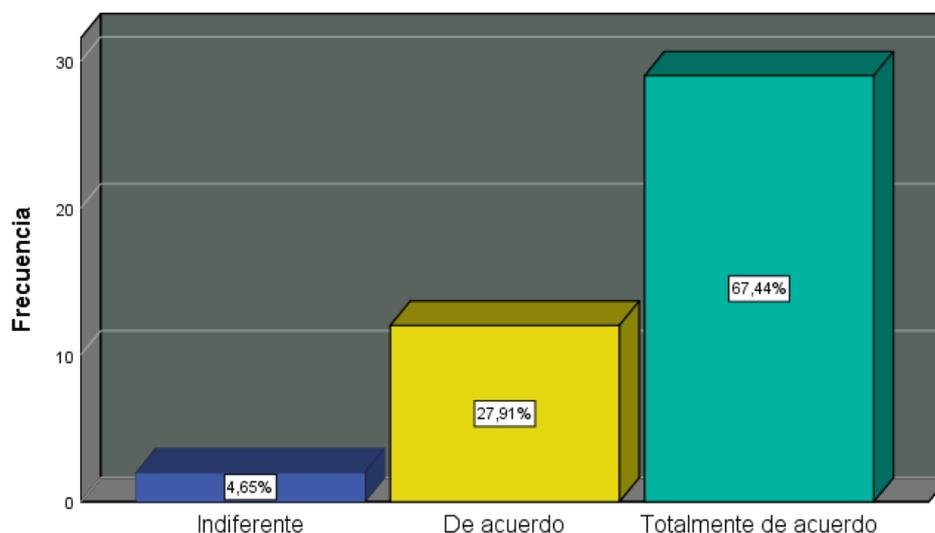
Interpretación de la tabla 20 y figura 15: para el 2.3 % equivalente a 1 encuestado le es indiferente que el consumidor estadounidense prefiere los espárragos frescos en lugar de los procesados, mientras el 32.6 % equivalente a 14 encuestados está de acuerdo que el consumidor estadounidense prefiere los espárragos frescos en lugar de los procesados y para el 65.1 % equivalente a 28 encuestados está totalmente de acuerdo.

**Pregunta 16:** La ubicación geográfica de producción de espárragos en la Región Ica es estratégico para la exportación.

**Tabla 21:** La ubicación geográfica como estrategia de producción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	2	4,7	4,7	4,7
De acuerdo	12	27,9	27,9	32,6
Válido Totalmente de acuerdo	29	67,4	67,4	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 16:** La ubicación geográfica como estrategia de producción

Fuente: SPSS

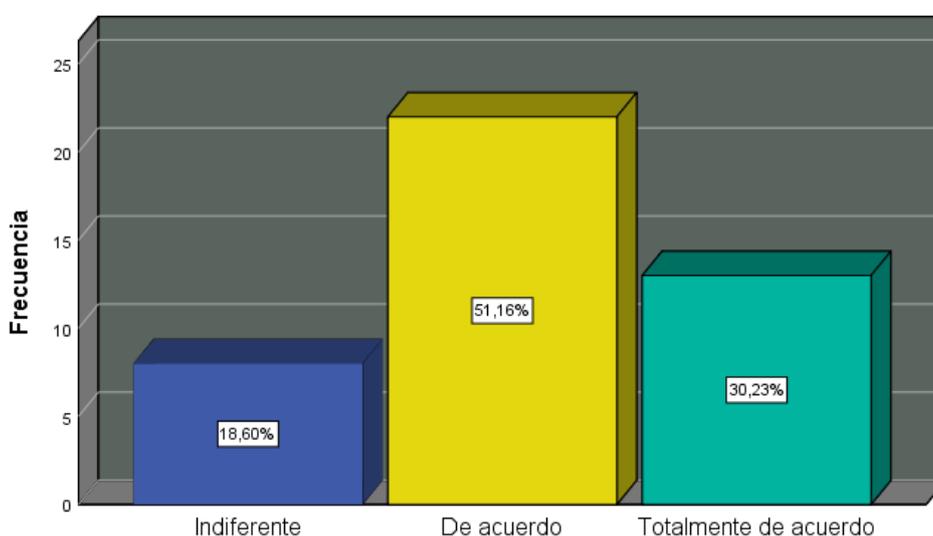
Interpretación de la tabla 21 y figura 16: para el 4.7 % equivalente a 2 encuestados le es indiferente que la ubicación geográfica de producción de espárragos en la Región Ica es estratégico para la exportación, mientras el 27.9 % equivalente a 12 encuestados está de acuerdo que la ubicación geográfica de producción de espárragos en la Región Ica es estratégico para la exportación y finalmente el 67.4 % equivalente a 29 encuestados está totalmente de acuerdo.

**Pregunta 17:** La participación del MINAGRI influye positivamente en la empresa.

**Tabla 22:** Influencia de la participación de MINAGRI

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indiferente	8	18,6	18,6	18,6
De acuerdo	22	51,2	51,2	69,8
Válido Totalmente de acuerdo	13	30,2	30,2	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 17:** Influencia de la participación de MINAGRI

Fuente: SPSS

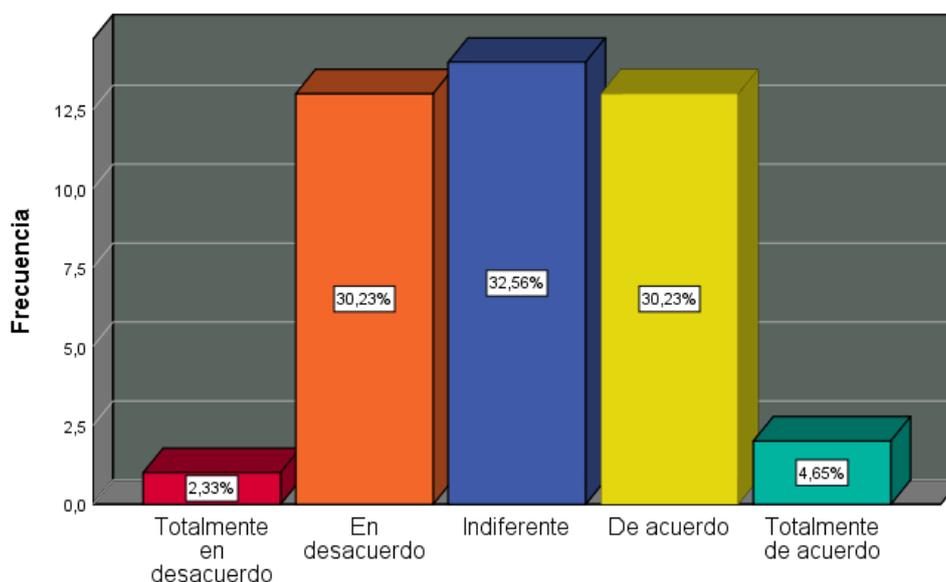
Interpretación de a la tabla 22 y figura 17: para el 18.6 % equivalente a 8 encuestados le es indiferente que la participación del MINAGRI influye positivamente en la empresa, además el 51.2 % equivalente a 22 encuestados está de acuerdo que la participación del MINAGRI influye positivamente en la empresa, y finalmente el 30.2 % equivalente a 13 encuestados está totalmente de acuerdo.

**Pregunta 18:** En el último año Estados Unidos dispuso medidas que impidan el libre proceso de exportación.

**Tabla 23:** Medidas dispuestas por Estados Unidos en el último año

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
En desacuerdo	13	30,2	30,2	32,6
Válido Indiferente	14	32,6	32,6	65,1
De acuerdo	13	30,2	30,2	95,3
Totalmente de acuerdo	2	4,7	4,7	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 18:** Medidas dispuestas por Estados Unidos en el último año

Fuente: SPSS

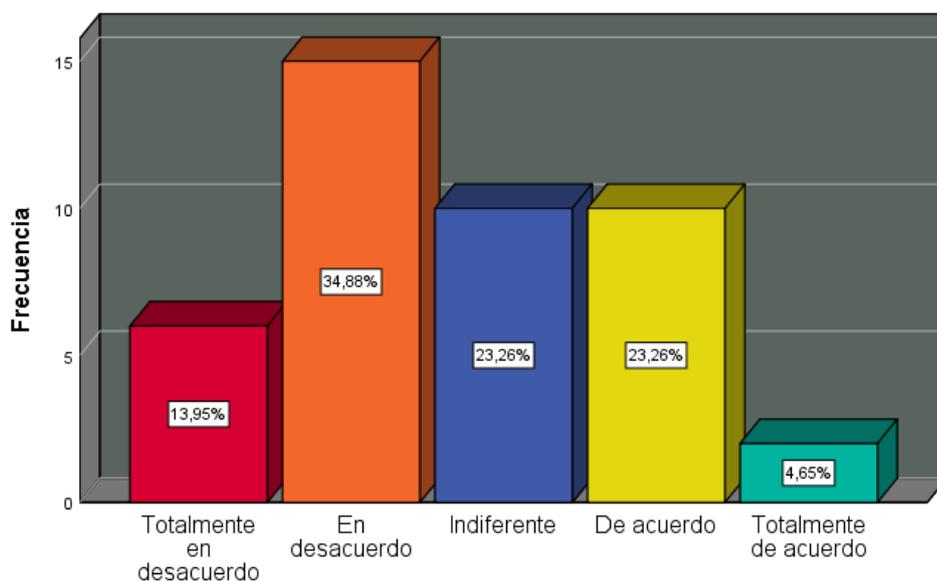
Interpretación de la tabla 23 y figura 18: el 2.3 % equivalente a 1 encuestado está totalmente en desacuerdo que en el último año Estados Unidos dispuso medidas que impidan el libre proceso de exportación, mientras el 30.2 % equivalente a 13 encuestados está en desacuerdo que en el último años Estados Unidos dispuso medidas que impidan el libre proceso de exportación y para el 32.6 % equivalente a 14 encuestados le es indiferente este tema. Así también, el 30.2 % equivalente a 13 encuestados manifiesta que está de acuerdo y finalmente el 4.7 % equivalente a 2 encuestados está totalmente de acuerdo que en el último año Estados Unidos dispuso medidas que impidan el libre proceso de exportación

**Pregunta 19:** La guerra comercial suscitada entre Estados Unidos y China perjudicaría la exportación de espárragos.

**Tabla 24:** Influencia de la guerra comercial entre Estados Unidos y China

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	14,0	14,0	14,0
En desacuerdo	15	34,9	34,9	48,8
Válido Indiferente	10	23,3	23,3	72,1
De acuerdo	10	23,3	23,3	95,3
Totalmente de acuerdo	2	4,7	4,7	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 19:** Influencia de la guerra comercial entre Estados Unidos y China

Fuente: SPSS

Interpretación de la tabla 24 y figura 19: el 14 % equivalente a 6 encuestados está totalmente en desacuerdo que la guerra comercial suscitada entre Estados Unidos y China perjudicaría la exportación de espárragos, mientras el 34.9 % equivalente a 15 encuestados está en desacuerdo que la guerra comercial suscitada entre Estados Unidos y China perjudicaría la exportación de espárragos y para el 23.3 % equivalente a 10 encuestados le es indiferente este tema. Así también, otros 23.3 % equivalente a 10 encuestados manifiesta que está de acuerdo, y finalmente un 4.7 % equivalente a 2 encuestados está totalmente de acuerdo que

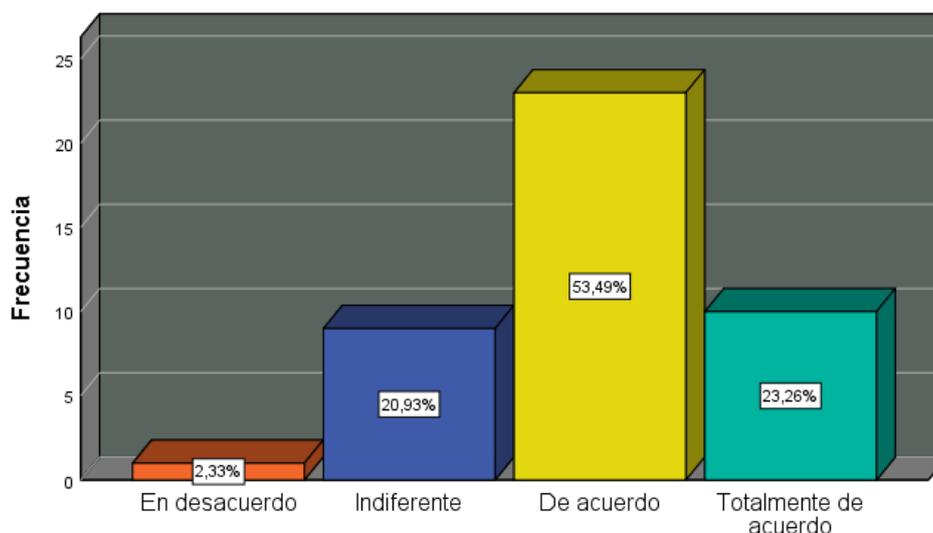
la guerra comercial suscitada entre Estados Unidos y China perjudicaría la exportación de espárragos.

**Pregunta 20:** En el último año el acuerdo binacional entre Perú y Estados Unidos favoreció positivamente las exportaciones de espárragos.

**Tabla 25:** Resultados del acuerdo binacional entre Perú y Estados Unidos en el último año

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
Indiferente	9	20,9	20,9	23,3
Válido De acuerdo	23	53,5	53,5	76,7
Totalmente de acuerdo	10	23,3	23,3	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 20:** Resultados del acuerdo binacional entre Perú y Estados Unidos en el último año

Fuente: SPSS

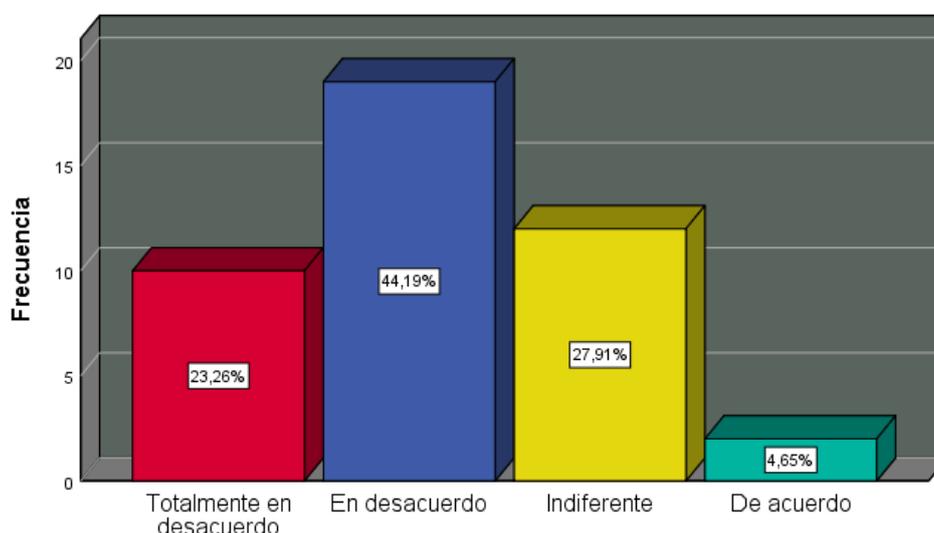
Interpretación de la tabla 25 y figura 20: el 2.3 % equivalente a 1 encuestado está en desacuerdo que en el último año el acuerdo binacional entre Perú y Estados Unidos favoreció positivamente las exportaciones de espárragos, para el 20.9 % equivalente a 9 encuestados le es indiferente este tema. Por otro lado, el 53.5 % equivalente a 23 encuestados está de acuerdo que en el último año el acuerdo binacional entre Perú y Estados Unidos favoreció positivamente las exportaciones de espárragos y por último el 23.3 % equivalente a 10 encuestados está totalmente de acuerdo.

**Pregunta 21:** Las diferencias culturales entre Perú y Estados Unidos influyen negativamente en las exportaciones de espárragos.

**Tabla 26:** Influencia de las diferencias culturales entre Perú y Estados Unidos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	10	23,3	23,3	23,3
Válido En desacuerdo	19	44,2	44,2	67,4
Indiferente	12	27,9	27,9	95,3
De acuerdo	2	4,7	4,7	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 21:** Influencia de las diferencias culturales entre Perú y Estados Unidos

Fuente: SPSS

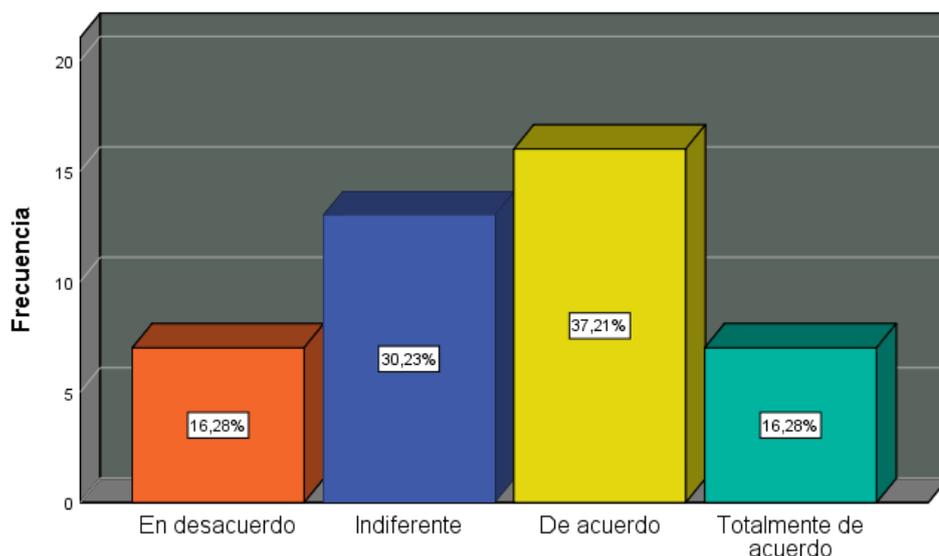
Interpretación de la tabla 26 y figura 21: el 23.3 % equivalente a 10 encuestados está totalmente en desacuerdo que las diferencias culturales entre Perú y Estados Unidos influyen negativamente en las exportaciones de espárragos, mientras el 44.2 % equivalente a 19 encuestados está en desacuerdo que las diferencias culturales entre Perú y Estados Unidos influyen negativamente en las exportaciones de espárragos, para el 27.9 % equivalente a 12 encuestados le es indiferente este tema y para el 4.7 % equivalente a 2 encuestados está de acuerdo.

**Pregunta 22:** Los impuestos realizados al estado peruano se ajustan a la exportación de espárragos.

**Tabla 27:** Influencia de los impuestos realizados al estado peruano

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	7	16,3	16,3	16,3
Indiferente	13	30,2	30,2	46,5
Válido De acuerdo	16	37,2	37,2	83,7
Totalmente de acuerdo	7	16,3	16,3	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 22:** Influencia de los impuestos realizados al estado peruano

Fuente: SPSS

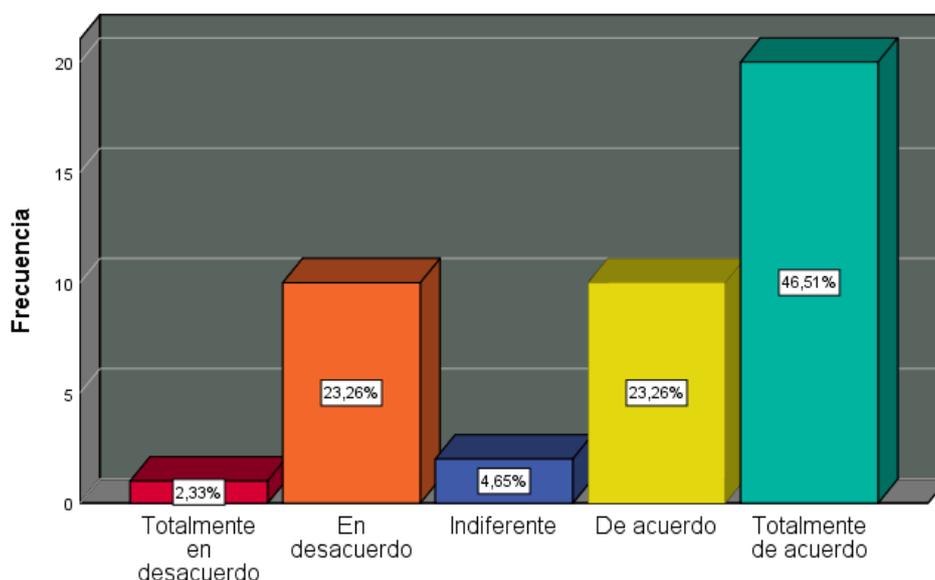
Interpretación de la tabla 27 y figura 22: el 16.3 % equivalente a 7 encuestados está en desacuerdo que los impuestos realizados al estado peruano se ajustan a la exportación de espárragos, además para el 30.2 % equivalente a 13 encuestados le es indiferente este tema. Sin embargo, el 37.2 % equivalente a 16 encuestados está de acuerdo que los impuestos realizados al estado peruano se ajustan a la exportación de espárragos, finalmente el 16.3 % equivalente a 7 encuestados está totalmente de acuerdo.

**Pregunta 23:** El tipo de cambio influye en los procesos de exportación de espárragos.

**Tabla 28:** Influencia del tipo de cambio en la exportación de espárragos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
En desacuerdo	10	23,3	23,3	25,6
Válido Indiferente	2	4,7	4,7	30,2
De acuerdo	10	23,3	23,3	53,5
Totalmente de acuerdo	20	46,5	46,5	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 23:** Influencia del tipo de cambio en la exportación de espárragos

Fuente: SPSS

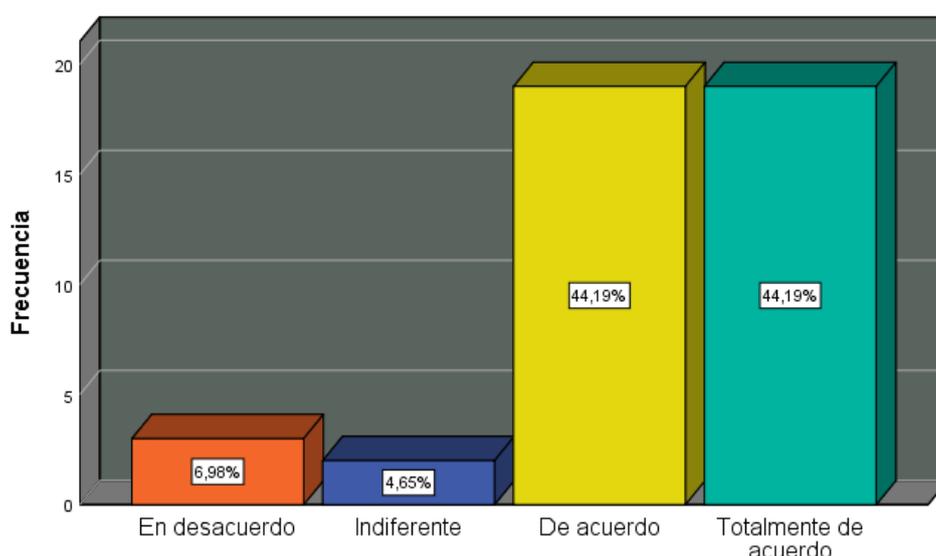
Interpretación de la tabla 28 y figura 23: el 2.3 % equivalente a 1 encuestado está totalmente en desacuerdo que el tipo de cambio influye en los procesos de exportación de espárragos, mientras el 23.3 % equivalente a 10 encuestados está en desacuerdo que el tipo de cambio influye en los procesos de exportación de espárragos y para el 4.7 % equivalente a 2 encuestados le es indiferente este tema. Así también, otros 23.3 % equivalente a 10 encuestados manifiesta que está de acuerdo, y finalmente un 46.5 % equivalente a 20 encuestados está totalmente de acuerdo que el tipo de cambio influye en los procesos de exportación de espárragos.

**Pregunta 24:** Durante la exportación los requisitos fitosanitarios se ajustan al financiamiento de la empresa.

**Tabla 29:** Requisitos fitosanitarios ajustados al financiamiento de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	3	7,0	7,0	7,0
Indiferente	2	4,7	4,7	11,6
Válido De acuerdo	19	44,2	44,2	55,8
Totalmente de acuerdo	19	44,2	44,2	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 24:** Requisitos fitosanitarios ajustados al financiamiento de la empresa

Fuente: SPSS

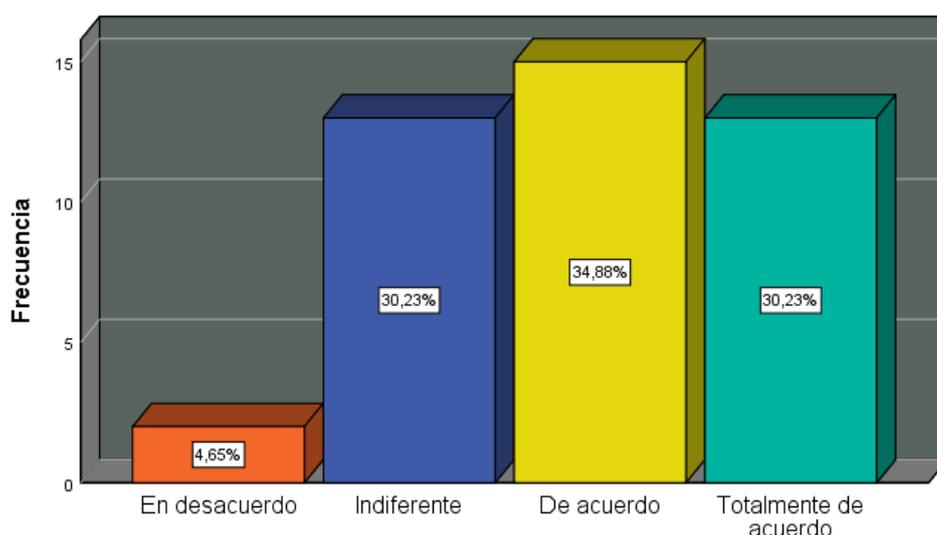
Interpretación de la tabla 29 y figura 24: el 7 % equivalente a 3 encuestados está en desacuerdo que durante la exportación los requisitos fitosanitarios se ajustan al financiamiento de la empresa, además para el 4.7 % equivalente a 2 encuestados le es indiferente este tema. Así también, el 44.2 % equivalente a 19 encuestados está de acuerdo y otros 44.2 % equivalente a 19 encuestados está totalmente de acuerdo que durante la exportación los requisitos fitosanitarios se ajustan al financiamiento de la empresa.

**Pregunta 25:** La fumigación con bromuro de metilo como parte de las medidas fitosanitarias perjudica las actividades de exportación.

**Tabla 30:** Efectos de la fumigación con bromuro de metilo durante la exportación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	2	4,7	4,7	4,7
Indiferente	13	30,2	30,2	34,9
Válido De acuerdo	15	34,9	34,9	69,8
Totalmente de acuerdo	13	30,2	30,2	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 25:** Efectos de la fumigación con bromuro de metilo durante la exportación

Fuente: SPSS

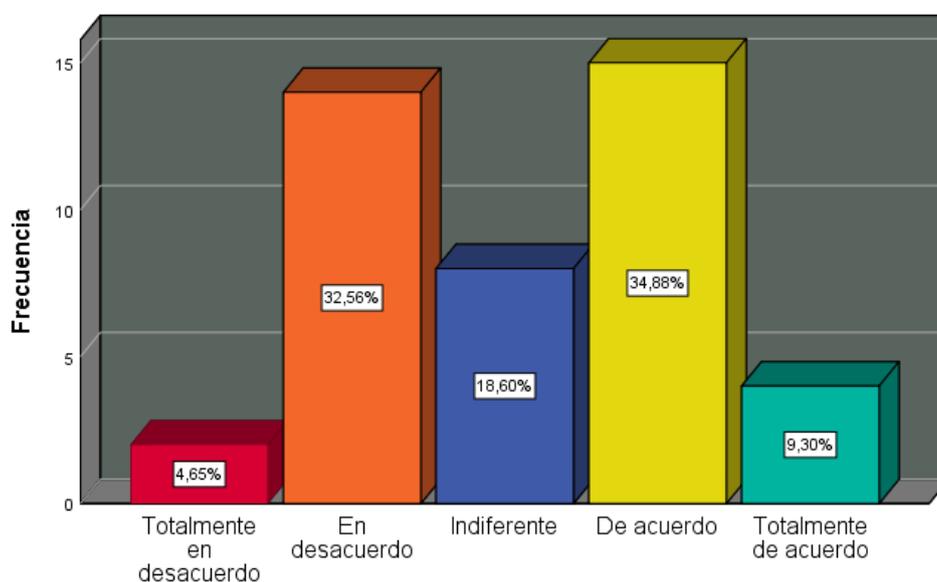
Interpretación de la tabla 30 y figura 25: el 4.7 % equivalente a 2 encuestados está en desacuerdo que la fumigación con bromuro de metilo como parte de las medidas fitosanitarias perjudica las actividades de exportación, además para el 30.2 % equivalente a 13 encuestados le es indiferente este tema. Por otro lado, el 34.9 % equivalente a 15 encuestados está de acuerdo y finalmente el 30.2 % equivalente a 13 encuestados está totalmente de acuerdo que la fumigación con bromuro de metilo como parte de las medidas fitosanitarias perjudica las actividades de exportación.

**Pregunta 26:** Los costos de exportación de espárragos se han mantenido constantes.

**Tabla 31:** Estabilidad de los costos de exportación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	2	4,7	4,7	4,7
En desacuerdo	14	32,6	32,6	37,2
Válido Indiferente	8	18,6	18,6	55,8
De acuerdo	15	34,9	34,9	90,7
Totalmente de acuerdo	4	9,3	9,3	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 26:** Estabilidad de los costos de exportación

Fuente: SPSS

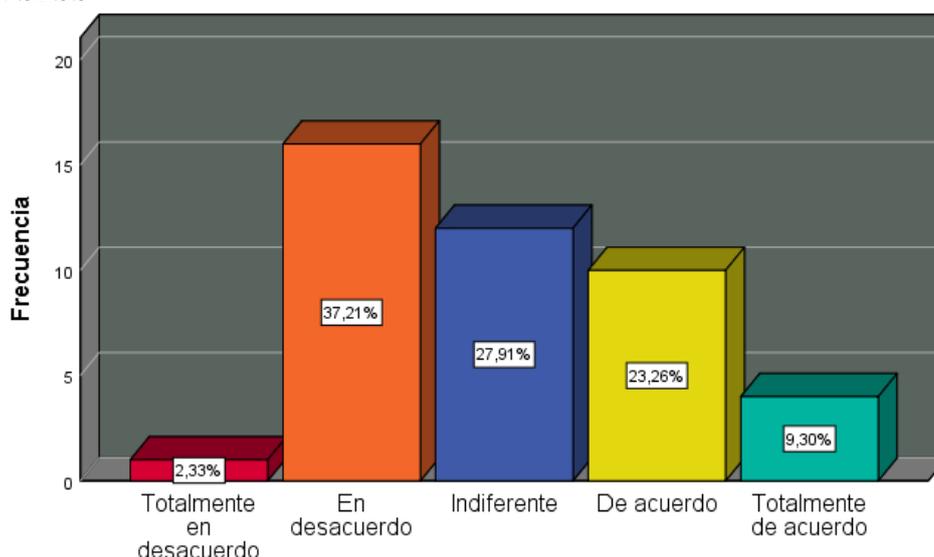
Interpretación de la tabla 31 y figura 26: el 4.7 % equivalente a 2 encuestados está totalmente en desacuerdo que los costos de exportación de espárragos se han mantenido constantes, mientras el 32.6 % equivalente a 14 encuestados está en desacuerdo que los costos de exportación de espárragos se han mantenido constantes y para el 18.6 % equivalente a 8 encuestados le es indiferente este tema. Por otro lado, el 34.9 % equivalente a 15 encuestados manifiesta que está de acuerdo y finalmente un 9.3 % equivalente a 4 encuestados está totalmente de acuerdo que los costos de exportación de espárragos se han mantenido constantes.

**Pregunta 27:** Las políticas económicas del gobierno actual influyen negativamente en los costos de exportación de espárragos.

**Tabla 32:** Influencia de las políticas del gobierno actual en los costos de exportación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
En desacuerdo	16	37,2	37,2	39,5
Válido Indiferente	12	27,9	27,9	67,4
De acuerdo	10	23,3	23,3	90,7
Totalmente de acuerdo	4	9,3	9,3	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 27:** Influencia de las políticas del gobierno actual en los costos de exportación

Fuente: SPSS

Interpretación de la tabla 32 y figura 27: el 2.3 % equivalente a 1 encuestado está totalmente en desacuerdo que las políticas económicas del gobierno actual influyen negativamente en los costos de exportación de espárragos, mientras el 37.2 % equivalente a 16 encuestados está en desacuerdo que las políticas económicas del gobierno actual influyen negativamente en los costos de exportación de espárragos y para el 27.9 % equivalente a 12 encuestados le es indiferente este tema. Sin embargo, el 23.3 % equivalente a 10 encuestados manifiesta que está de acuerdo, y finalmente un 9.3 % equivalente a 4 encuestados está totalmente de

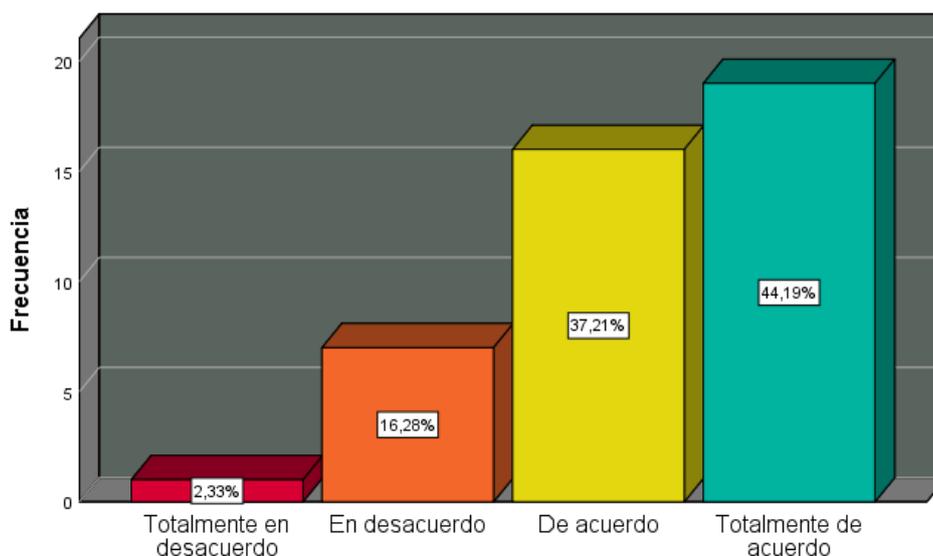
acuerdo que las políticas económicas del gobierno actual influyen negativamente en los costos de exportación de espárragos.

**Pregunta 28:** En el último año los volúmenes de exportación de espárragos se han visto reducidos dentro de la empresa.

**Tabla 33:** Reducción de los volúmenes de exportación en el último año

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	2,3	2,3	2,3
Válido En desacuerdo	7	16,3	16,3	18,6
De acuerdo	16	37,2	37,2	55,8
Totalmente de acuerdo	19	44,2	44,2	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 28:** Reducción de los volúmenes de exportación en el último año

Fuente: SPSS

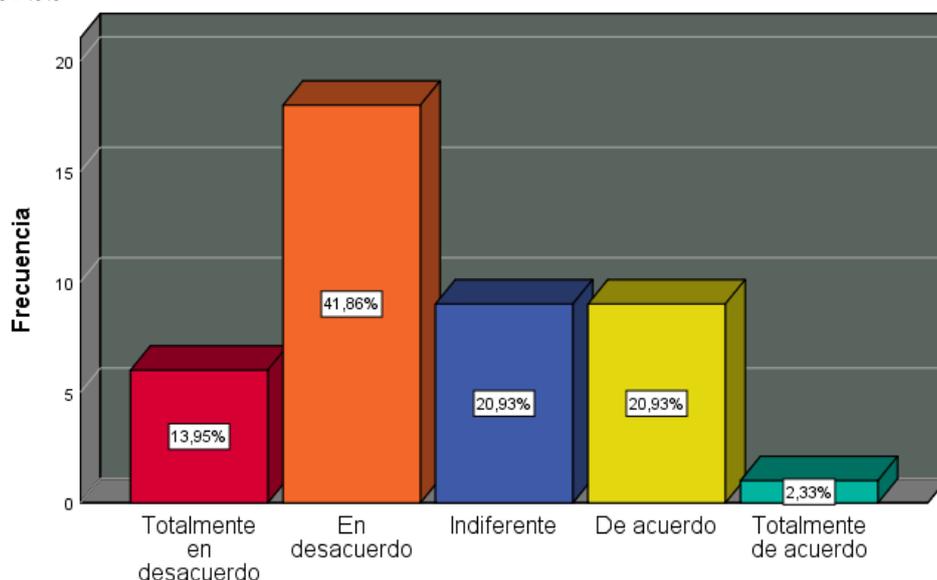
Interpretación de la tabla 33 y figura 28: el 2.3 % equivalente a 1 encuestado está totalmente en desacuerdo que en el último año los volúmenes de exportación de espárragos se han visto reducidos dentro de la empresa, además para el 16.3 % equivalente a 7 encuestados está en desacuerdo. Así también, el 37.2 % equivalente a 16 encuestados está de acuerdo y por último el 44.2 % equivalente a 19 encuestados está totalmente de acuerdo que en el último año los volúmenes de exportación de espárragos se han visto reducidos dentro de la empresa.

**Pregunta 29:** Los precios de espárragos ofrecidos al consumidor estadounidense son muy altos.

**Tabla 34:** Precios ofrecidos al consumidor estadounidense

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	6	14,0	14,0	14,0
En desacuerdo	18	41,9	41,9	55,8
Válido Indiferente	9	20,9	20,9	76,7
De acuerdo	9	20,9	20,9	97,7
Totalmente de acuerdo	1	2,3	2,3	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 29:** Precios ofrecidos al consumidor estadounidense

Fuente: SPSS

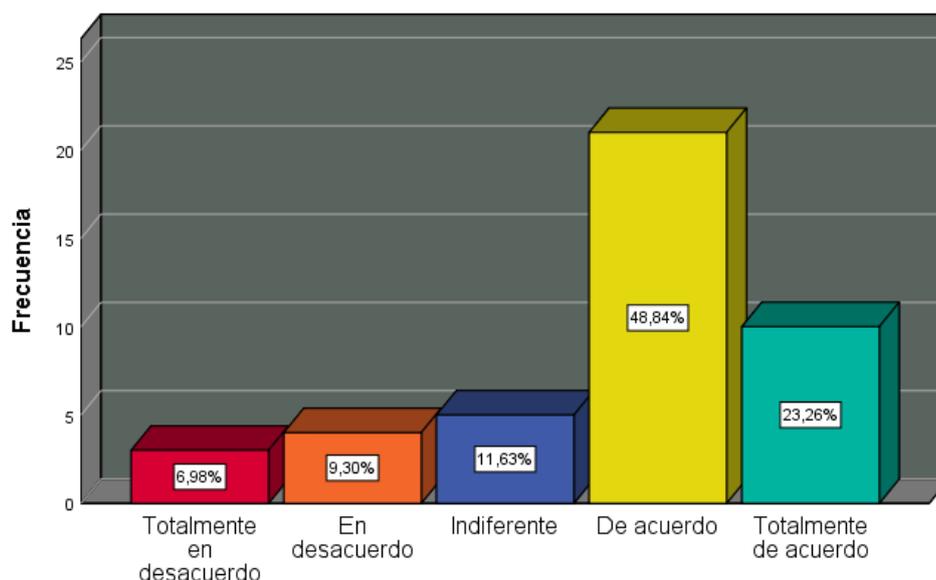
Interpretación de la tabla 34 y figura 29: el 14 % equivalente a 6 encuestados está totalmente en desacuerdo que los precios de espárragos ofrecidos al consumidor estadounidense son muy altos, mientras el 41.9 % equivalente a 18 encuestados está en desacuerdo que los precios de espárragos ofrecidos al consumidor estadounidense son muy altos y para el 20.9 % equivalente a 9 encuestados le es indiferente este tema. Así también, otros 20.9 % equivalente a 9 encuestados manifiesta que está de acuerdo, y finalmente un 2.3 % equivalente a 1 encuestado está totalmente de acuerdo que los precios de espárragos ofrecidos al consumidor estadounidense son muy altos.

**Pregunta 30:** A comparación del mercado mexicano los precios de venta ofrecida al mercado estadounidense son mayores.

**Tabla 35:** Comparación de los precios de venta con el mercado mexicano

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	3	7,0	7,0	7,0
En desacuerdo	4	9,3	9,3	16,3
Válido Indiferente	5	11,6	11,6	27,9
De acuerdo	21	48,8	48,8	76,7
Totalmente de acuerdo	10	23,3	23,3	100,0
Total	43	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



**Figura 30:** Comparación de los precios de venta con el mercado mexicano

Fuente: SPSS

Interpretación de la tabla 35 y figura 30: el 7 % equivalente a 3 encuestados está totalmente en desacuerdo que a comparación del mercado mexicano los precios de venta ofrecida al mercado estadounidense son mayores, mientras el 9.3 % equivalente a 4 encuestados está en desacuerdo que a comparación del mercado mexicano los precios de venta ofrecida al mercado estadounidense son mayores y para el 11.6 % equivalente a 5 encuestados le es indiferente este tema. Sin embargo, otros 48.8 % equivalente a 21 encuestados manifiesta que está de acuerdo y por último el 23.3 % equivalente a 10 encuestados está totalmente de

acuerdo que a comparación del mercado mexicano los precios de venta ofrecida al mercado estadounidense son mayores.

### 3.3 Prueba de Normalidad

La investigación consiste en determinar el nivel de relación que existe entre las dos variables ya mencionadas anteriormente, para poder lograr éste resultado tenemos dos pruebas estadísticas a utilizar, una de ellas es la R de Pearson conocido como prueba paramétrica, y por otro lado tenemos la RHO de Spearman conocido como prueba no paramétrica.

Dicho de otro modo, antes de decidir cuál de las dos pruebas estadísticas vamos a elegir en nuestra investigación, tenemos que determinar la Prueba de Normalidad, el cual nos arrojará los resultados de acuerdo al tamaño de nuestra muestra y al valor de significancia. Esta prueba por lo general trabaja en base a dos test estadísticos:

- Shapiro-Wilk: el cual se emplea cuando la muestra es menor que 50.
- Kolmogorov-Smirnov: el cual se emplea cuando la muestra es mayor que 50.

**Tabla 36:** Resultados de la prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comercio Internacional	,332	43	,000	,742	43	,000
Exportación	,190	43	,000	,873	43	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS

De acuerdo de la tabla 36 en la prueba de normalidad se puede observar que el valor de la muestra es de 43, el cual representa un valor menor a 50. Debido a ello, se debe emplear el test estadístico de Shapiro-Wilk. En dicho test estadístico, si se observa que el nivel de significancia es mayor a 0.05 los datos se consideran como normales, en este caso se recomienda usar la R de Pearson. Por otro lado, si el nivel de significancia fuese menor a 0.05 los datos se consideran como no normales y la vez se recomienda utilizar la Rho de Spearman para realizar el contraste de nuestra hipótesis de investigación.

En la siguiente tabla se puede evidenciar la correlación Rho de Spearman, para identificar los valores según nuestros resultados obtenidos.

**Tabla 37:** Escala de valores del coeficiente de correlación

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Elaboración propia.

### 3.4 Prueba de Hipótesis General

**H0:** No existe relación significativa entre comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia Estados Unidos, 2018.

**H1:** Existe relación significativa entre el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia Estados Unidos, 2018.

**Tabla 38:** Resultado de la hipótesis general

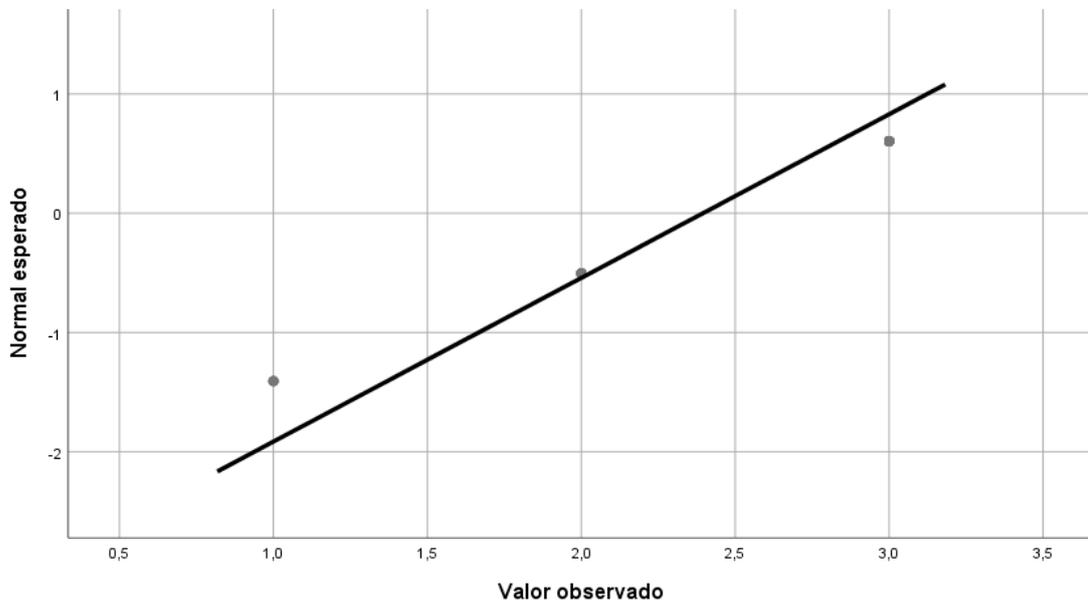
Relación entre el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

			Comercio internacional	Exportación
Rho de Spearman	Comercio internacional	Coeficiente de correlación	1,000	,903**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Exportación	Coeficiente de correlación	,903**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	43	43

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

Fuente: SPSS

**Figura 31:** Q-Q normal de Comercio internacional



Fuente: SPSS

Podemos observar que el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.903 y de acuerdo al baremo de estimación observamos que existe una correlación estadísticamente significativa, positiva muy alta y directamente proporcional, entre el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018. Entonces se aprueba nuestra hipótesis general.

### 3.5 Primera hipótesis específica

**H0:** No existe relación entre la logística en el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

**H1:** Existe relación entre la logística en el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

**Tabla 39:** Resultado de la hipótesis específica 1

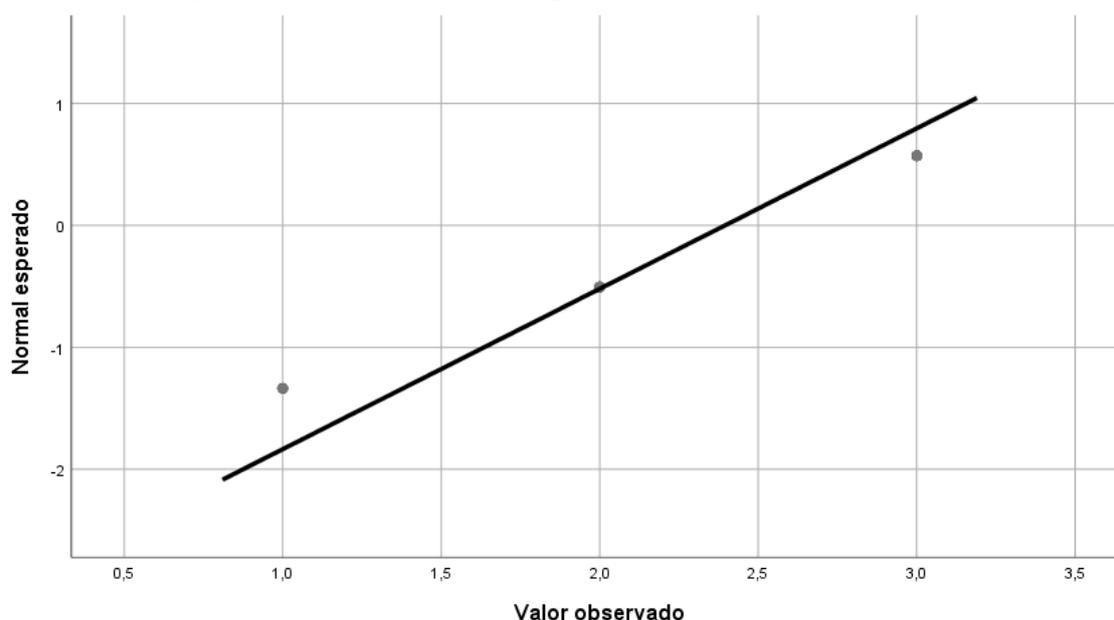
Relación entre la logística en el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

			Logística en el comercio internacional	Exportación
Rho de Spearman	Logística en el comercio internacional	Coeficiente de correlación	1,000	,886**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N	43	43	
	Exportación	Coeficiente de correlación	,886**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		43	43	

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

Fuente: SPSS

**Figura 32:** Q-Q normal de Logística en el comercio internacional



Fuente: SPSS

Podemos observar que el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.886 y de acuerdo al baremo de estimación observamos que existe una correlación estadísticamente significativa, positiva alta y directamente proporcional, entre la logística en el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018. Entonces se aprueba nuestra primera hipótesis específica.

### 3.6 Segunda hipótesis específica

**H0:** No existe relación entre el comercio internacional y medio ambiente y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

**H1:** Existe relación entre el comercio internacional y medio ambiente y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

**Tabla 40:** Resultado de la hipótesis específica 2

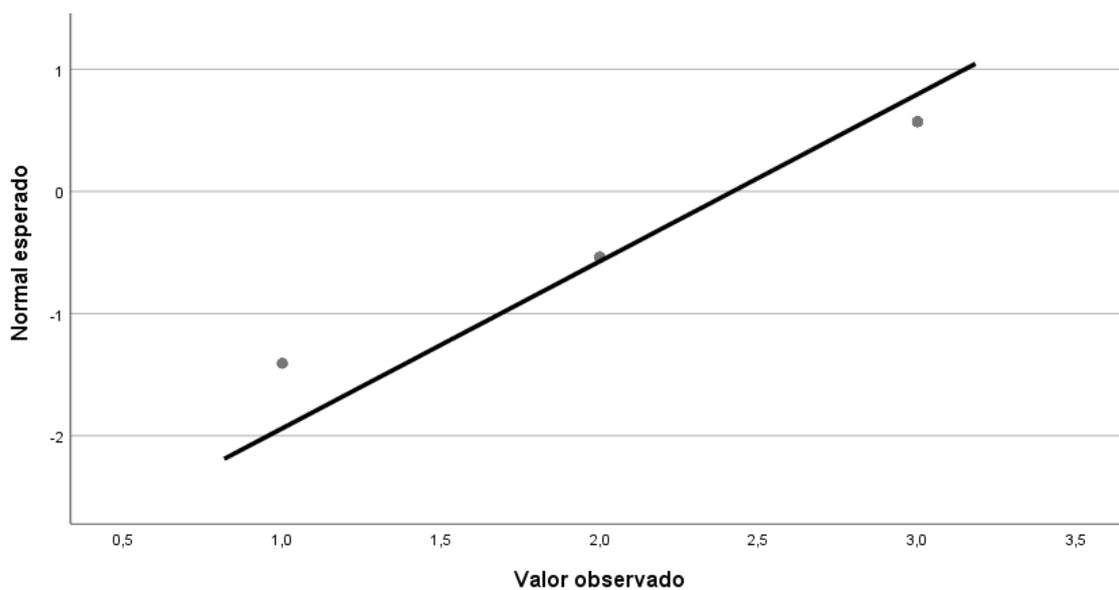
Relación entre el comercio internacional y medio ambiente y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

			Comercio internacional y medio ambiente	Exportación
Rho de Spearman	Comercio internacional y medio ambiente	Coeficiente de correlación	1,000	,879**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Exportación	Coeficiente de correlación	,879**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	43	43

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

Fuente: SPSS

**Figura 33:** Q-Q normal de Comercio internacional y medio ambiente



Fuente: SPSS

Podemos observar que el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.879 y de acuerdo al baremo de estimación observamos que existe una correlación estadísticamente significativa, positiva alta y directamente proporcional, entre el comercio internacional y medio ambiente y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018. Entonces se aprueba nuestra segunda hipótesis específica.

### 3.7 Tercera hipótesis específica

**H0:** No existe relación entre el contexto global y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

**H1:** Existe relación entre el contexto global y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

**Tabla 41:** Resultado de la hipótesis específica 3

Relación entre el contexto global y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.

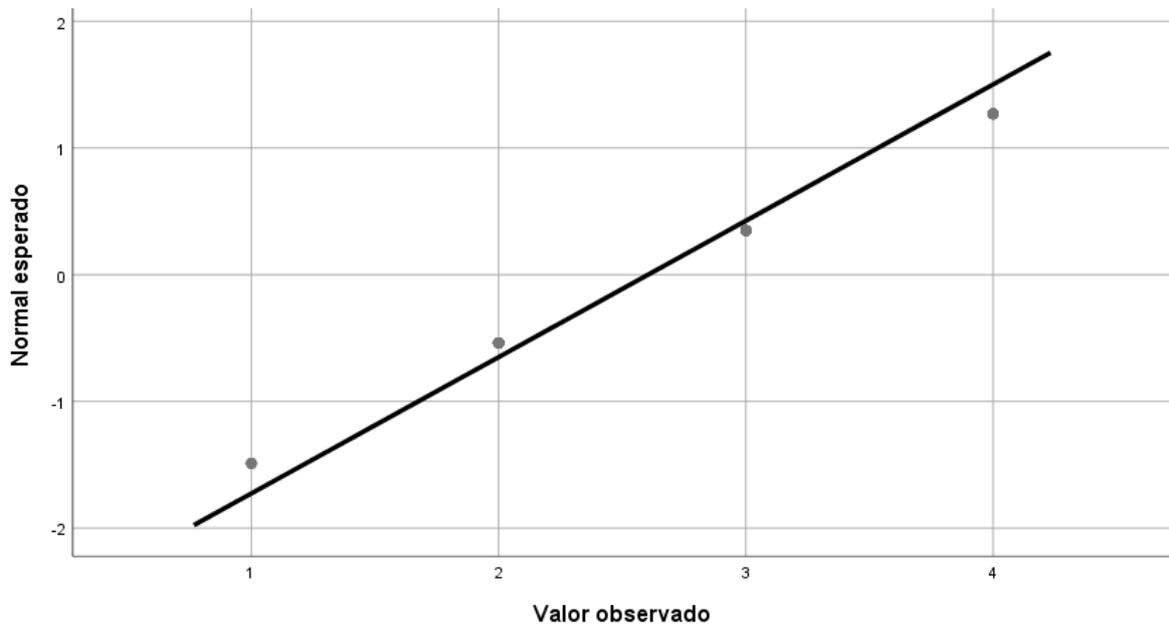
			Contexto global	Exportación
Rho de Spearman	Contexto global	Coeficiente de correlación	1,000	,945**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	43	43
	Exportación	Coeficiente de correlación	,945**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		43	43	

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

Fuente: SPSS

Podemos observar que el coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.945 y de acuerdo al baremo de estimación observamos que existe una correlación estadísticamente significativa, positiva muy alta y directamente proporcional, entre el contexto global y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018. Entonces se aprueba nuestra tercera hipótesis específica.

**Figura 34: Q-Q normal de Contexto global**



Fuente: SPSS

#### IV. DISCUSIÓN

La discusión lo iniciamos realizando un análisis de la correlación entre nuestras variables comercio internacional y exportación, por lo que se puede deducir que gracias al comercio internacional y al acuerdo comercial el país puede exportar espárragos frescos hacia Estados Unidos, el cual lo podemos constatar de acuerdo a nuestros resultados de la tabla 38, donde se obtuvo un coeficiente de correlación Rho de Spearman igual a 0.903. Dicho de otro modo, el 90,3 % determina que existe una correlación positiva muy alta y directamente proporcional, entre el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018. Por lo tanto, esta afirmación lo podemos verificar con la investigación de Gomez (2018), donde concluye que sí existe relación entre el comercio internacional y el crecimiento de las exportaciones hacia el mercado estadounidense entre los años, 2015 al 2017, con un nivel de correlación positiva alta, el cual le permitió afirmar su hipótesis general. Así también, Luna y Murillo (2015), aducen que la incursión de nuevos productos al comercio internacional es la base para la matriz productiva de un país, donde las exportaciones no solo puedan depender de productos tradicionales, sino también se refuercen en otros sectores productivos del país, existiendo la necesidad de implementar proyectos que permitan incursionar en nuevos mercados dejando atrás aquellas barreras que impidan el crecimiento de un producto más allá de su nación. Por lo tanto se acepta nuestra hipótesis general.

Como segunda discusión entendemos que la logística internacional juega un papel muy importante para la llegada de los espárragos frescos hacia Estados Unidos. Las empresas deben cumplir los requisitos de envases, embalajes, transporte y distribución requerida para que el producto agrícola llegue en condiciones óptimas al cliente, por lo que se puede preceptuar que con un buen proceso logístico lograremos una exportación exitosa. Esta afirmación lo podemos constatar de acuerdo a nuestros resultados de la tabla 39, donde se obtuvo una de correlación Rho de Spearman de 0.886. Es decir, el 88.6 % determina que existe una correlación estadísticamente significativa positiva alta entre la logística en el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018. Todo lo manifestado anteriormente se sustenta en la investigación de Calla y Escobar (2017), ellos sostienen que la eficiencia y producción de la variable cadena productiva, aunque no mencionó la participación de la logística internacional, éstas actividades juegan un papel muy importante dentro del proceso de exportación. Por lo tanto,

este tema ha venido marcando la nueva forma del desarrollo económico en una era donde la industrialización está orientada a las exportaciones. Sobre este tema se refuerza con lo mencionado por De la Hoz (2014), dentro de la logística en el comercio internacional se organizan las tareas de producción, comercialización y distribución física para llevar a cabo las gestiones estratégicas en abastecimiento, desplazamiento y almacenaje de todos los inventarios que se manejan tanto de insumos, como de los productos acabados con toda la información solicitada en el proceso de comercio internacional. (p. 82). Por lo tanto, se acepta nuestra hipótesis específica 1.

Como tercera discusión, el comercio internacional y medio ambiente tienen una participación importante en las exportaciones, ya que el Perú y Estados Unidos manejan sus propias políticas comerciales y ambientales. Por ello, se debe tener conocimiento de los inconvenientes que se puedan presentar durante las exportaciones. Dicha información lo podemos constatar de acuerdo a los resultados de nuestra tabla 40, donde se obtuvo una correlación Rho de Spearman de 0.879. En otras palabras, el 87.9 % determina que existe una correlación estadísticamente significativa positiva alta entre el comercio internacional y medio ambiente y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018. Todo lo mencionado anteriormente se puede corroborar con lo expuesto por Almanza (2017), quien manifiesta que dentro de políticas comerciales, donde se deduce incluye a las políticas ambientales el 76% considera que dichas políticas están bien diseñadas y ejecutadas para su nivel esperado de exportaciones. Agregando un dato importante, también logró encontrar que un 98% de encuestados señaló que los recursos que utiliza la empresa son vitales para lograr el nivel de exportación de espárragos deseado y gracias al nivel de inversión que la empresa deposita en adquirir los equipos más sofisticados para dicho objetivo. Por lo tanto, se acepta nuestra hipótesis específica 2.

Para finalizar nuestra cuarta discusión, podemos conjeturar que dentro de las exportaciones existe una participación relevante de un contexto global, ya que siempre es crucial conocer los gustos y preferencias del consumidor estadounidense, las nuevas tendencias dentro de la globalización, etc. Por lo mencionado anteriormente se puede corroborar de acuerdo a los resultados de nuestra tabla 41, donde se obtuvo una correlación Rho de Spearman de 0.945. En otras palabras, el 94.5 % determina que existe una correlación estadísticamente significativa positiva muy alta entre el contexto global y la

exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018. Es así, que para verificar la información acudimos a Alburqueque (2014), quien concluyó que la demanda de espárrago fresco viene fortaleciéndose, tanto así que desplazó a la conserva y lidera la cantidad de kilos exportados, así podemos inferir que los consumidores, a nivel mundial, siguen una tendencia de preferencia por el consumo de productos frescos y el principal mercado en destino de las exportaciones de espárrago fresco desde el Perú es a Estados Unidos con un 63 % a comparación de otros países. Así también, Almanza (2017), en su investigación determinó que el 75% del nivel de exportaciones se debe principalmente a la tendencia marcada del consumidor internacional, en preferir consumir productos sanos y con un alto valor nutritivo. Por lo tanto, se acepta nuestra hipótesis específica 3.

## V. CONCLUSIONES

1. Respecto a nuestro objetivo general: Se demuestra que sí existe una relación entre el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018. Dicha interpretación se confirma en nuestra tabla 38 donde se puede observar que existe una correlación positiva muy alta y de acuerdo a la prueba Rho de Spearman es equivalente a 0,903. Así también, encontramos que tiene un nivel de significancia igual a 0.000, siendo éste menor a 0,05 donde nos permite afirmar nuestra hipótesis general.
2. Respecto a nuestro objetivo específico 1: Se demuestra que sí existe una relación entre nuestra dimensión uno logística en el comercio internacional y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018. De lo manifestado se confirma en nuestra tabla 39 donde se puede observar que existe una correlación positiva alta y de acuerdo a la prueba Rho de Spearman es equivalente a 0,886. Por otro lado, se evidencia que tiene un nivel de significancia igual a 0.000, siendo éste menor a 0,05 donde nos permite afirmar nuestra hipótesis específica 1. Es así, que la logística en el comercio internacional debe garantizar la eficacia de la cadena de suministros y una adecuada coordinación entre todos los participantes durante las exportaciones, desde la producción hasta el consumidor final.
3. Respecto a nuestro objetivo específico 2: Demostramos que sí existe una relación entre nuestra dimensión dos comercio internacional y medio ambiente y la exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018. De lo manifestado se confirma en nuestra tabla 40 donde se puede observar que existe una correlación positiva alta y de acuerdo a la prueba Rho de Spearman es equivalente a 0,879. Por otro lado, se evidencia que tiene un nivel de significancia igual a 0.000, siendo éste menor a 0,05 donde nos permite afirmar nuestra hipótesis específica 2. Este contexto en la realidad influye en las exportaciones, debido a que existen políticas comerciales y ambientales que las empresas peruanas deben cumplir con respecto al cuidado del medio ambiente.
4. Respecto a nuestro objetivo específico 3: Se demuestra que sí existe una relación entre nuestra dimensión tres el contexto global y la exportación de espárragos frescos desde la

Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018. De lo manifestado se confirma en nuestra tabla 41 donde se puede observar que existe una correlación positiva muy alta y de acuerdo a la prueba Rho de Spearman es equivalente a 0,945. Así también, se evidencia que tiene un nivel de significancia igual a 0.000, siendo éste menor a 0,05 donde nos permite afirmar nuestra hipótesis específica 3. La globalización ha permitido el fácil acceso a los mercados internacionales y gracias al Acuerdo Binacional con Estados Unidos las empresas peruanas exportan espárragos frescos a un país donde encontramos consumidores más exigentes y mejor informados.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda a las empresas exportadoras de espárragos frescos conocer un poco más sobre las especificaciones solicitadas por CODEX STAN, ya que en ello se especifica un conjunto de normas, directrices y códigos de prácticas aprobados por la Comisión del Codex Alimentariu a fin de tener un proceso de exportación exitosa.
2. Si bien es cierto, los espárragos peruanos llegan de preferencia a ciertos estados del país norteamericano como Los Ángeles, Miami y nueva york. Ante ello, se recomienda a las empresas peruanas exportadoras de espárragos frescos incursionar y/o tener participación en otros estados de dicho país, impulsando las exportaciones de este producto por medio de capacitaciones y campañas promovidas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), Ministerio de agricultura y riego (MINAGRI) y el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA).
3. Otra recomendación para las empresas exportadoras es aprovechar al máximo los Tratados de Libre Comercio vigente que tiene el Perú con los demás países del mundo, diversificando su mercado y apuntando a otros nichos de mercados internacionales, introduciendo este producto agrícola muy valioso por su gran aporte nutritivo, cuyo consumo previene la aparición del cáncer de colon, comprobado científicamente.
4. Así también, se recomienda a las empresas exportadoras de espárragos frescos estar en alerta ante la guerra comercial suscitada entre Estados Unidos y China sobre la aplicación de aranceles entre ambos países, pese a que las empresas exportadoras coincidieron que dicha situación no les afectaría más adelante. Se recomienda a las empresas exportadoras fortalecer sus políticas comerciales y ambientales, obtener certificaciones de calidad y sobre todo tener una relación estrecha con las instituciones públicas del estado que garanticen un respaldo comercial.
5. México al ser nuestro principal competidor y primer exportador de espárragos frescos, quien nos desplazó de ese lugar a causa del Fenómeno del Niño Costero del 2017. Se recomienda a las empresas exportadoras invertir en investigación de mercados y conocer un poco más de nuestros principales competidores en el mundo, a fin de ser un mercado

atractivo a nivel internacional y reconocidos por su calidad y precio. Todo ello, con el propósito de convertirnos nuevamente en el primer exportador de espárragos frescos hacia el mercado estadounidense.

## REFERENCIAS

- Agraria.pe. (2018). Exportaciones peruanas de espárragos cayeron 5% en los últimos cuatro años. Recuperado de <http://agraria.pe/noticias/exportaciones-peruanas-de-esparragos-cayeron-5-en-los-16139>
- Albuquerque, M. (2014). *Factores que determinan la demanda internacional del espárrago fresco del Perú, periodo 1992-2013* (Tesis profesional). Recuperado de [http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/326/1/ALBUQUERQUE\\_MARIA\\_FACTORES\\_DEMANDA\\_ESPARRAGO.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/326/1/ALBUQUERQUE_MARIA_FACTORES_DEMANDA_ESPARRAGO.pdf)
- Almanza, J. (2017). *Exportación de espárragos de la empresa Procesos Agroindustriales S.A. al mercado internacional en el año 2015* (Tesis profesional). Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6888/ALMANZA\\_TJE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6888/ALMANZA_TJE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- ANDINA. (2018). Perú a punto de recuperar el primer lugar mundial de en exportación de espárragos. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-a-punto-recuperar-primer-lugar-mundial-exportacion-esparragos-737080.aspx>
- Arrieta, E. et al. (2018). *Estudio de Factibilidad para Exportación de Pitahaya de Colombia hacia París-Francia* (tesis de profesional). Recuperado de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/16021/1/TRABAJO%20FINAL%20PITAHAYA%20%20junio%202015.pdf>
- Arroyo, J. (2011). *Introducción al comercio internacional*. Lima, Perú: Universitaria.
- BCRP. (s.f) Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/p.html>
- BCRP. (s.f) Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/v.html>
- Böttger, X. (2016). *Factores que afectan la exportación de espárrago desde Perú a Estados Unidos* (tesis de profesional). Recuperado de <https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/5809/1/AGN-2016-T008.pdf>
- Bucheli, R. (2015). *Impacto potencial en las exportaciones de banano y camarón ecuatoriano hacia la Unión Europea (2015-2019), dada la suscripción de un acuerdo comercial entre ambas partes* (Tesis profesional). Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10540/Tesis%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bustillo, R. (2014). *Comercio exterior*. Recuperado de <https://web-argitalpena.adm.ehu.es/pdf/UWLGEC2831.pdf>

- Calla, L., & Escobar, L. (2017). *Influencia de la cadena productiva de arándanos en la provincia de Cajamarca en su comercio internacional hacia el mercado estadounidense, ciudad de Boston, para el año 2018* (Tesis profesional). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12730/Calla%20G%C3%B3mez%2c%20Lizeth%20del%20Carmen%3b%20Escobar%20Torres%2c%20Laura%20Isabel.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Cano, J., Beviá, J., Enríquez, M., Enríquez, M. & Molins, A. (2010). Logística aplicada al comercio internacional. Recuperado de <https://static.eoi.es/savia/documents/componente67164.pdf>
- CIISEX. Exportadores peruanos. Recuperado de [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?portletid=SDirectorioEmpresa&page=241.22800&scriptdo=&pc\\_control=pc\\_buscar&pc\\_pais=US&pc\\_tipoempresa=1750&pc\\_sector=243&pc\\_subsector=904&pc\\_region=11&txtrazonsocial=&psubpartida=0709200000&psubpartidauno=0709200000+-+ESPARRAGOS%2C+FRESCOS+O+REFRIGERADOS&txtproducto=&txtproductouno=&pc\\_tipobusqueda=0&pc\\_empresa=#null](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?portletid=SDirectorioEmpresa&page=241.22800&scriptdo=&pc_control=pc_buscar&pc_pais=US&pc_tipoempresa=1750&pc_sector=243&pc_subsector=904&pc_region=11&txtrazonsocial=&psubpartida=0709200000&psubpartidauno=0709200000+-+ESPARRAGOS%2C+FRESCOS+O+REFRIGERADOS&txtproducto=&txtproductouno=&pc_tipobusqueda=0&pc_empresa=#null)
- CODEX STAN 225. NORMA DEL CODEX PARA EL ESPÁRRAGO [http://www.fao.org/input/download/standards/367/CXS\\_225s.pdf](http://www.fao.org/input/download/standards/367/CXS_225s.pdf)
- Comercio (24/07/18) Perú entre los llamados a resistir el impacto de la guerra comercial entre EE.UU. y China. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru-llamados-resistir-impacto-guerra-comercial-estados-unidos-china-noticia-539293>
- COMEXPERU (2018) .Exportaciones peruanas de espárragos. Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportaciones-peruanas-de-esparragos>
- Cornejo, E. (2015). *Comercio internacional*. (5.ª ed.). Lima, Perú: San Marcos.
- Cuenca, E. et al. (2012). Manual de comercio internacional. Recuperado de [https://www.extenda.es/catedras/descargas\\_generales/estudios/ext/manual\\_comercio\\_internacional\\_final.pdf](https://www.extenda.es/catedras/descargas_generales/estudios/ext/manual_comercio_internacional_final.pdf)
- Daniels, J., Radebaugh, L. & Sullivan, D. (2018). *Negocios internacionales. Ambientes y operaciones*. (15.ª ed.). México: Pearson.
- De la hoz, A. (2013). *Generalidades de comercio internacional*. Medellín, Colombia: Esumer.

- El Comercio. (9 de noviembre del 2017). La logística en el mundo de las exportaciones e importaciones. Recuperado de <https://elcomercio.pe/suplementos/comercial/dia-exportador/logistica-mundo-exportaciones-importaciones-1003171>
- Gómez, E. (2014). *Efectos de las políticas medio ambientales en el comercio internacional*. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/61528199.pdf>
- González, T. (abril – septiembre 2016). Una realidad entrelazada: la complementariedad del comercio y la protección del medio ambiente en el contexto global. *Dike*, 19, 183-203. Recuperado de <http://www.apps.buap.mx/ojs3/index.php/dike/article/view/185/187>
- Guerra, C. (2016). Exportación de Espárragos a Estados Unidos. Recuperado de <https://prezi.com/ub94wbpj7nxa/exportacion-de-esparragos-a-estados-unidos/>
- Hernández, G. (2015). *ABC de la exportación e importación*. Lima, Perú: CoreDise.
- Hernández, R. & Mendoza, C. (2019) *Metodología de la investigación las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014), *Metodología de la investigación*. (6.<sup>a</sup> ed.). D.F., México: Mc Graw Hill.
- Huesca, C. (2012). *Comercio internacional*. Recuperado de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Comercio\\_internacional.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Comercio_internacional.pdf)
- Lerma, A. & Márquez, E. (2010). *Comercio y marketing internacional*. (4.<sup>a</sup> ed.). DF., México: Learning.
- López, M. (2016). *El mercado de Estados Unidos constituye una oportunidad de negocio para incrementar la exportación de espárrago fresco desde Paiján: 2017 – 2021* (Tesis profesional). Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10064/L%C3%B3pez%20Goicochea%20Miguel%20Alejandro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martín, M. & Martínez, R. (2010). *Manual práctico de comercio exterior para saber cómo vender al exterior*. (2.<sup>a</sup> ed.). Madrid, España: Fundación Confemetal.
- Maubert, C. (2009). *Comercio internacional: aspectos operativos, administrativos y financieros*. (2.<sup>a</sup> ed.). DF, México: Trillas.
- Mercado. H. (2015). *Comercio internacional II*. DF, México: Limusa.
- Meza, C., & Tarquino, E. (2016). *El Comercio Exterior colombiano en la cadena de suministro mundial* (Tesis profesional). Recuperado de

- [http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/5685/1/TRABAJ  
O%20DE%20GRADO%20FINAL\\_diciembre\\_2016%20%281%29.pdf](http://repositorio.unicartagena.edu.co:8080/jspui/bitstream/11227/5685/1/TRABAJ%20O%20DE%20GRADO%20FINAL_diciembre_2016%20%281%29.pdf)
- MINAGRI. (s.f). Recuperado de <http://www.minagri.gob.pe/portal/28-sector-agrario/esparragos/234-esparragos?start=1>
- MINAGRI. (s.f). recuperado de <http://www.minagri.gob.pe/portal/28-sector-agrario/esparragos/234-esparragos?start=2>
- MINAGRI. (s.f). Recuperado de <http://minagri.gob.pe/portal/datero/28-sector-agrario/esparragos>
- MINAGRI. (s.f). Recuperado de <https://www.mercadosyregiones.com/2019/03/28/ica-continua-siendo-la-principal-region-productora-de-esparrago/>
- MINCETUR. (2014). *Comercio exterior*. Recuperado de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/Pecex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf)
- MINCETUR. (2017). *TLCs y los compromisos ambientales*. Recuperado de <http://www.minam.gob.pe/conadib/wp-content/uploads/sites/117/2017/09/04-TLCs-y-los-compromisos-ambientales.pdf>
- Minervini, N. (2015). *Ingeniería de la exportación la ruta para internacionalizar su empresa*. Madrid, España: Fundación Confemetal.
- Montes, L. (2017). *Plan de negocio para la exportación de espárragos en conserva de la empresa Agroindustrias AIB hacia el mercado de España, 2018-2020* (Tesis profesional). Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5101/Montes%20Reyes%20Luz%20Mar%C3%ADa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ndibongo - Traub (2016). *An Evaluation of Competitiveness of South African Maize Exports* (Tesis de maestría). Recuperado de <https://scholar.sun.ac.za/handle/10019.1/98685>
- Red Agrícola. (Febrero del 2018). Reconfiguración del negocio del espárrago. Recuperado de <http://www.redagricola.com/pe/reconfiguracion-del-negocio-esparrago/>
- SENASA. (s.f). consulta de requisitos. Recuperado de <https://servicios.senasa.gob.pe/consultaRequisitos/consultarRequisitos.action>
- Sosa, R. (2014). *Principios y fundamentos del comercio global internacional*. DF, México.
- Sunat. Recuperado de [http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.1710  
&portletid=sfichaproductoinit&scriptdo=ccfpinit&pproduct](http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?page=172.1710&portletid=sfichaproductoinit&scriptdo=ccfpinit&pproduct)

o=%20709200000%20&pnomproducto=%20ESPARRAGOS,%20FRESCOS%20%20REFRIGERADOS

Unknown (8 de febrero de 2016). Exportación de espárragos frescos- DFI. Recuperado de <http://esparragosfrescosdfi.blogspot.com/2016/02/embalaje.html>

Valverde, M. (2015). *Un nuevo reto para el comercio exterior peruano: las medidas sanitarias y fitosanitarias*. Vol. 3 (Núm. 1). Recuperado de <https://revistas.upc.edu.pe/index.php/sinergia/article/view/393>

Vásquez, M. & Madrigal, R. (2010). *Comercio internacional*. DF, México: Patria.

## ANEXOS

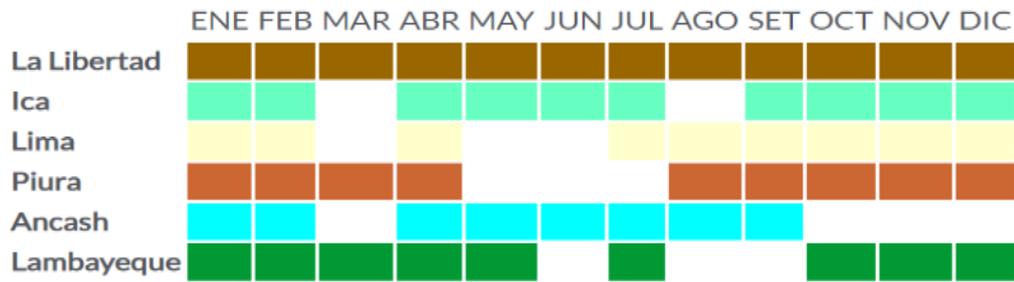
### MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

“Comercio internacional y exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018”

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO
<b>COMERCIO INTERNACIONAL</b>	Según Sosa (2014), afirma que el comercio internacional “ Es un conjunto de actividades que realizan las personas de diferentes países intercambiando bienes y servicios, mientras la economía crece y sea más compleja hace que éste sea más dinámica [...] ” (p. 2).	El comercio internación es una actividad comercial, que implica intercambiar un bien o servicio entre dos o más países	<b>Logística en el comercio internacional</b>	Aprovisionamiento de materias primas	1	Encuesta	Cuestionario
				Envases y embalajes	2 y 3	Encuesta	Cuestionario
				Transporte y distribución	4 y 5	Encuesta	Cuestionario
			<b>Comercio internacional y medio ambiente</b>	Problemas ambientales	6,7 y 8	Encuesta	Cuestionario
				Políticas ambientales	9 y 10	Encuesta	Cuestionario
			<b>Contexto global</b>	Nuevas tendencias	11	Encuesta	Cuestionario
				Mercados relativamente abiertos	12 y 13	Encuesta	Cuestionario
				Consumidores mejor informados y más exigentes	14 y 15	Encuesta	Cuestionario
			<b>EXPORTACIÓN</b>	Según Hernández (2015), manifiesta que “Una definición básica de la exportación se refiere al régimen aduanero que facilita la salida de mercancías y/o productos nacionales de un país para el consumo y uso definitivo en el mercado exterior” (p. 27).	La exportación comprende la salida de un bien o servicio de un país, bajo las normativas aduaneras	<b>Barreras comerciales</b>	Barreras naturales o políticas
Barreras arancelarias o económicas	18	Encuesta					Cuestionario
Barreras no arancelarias o jurídicas	19 y 20	Encuesta					Cuestionario
<b>Barreras en la exportación</b>	Barreras culturales	21				Encuesta	Cuestionario
	Barreras económicas	22 y 23				Encuesta	Cuestionario
	Barreras normativas o gubernamentales	24 y 25				Encuesta	Cuestionario
<b>Constantes en la exportación</b>	Costo de exportación	26 y 27				Encuesta	Cuestionario
	Volumen	28				Encuesta	Cuestionario
	Precio	29 y 30				Encuesta	Cuestionario

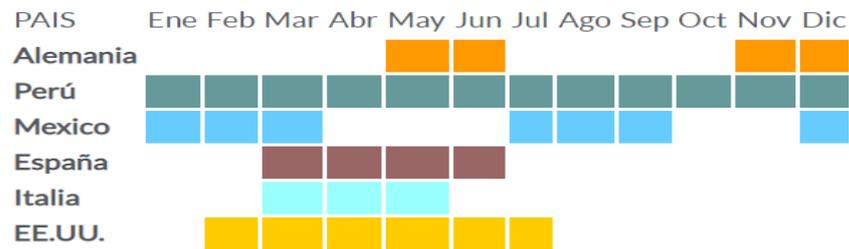
Fuente: Elaboración propia

### Calendario de cosechas



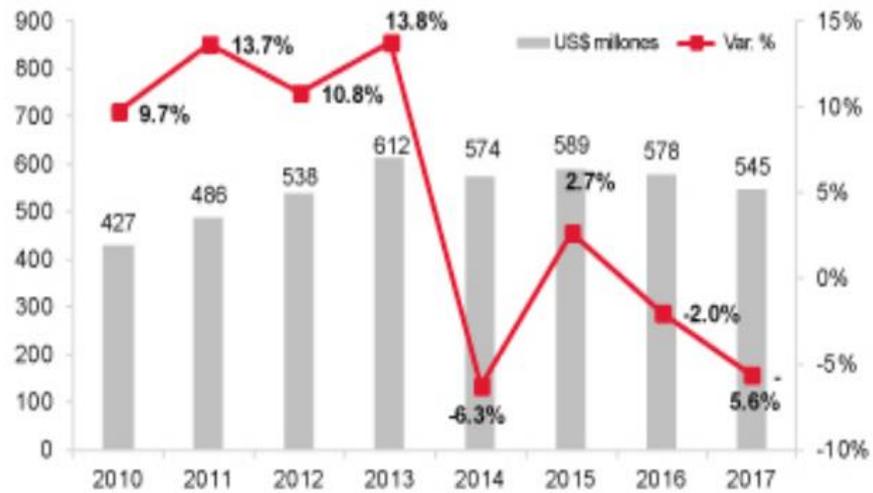
Fuente: MINAGRI.

### Estacionalidad del Espárrago en los principales países



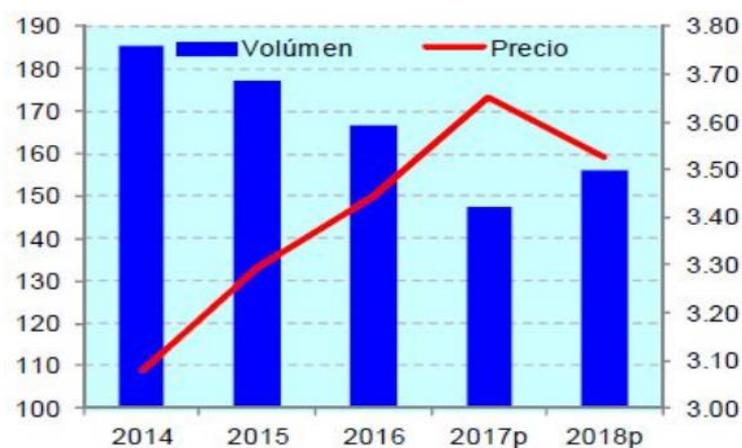
Fuente: MINAGRI.

### Evolución de las exportaciones peruanas de espárragos



Fuente: COMEXPERU

Esparrago volumen y precio promedio (Izq.: Miles de MT, Der.:US\$/Kg)



Fuente: Diario Gestión.

Precios FOB referenciales en Kilogramos (US\$ / Kg)

	2018												2017											
	DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE	DIC	NOV	OCT	SEP	AGO	JUL	JUN	MAY	ABR	MAR	FEB	ENE
KG	2.85	2.84	2.63	2.81	2.97	2.99	2.75	2.36	2.73	3.32	4.03	3.56	3.05	3.06	2.93	4.47	3.82	4.82	3.13	3.04	3.41	3.71	3.86	4.02

Fuente: Sunat.

**Doctor: ZARATE SUAREZ JULIO**

**Docente de la Escuela profesional de Negocios Internacionales Campus Ate de la Universidad César Vallejo**

Presente.-

**Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del Programa de estudios de Negocios Internacionales del Campus Ate, promoción Lima - 2019-II, requiero validar los instrumentos con los cuales se recogerá la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Licenciado.

El título de la investigación es: “Comercio internacional y exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018.”, y siendo imprescindible contar con la aprobación del docente especializado para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de Comercio Exterior y Comercio Internacional.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

1. Carta de presentación
2. Definiciones conceptuales de las variables
3. Matriz de operacionalización
4. Certificado de validez de contenido de los instrumentos
5. Instrumento de Investigación

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

---

JESUS FORTUNATO CAJAS TUCTO  
DNI N° 44659463

## **Anexo 2**

### **DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES**

#### **VARIABLE 1: COMERCIO INTERNACIONAL**

Es un conjunto de actividades que realizan las personas de diferentes países intercambiando bienes y servicios, mientras la economía crece y sea más compleja hace que éste sea más dinámica. (Sosa, 2014, p. 2)

##### **Dimensión 1: Logística en el comercio internacional**

Proceso que organiza las tareas de producción, comercialización y distribución física para llevar a cabo las gestiones estratégicas en abastecimiento, desplazamiento y almacenaje de todos los inventarios que se manejan tanto de insumos, como de los productos acabados con toda la información solicitada en todo proceso de comercio internacional. (De la Hoz, 2014, p. 82)

##### **Dimensión 2: Comercio internacional y medio ambiente**

a medida que pasa el tiempo los países cada vez toman mayor conciencia sobre el desarrollo sostenible, el cual tiene la siguiente definición: el desarrollo sostenible implica satisfacer las necesidades de la población en el presente, sin perjudicar ni comprometer aquellas necesidades de las futuras generaciones que involucrarán a nuestros hijos y nietos, para que más adelante ellos mismos puedan satisfacer sus propias necesidades. (Cornejo, 2015, p. 157)

##### **Dimensión 3: Contexto global**

Con la globalización se pretende abarcar las “Nuevas tendencias, el dinamismo y procesos interpretativos del mundo actual, cuya esencia es explicar los aspectos técnicos y comerciales de cada país, actualmente estas actividades involucra más los aspectos culturales, sociales y lo moral, en lugar de lo económico. (De la Hoz, 2014, p. 35)

#### **VARIABLE 2: EXPORTACIÓN**

Una definición básica de la exportación se refiere al régimen aduanero que facilita la salida de mercancías y/o productos nacionales de un país para el consumo y uso definitivo en el mercado exterior. (Hernández, 2015, p. 27)

##### **Dimensión 1: Barreras comerciales**

La mayoría de los países intentan aplicar una serie de políticas comerciales que les beneficien, una vez amenazados disponen de ciertas restricciones al libre comercio de bienes y servicios aplicando al máximo las diferentes barreras comerciales existentes. (Vázquez y Madrigal, 2010, p. 13).

**Dimensión 2: Barreras en la exportación**

Antes de iniciar un proceso de exportación es muy importante conocer cuáles serán las medidas o barreras que se tomaran en cuenta al culminar o cerrar un negocio exitoso. (Minervini, 2015, p. 53)

**Dimensión 3: Constantes en la exportación**

Durante la venta de un producto es importante tomar en cuenta dos aspectos diferentes, pero limitadamente relacionados entre sí. En un momento el producto debe ajustarse a satisfacer las necesidades del usuario y por otro lado debe ser accesible. (Maubert, 2009, p. 121)

**Variable 1: COMERCIO INTERNACIONAL**

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles o rangos
<ul style="list-style-type: none"> <li>Logística en el comercio internacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprovisionamiento de materias primas</li> <li>Envases y embalajes</li> <li>Transporte y distribución</li> </ul>	1	<b>Escala ordinal</b> Escala de Likert: (1) Totalmente en Desacuerdo (TD) (2) En Desacuerdo (ED) (3) Indiferente (I) (4) De Acuerdo (DA) (5) Totalmente de Acuerdo (TA)
		2,3	
4,5			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Comercio internacional y medio ambiente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Problemas ambientales</li> <li>Políticas ambientales</li> </ul>	6,7,8	
		9,10	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Contexto global</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuevas tendencias</li> <li>Mercados relativamente abiertos</li> <li>Consumidores mejor informados y más exigentes</li> </ul>	11	
		12,13	
		14,15	

Fuente: Elaboración propia.

**Variable 2: EXPORTACIÓN**

Dimensiones	indicadores	ítems	Niveles o rangos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Barreras comerciales</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Barreras naturales o políticas</li> <li>• Barreras arancelarias o económicas</li> <li>• Barreras no arancelarias o jurídicas</li> </ul>	1,2 3 4 y 5	<b>Escala ordinal</b>  Escala de Likert: (1) Totalmente en Desacuerdo (TD) (2) En Desacuerdo (ED) (3) Indiferente (I) (4) De Acuerdo (DA) (5) Totalmente de Acuerdo (TA)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Barreras en la exportación</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Barreras culturales</li> <li>• Barreras económicas</li> <li>• Barreras normativas o gubernamentales</li> </ul>	6 7,8 9,10	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Constantes en la exportación</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo de exportación</li> <li>• Volumen</li> <li>• Precio</li> </ul>	11,12 13 14,15	<b>Niveles:</b> Alto 56 - 75 Medio 36 - 55 Bajo 15 - 35

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Comercio internacional**

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>Dimensión 1: logística del comercio internacional</b>								
1	Para la empresa es suficiente y accesible el aprovisionamiento de materias primas (semillas).							
2	Los sistemas de envases y embalajes cumplen con las exigencias del transporte internacional.							
3	La empresa exportadora está cumpliendo con las especificaciones solicitadas por CODEX STAN.							
4	Son accesible los costos del transporte aéreo internacional de las aerolíneas.							
5	Es recomendable emplear el transporte marítimo para la comercialización de espárragos.							
<b>D2: Comercio internacional y medio ambiente</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
6	El fenómeno del niño costero del 2017 ha influido negativamente en el comercio internacional de espárragos.							
7	Los cambios climatológicos afectan el suministro de agua para el riego de los cultivos de espárragos.							
8	Los cambios climatológicos de Estados Unidos influyen negativamente en las exportaciones de espárragos.							
9	Cumple la empresa los objetivos trazados en la preservación y cuidado del medio ambiente.							
10	La empresa aplica adecuadamente las políticas medioambientales promovida por MINCETUR.							
<b>D3: Contexto global</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
11	Las nuevas tendencias y adquisición de tecnologías influyen positivamente en el comercio internacional de espárragos.							
12	Estados Unidos es un mercado totalmente accesible al comercio internacional de espárragos.							
13	Es accesible el ingreso a otros mercados internacionales para comercializar espárragos.							

14	En el etiquetado es importante brindar la información nutricional de los espárragos a los consumidores finales.						
15	El consumidor estadounidense prefiere los espárragos frescos en lugar de los procesados.						

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** \_\_\_\_\_

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

**Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg:** .....      **DNI:**.....

**Especialidad del validador:**.....

**Lima.....de.....del 2019**

<sup>1</sup>**Pertinencia:**El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

-----

**Firma del Experto Informante.**

**Anexo 4**
**Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Exportación**

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>D1: Barreras comerciales</b>							
1	La ubicación geográfica de producción de espárragos en la región Ica es estratégico para la exportación.							
2	La participación del MINAGRI influye positivamente en la empresa.							
3	En el último año Estados Unidos dispuso medidas que impidan el libre proceso de exportación.							
4	La guerra comercial suscitada entre Estados Unidos y China perjudicaría la exportación de espárragos.							
5	En el último año el acuerdo binacional entre Perú y Estados Unidos favoreció positivamente las exportaciones de espárragos.							
	<b>D2: Barreras en la exportación</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
6	Las diferencias culturales entre Perú y Estados Unidos influyen negativamente en las exportaciones de espárragos.							
7	Los impuestos realizados al estado peruano se ajustan a la exportación de espárragos.							
8	El tipo de cambio no influye en los procesos de exportación de espárragos.							
9	Durante la exportación los requisitos fitosanitarios se ajustan al financiamiento de la empresa.							
10	La fumigación con bromuro de metilo como parte de las medidas fitosanitarias perjudica las actividades de exportación.							
	<b>D3: Constantes en la exportación</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	

11	Los costos de exportación de espárragos se han mantenido constantes.							
12	Las políticas económicas del gobierno actual influyen negativamente en los costos de exportación de espárragos.							
13	En el último año los volúmenes de exportación de espárragos se han visto reducidos dentro de la empresa.							
14	Los precios de espárragos ofrecidos al consumidor estadounidense son muy altos.							
15	A comparación del mercado mexicano los precios de venta ofrecida al mercado estadounidense son mayores.							

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** \_\_\_\_\_

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

**Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg:** .....      **DNI:**.....

**Especialidad del validador:**.....

**Lima.....de.....del 2019**

<sup>1</sup>**Pertinencia:**El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

-----

**Firma del Experto Informante.**

## **Anexo 5**

## **CUESTIONARIO**

Es muy grato presentarme ante usted, el suscrito alumno Cajas Tucto Jesus Fortunato, con código de matrícula Nro. 6500088421, aspirante al grado de licenciado en la Universidad Cesar Vallejo campus Ate con mención en negocios Internacionales. La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación titulado: “Comercio internacional y exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018” el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá absoluta reserva.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

**INSTRUCCIONES:** Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente.

**Variable Independiente: Comercio Internacional**

### **ESCALA AUTOVALORATIVA DEL CONTROL INTERNO**

Totalmente de acuerdo	(TA)	= 5
De acuerdo	(DA)	= 4
Indiferente	(I)	= 3
En desacuerdo	(ED)	= 2
Totalmente en desacuerdo	(TD)	= 1

ítems / preguntas	5	4	3	2	1
Variable 1: COMERCIO INTERNACIONAL	TA	DA	I	ED	TD
<b>D1: Logística en el comercio internacional</b>					
Para la empresa es suficiente y accesible el aprovisionamiento de materias primas (semillas).					
Los sistemas de envases y embalajes cumplen con las exigencias del transporte internacional.					
La empresa exportadora está cumpliendo con las especificaciones solicitadas por CODEX STAN.					
Son accesible los costos del transporte aéreo internacional de las aerolíneas.					
Es recomendable emplear el transporte marítimo para la comercialización de espárragos.					
<b>D2: Comercio internacional y medio ambiente</b>					
El fenómeno del niño costero del 2017 ha influido negativamente en el comercio internacional de espárragos.					
Los cambios climatológicos afectan el suministro de agua para el riego de los cultivos de espárragos.					
Los cambios climatológicos de Estados Unidos influyen negativamente en las exportaciones de espárragos.					
Cumple la empresa los objetivos trazados en la preservación y cuidado del medio ambiente.					
La empresa aplica adecuadamente las políticas medioambientales promovida por MINCETUR.					
<b>D3: Contexto global</b>					
Las nuevas tendencias y adquisición de tecnologías influyen positivamente en el comercio internacional de espárragos.					
Estados Unidos es un mercado totalmente accesible al comercio internacional de espárragos.					
Es accesible el ingreso a otros mercados internacionales para comercializar espárragos.					
En el etiquetado es importante brindar la información nutricional de los espárragos a los consumidores finales.					
El consumidor estadounidense prefiere los espárragos frescos en lugar de los procesados.					

**RESPONSABLE: JFCT**

## CUESTIONARIO

Es muy grato presentarme ante usted, el suscrito alumno Cajas Tucto Jesus Fortunato, con código de matrícula Nro. 6500088421, aspirante al grado de licenciado en la Universidad Cesar Vallejo campus Ate con mención en negocios Internacionales. La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación titulado: “Comercio internacional y exportación de espárragos frescos desde la Región Ica hacia los Estados Unidos, 2018” el cual tiene fines exclusivamente académicos y se mantendrá absoluta reserva.

Agradecemos su colaboración por las respuestas brindadas de la siguiente encuesta:

**INSTRUCCIONES:** Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con seriedad, marcando con un aspa en la alternativa correspondiente.

**Variable Dependiente: Exportación**

### ESCALA AUTOVALORATIVA DEL CONTROL INTERNO

Totalmente de acuerdo	(TA)	= 5
De acuerdo	(DA)	= 4
Indiferente	(I)	= 3
En desacuerdo	(ED)	= 2
Totalmente en desacuerdo	(TD)	= 1

Ítems / Preguntas	5	4	3	2	1
Variable 2: EXPORTACIÓN	TA	DA	I	ED	TD
<b>D1 Barreras comerciales</b>					
La ubicación geográfica de producción de espárragos en la región Ica es estratégico para la exportación.					
La participación del MINAGRI influye positivamente en la empresa.					
En el último año Estados Unidos dispuso medidas que impidan el libre proceso de exportación.					
La guerra comercial suscitada entre Estados Unidos y China perjudicaría la exportación de espárragos.					
En el último año el acuerdo binacional entre Perú y Estados Unidos favoreció positivamente las exportaciones de espárragos.					
<b>D2: Barreras en la exportación</b>					
Las diferencias culturales entre Perú y Estados Unidos influyen negativamente en las exportaciones de espárragos.					
Los impuestos realizados al estado peruano se ajustan a la exportación de espárragos.					
El tipo de cambio no influye en los procesos de exportación de espárragos.					
Durante la exportación los requisitos fitosanitarios se ajustan al financiamiento de la empresa.					
La fumigación con bromuro de metilo como parte de las medidas fitosanitarias perjudica las actividades de exportación.					
<b>D3: Constantes en la exportación</b>					
Los costos de exportación de espárragos se han mantenido constantes.					
Las políticas económicas del gobierno actual influyen negativamente en los costos de exportación de espárragos.					
En el último año los volúmenes de exportación de espárragos se han visto reducidos dentro de la empresa.					
Los precios de espárragos ofrecidos al consumidor estadounidense son muy altos.					
A comparación del mercado mexicano los precios de venta ofrecida al mercado estadounidense son mayores.					

**RESPONSABLE: JFCT**