

12.5%

Resultados del Análisis de los plagios del 2023-12-20 07:00 UTC

8. HUAMAN Y MACHUCA.pdf

Fecha: 2023-12-20 06:28 UTC

* Todas las fuentes 47 | Fuentes de internet 38 | Documentos propios 9

- [0] [repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29818/Galliquio Garcia, D'yanira Juleyssi.pdf](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29818/Galliquio_Garcia,_D'yanira_Juleyssi.pdf)
3.6% 42 resultados
- [1] repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/a68f9314-5061-4cd4-8349-2e5905528c39/content
2.2% 25 resultados
- [2] alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_23d32264b8a59cddc22d0bbe88e8fefe/Details
1.5% 6 resultados
- [3] www.argentina.gob.ar/sites/default/files/ivn_2020_07_03_0.pdf
1.0% 20 resultados
- [4] repositorio.lamolina.edu.pe/handle/20.500.12996/5084
1.2% 6 resultados
- [5] www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||080440|||6|1|1|2|1|1|2|1|1|1
0.5% 4 resultados
- [6] www.gob.pe/institucion/senasa/noticias/549944-exportaciones-de-palta-crecieron-un-30-durante-la-campana-2021
0.7% 6 resultados
- [7] "5. Sangay y Gastolomendo.pdf" fechado del 2023-12-20
0.2% 11 resultados
- [8] "2. Informe de tesis final.pdf" fechado del 2023-12-19
0.2% 11 resultados
- [9] "4. HEREDIA Y SILVA.pdf" fechado del 2023-12-19
0.2% 9 resultados
- [10] perio.unlp.edu.ar/catedras/wp-content/uploads/sites/151/2021/08/Hernandez-Sampieri.-Metodologia-de-la-investigacion.pdf
0.5% 10 resultados
- [11] "6. CAMPOS ALVA.pdf" fechado del 2023-12-20
0.0% 9 resultados
- [12] www.wto.org/spanish/res_s/statist_s/wts2019_s/wts2019_s.pdf
0.4% 9 resultados
- [13] archivo.cepal.org/pdfs/GuiaProspectiva/Alvarez2015Implementacion.pdf
0.4% 8 resultados
- [14] "4. Informe de tesis completo - engagement laboral y comunicación interna 13-11-2023.pdf" fechado del 2023-12-06
0.0% 7 resultados
- [15] "7. INFORME DE TESIS CLEYSER-ANGÉLICA.pdf" fechado del 2023-12-20
0.0% 9 resultados
- [16] [repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/752/VENTAJA COMPARTIVA REVELADA DE LOS PRODUCTOS AGROEXPORTABLES.pdf?sequence=1](https://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/752/VENTAJA_COMPARTIVA_REVELADA_DE_LOS_PRODUCTOS_AGROEXPORTABLES.pdf?sequence=1)
0.1% 5 resultados
- [17] "3. ZELADA Y SANCHEZ.pdf" fechado del 2023-12-19
0.0% 5 resultados
- [18] dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1193/1/tad1043.pdf
0.4% 8 resultados
- [19] www.gob.pe/institucion/senasa/noticias/510771-pequenas-unidades-productivas-de-palta-registraron-el-88-del-total-de-lugares-de-produccion-certificados
0.5% 5 resultados
- [20] "9. TESIS DE SUSTENTACION.pdf" fechado del 2023-12-20
0.0% 7 resultados
- [21] "1. Tesis Agroturismo Ichocan 2023 - Final.pdf" fechado del 2023-12-19
0.0% 6 resultados
- [22] benefipedia.com/beneficios-que-trajo-al-pais-la-inversion-nacional-y-extranjera/
0.2% 6 resultados
- [23] repositorio.lamolina.edu.pe/handle/20.500.12996/56
0.2% 2 resultados
- [24] scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-94902006000100009
0.0% 1 resultados
- [25] idoc.pub/documents/cultivo-de-soya-en-el-departamento-del-meta1-q6ngkoy361lv
0.2% 4 resultados
- [26] unctad.org/system/files/official-document/tdb62d9_es.pdf
0.2% 4 resultados
- [27] www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-57662021000200099
0.1% 4 resultados
- [28] www.euston96.com/negocios-internacionales/
0.1% 3 resultados
- [29] www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/03/el_comercio_exterior_de_argentina.pdf
0.1% 4 resultados
- [30] www.atmaduanas.com/documentos/reglamento_ley_iva.pdf
0.2% 4 resultados
- [31] [repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24777/Vigo Roque, Jehime.pdf?sequence=2](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24777/Vigo_Roque,_Jehime.pdf?sequence=2)
0.1% 4 resultados
- [32] www.bing.com/ck/a?!&p=d0c456bbf5e8a229JmtdHM9MTcwMjk0NDAwMCZpZ3VpZD0wOTk1Mjg2NC1mYTJLTZlYmYMTVhNC0zYjg5ZmJmZTZmMjEmaW5zaWQ9NTE4Mw&ptn=3&ver=
0.2% 2 resultados
2 documentos con coincidencias exactas

- ✓ [35] www.sice.oas.org/Trade/ARG_CHL/ARG_CHL_text_s.asp
0.1% 3 resultados

- ✓ [36] www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/publication/wcms_829958.pdf
0.1% 3 resultados

- ✓ [37] www.aduanet.gob.pe/servlet/AIGcint?Partida=0804400000
0.2% 3 resultados

- ✓ [38] www.bing.com/ck/a?!&p=84d300a75d16969fJmldHM9MTcwMjk0NDAwMCZpZ3VpZD0yNTFiYzlxZi01MWwLTYyZWQIMmZmMi1kMWYyNTBIMzYzNTlmaW5zaWQ9NTI0OA&ptn=3&ver=2
0.1% 2 resultados

- ✓ [39] www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/CA_Def/CA_Def2022.pdf
0.1% 2 resultados

- ✓ [40] syncro-proyectos.com/las-mercancias-restringidas-y-entidades-reguladoras-en-el-peru/
0.1% 2 resultados

- ✓ [41] www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-65682020000200108
0.1% 2 resultados

- ✓ [42] www.diariodelexportador.com/2018/07/las-mercancias-restringidas-y-entidades.html
0.1% 2 resultados

- ✓ [43] 1library.co/article/recursos-humanos-materiales-metodologia-investigacion.qmjlg18q
0.1% 2 resultados

- ✓ [44] www.orizont.es/del-productor-al-consumidor-las-cadenas-de-distribucion-cortas/
0.0% 1 resultados

- ✓ [45] ventajasydesventajasstop.com/ventajas-y-desventajas-del-comercio-justo/
0.1% 1 resultados

- ✓ [46] es.wikipedia.org/wiki/Superintendencia_Nacional_de_Aduanas_y_de_Administraci3n_Tributaria
0.1% 1 resultados

- ✓ [47] www.gob.pe/institucion/sunat/institucional
0.1% 1 resultados

- ✓ [48] context.reverso.net/traduzione/spagnolo-italiano/regionales_interesadas
0.1% 1 resultados

89 páginas, 16214 palabras

⚠ Se detectó un color de texto muy claro que podría ocultar caracteres utilizados para combinar palabras.

Nivel del plagio: 12.5% seleccionado / 13.9% en total

158 resultados de 49 fuentes, de ellos 40 fuentes son en línea.

Configuración

Directiva de data: *Comparar con fuentes de internet, Comparar con documentos propios*

Sensibilidad: *Media*

Bibliografía: *Considerar Texto*

Detección de citas: *Reducir PlagLevel*

Lista blanca: --

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“CARACTERÍSTICAS QUE INFLUYEN EN LA PRODUCCIÓN LOCAL Y
FACTORES QUE IMPIDEN LA EXPORTACIÓN DE PALTA EN BALSAS-
CHACHAPOYAS, 2023”**

BACH. NANCY MILAGROS HUAMAN OCAS.

BACH. ISABEL MACHUCA CABANILLAS.

Asesor:

Dr. VICTOR MONTENEGRO DIAZ

CAJAMARCA – PERÚ

DICIEMBRE – 2023

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES.**

**“CARACTERÍSTICAS QUE INFLUYEN EN LA PRODUCCIÓN LOCAL Y
FACTORES QUE IMPIDEN LA EXPORTACIÓN DE PALTA EN BALSAS-
CHACHAPOYAS, 2023”**

Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para optar el
Título Profesional de Licenciada en Administración y Negocios
Internacionales

BACH. NANCY MILAGROS HUAMAN OCAS.

BACH. ISABEL MACHUCA CABANILLAS.

Asesor:

Dr. VICTOR MONTENEGRO DIAZ

CAJAMARCA – PERÚ

DICIEMBRE – 2023

COPYRIGHT © 2023 by
NANCY MILAGROS, HUAMAN OCAS
ISABEL MACHUCA CABANILLAS
Todos los derechos reservados

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**APROBACION DE TESIS PARA OPTAR TÍTULO
PROFESIONAL**

**CARACTERISTICAS QUE INFLUYEN EN LA PRODUCCION LOCAL
Y FACTORES QUE IMPIDEN LA EXPORTACION DE PALTA EN
BALSAS- CHACHAPOYAS, 2023**

PRESIDENTE: Dr. Víctor Montenegro Díaz

SECRETARIO: Mg. Luis Felipe Velasco Luza

VOCAL: Mg. Anthony Rabanal Soriano

DEDICATORIA

A nuestros padres que han Sabido formarnos con buenos valores y sentimientos, el cual nos ha ayudado a seguir adelante en los momentos más difíciles; muchos de nuestros logros se los debemos a ustedes que siempre estuvieron motivándonos para alcanzar nuestras metas. También dedicamos a nuestros hijos que son el mayor motivo para seguir adelante y nunca rendirnos y ser un buen ejemplo para ellos.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios quien nos a dado Salud y Sabiduría para seguir adelante en busca de nuestras metas.

A nuestra familia por su comprensión y apoyo constante que tuvieron a nuestra persona a lo largo de nuestros estudios y siempre nos inculcaron a seguir adelante ante las dificultades que se nos presentaba.

Y a todas las personas que se dieron el tiempo y paciencia para apoyarnos en realizar este trabajo.

ÍNDICE

Contenido

DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO	6
INDICE DE TABLAS	9
INDICE DE FIGURAS.....	10
RESUMEN.....	11
ABSTRACT	12
CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Planteamiento del problema	14
1.2. Formulación del problema	19
1.2.1. Problema General.....	19
1.3. Objetivo de la investigación	19
1.3.1. Objetivo general	19
1.3.2. Objetivos específicos.....	20
1.4. Justificación de la investigación	20
CAPITULO II. MARCO TEORICO	22
2.1. Antecedentes del problema	23
2.1.1. A nivel internacional.....	23
2.1.2. A nivel Nacional.....	24
2.1.3. A nivel Local.....	27
2.2. Teorías que sustentan la investigación	28
2.2.1. Bases teóricas	28

2.3. Definición de términos básicos	30
2.3.1. Exportación	30
2.4. Hipótesis de la investigación	34
2.5. Operacionalización de variables	35
CAPITULO III. METODO DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.1 Metodología de la investigación	37
3.2 Nivel de Investigación	37
3.3 Unidad de análisis, universo y muestra	38
3.4 Métodos de investigación	38
CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	40
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	90
ANEXOS	94

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	35
Tabla 2. Distribución de las edades de las personas	43
Tabla 3. Estacionalidad de producción	43
Tabla 4. Estacionalidad y exportación por países.	43
Tabla 5. Producción y hectáreas certificadas.....	46
Tabla 6. Producción y costo de empresas exportadoras.....	48
Tabla 7. Producción y costo de productores locales en Balsas.....	48
Tabla 8. Costo de exportación	48
Tabla 9. Ganancia de exportación para exportadores.....	49
Tabla 10. Partida Arancelaria de Palta.....	56
Tabla 11. Tiempo de refrigeración de la palta.	56
Tabla 12. Resultado del análisis de exportación	68
Tabla 13. Edades de los entrevistados	73
Tabla 14. Grado de instrucción de los entrevistados.....	74
Tabla 15. Data de entrada para Cronbach.....	80
Tabla 16. Respuesta de la encuesta Cronbach	81

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Comparativa de crecimiento de exportación	19
Figura 2. Ubicación de Balsas - Chachapoyas.....	42
Figura 3. Producción por Hectárea en Toneladas.	49
Figura 4. Embalaje para exportación de palta.....	57
Figura 5. Colocación de cajas de palta (Palet).....	58
Figura 6. Contenedor para exportación de palta.....	58
Figura 7. Empaque de caja para exportar.....	60
Figura 8. Diagrama de permisos para exportación.....	62
Figura 9. Principales países exportadores.....	70
Figura 10. Valor de importación en millones por país.....	71
Figura 11. Edades de los entrevistados	73
Figura 12. Grado de instrucción de los entrevistados	74

RESUMEN

Esta investigación se desarrolla en la zona de Balsas-Chachapoyas para identificar las características en la producción local y factores de la exportación de palta siendo una zona muy rica geográficamente y teniendo todas las condiciones de producción; teniendo una metodología de investigación aplicada y tipo transversal descriptivo ; obteniendo como resultados de palta siendo su población de 15 a 29 años con 25%, 30 a 44 años con 40%, 45 a 64 años con 25% y 65 años y más 10%; teniendo un grado de estudio de instrucción: Primaria completa 5, Secundaria completa 37, técnico superior 17 y Universitario 12; obteniendo como resultado que Las características en la producción local es una cultura desarrollada de adquisición de dinero rápida a través del alquiler de sus terrenos a exportadores terceros y una producción local pequeña y los factores es un desconocimiento en cómo se produce la exportación en sus diferentes niveles, ni como la adquisición de los permisos en DIGESA, PRODUCE, SENASA y SUNAS; en una primera instancia el modelo más recomendable dado que el factor económico es el más fuerte y la falta de conocimientos, el mejor modelo es de Asociación u cooperación para poder acceder a las diferentes charlas, conferencias, créditos, etc.

Palabras Claves: Exportación, Palta y Administración

ABSTRACT

This research is carried out in the Balsas-Chachapoyas area to identify the characteristics of local production and factors of avocado export, being a very geographically rich area and having all the production conditions; having an applied research methodology and descriptive transversal type; obtaining the results of avocado being its population from 15 to 29 years old with 25%, 30 to 44 years old with 40%, 45 to 64 years old with 25% and 65 years and over 10%; having a level of educational study: Complete Primary 5, Complete Secondary 37, Higher Technical 17 and University 12; obtaining as a result that The characteristics in local production is a developed culture of quick money acquisition through the rental of land to third-party exporters and a small local production and the factors are a lack of knowledge of how exports occur at different levels. , nor the acquisition of permits in DIGESA, PRODUCE, SENASA and SUNAS; In the first instance, the most recommended model given that the economic factor is the strongest and the lack of knowledge, the best model is Association or cooperation to be able to access the different talks, conferences, credits, etc.

.

Keywords: Export, Avocado and Administration

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

A continuación, se presentan las bases teóricas que sustentan la investigación, respecto a la participación de las empresas frutales en arándano y palta con potencial de exportación en la zona de Celendín – Cajamarca.

Al mencionar las bases teóricas en el comercio internacional, se establece que las principales actividades económicas como las exportaciones e importaciones conforman actividades económicas donde se vende o compra al mercado extranjero. En ese contexto, la liberalización del comercio internacional consiste en la reducción de los diferentes tipos de barreras que puedan impedir el libre intercambio de bienes y servicios (Carpio & Sandoval, 2017).

Asimismo, los autores establecen que existen distintos beneficios del comercio internacional, tales como la apertura de mercados, menores costos de producción, mayor competitividad e intercambio de aprendizaje e innovación, así como también una capacidad de producción en constante crecimiento, acceso a mejor tecnología y un incremento de la calidad en la oferta de productos y servicios (OCDE, 2017). Por otro lado, Waters (1995), citado por Aguilar, Guerra & Cabral (2006), define a la globalización como un proceso social en el que las restricciones geográficas y las formas distintivas sociales y culturales son sobrepasadas y en el que los individuos toman conciencia de tal situación.

Para el autor, el concepto de globalización comprende un proceso de creciente internacionalización en los sectores económicos y en las nuevas relaciones internacionales entre países.

En consecuencia, Mateus & Brasslet (2002), afirman que la globalización puede lograr que las empresas se expandan dentro de los mercados internacionales y mejoren sus procesos productivos, distributivos y de consumo.

Así también, Aguilar, Guerra, & Cabral (2006), proponen que la globalización es una consecuencia de los grandes avances en las comunicaciones y en la tecnología de la información, lo cual, a su vez, trae como resultados ciudadanos globales que exigen menores precios, mejor calidad y

servicios de excelencia. De esta forma, se puede inferir que la globalización puede ayudar a la expansión de los mercados y al aumento de la competencia, creando grandes oportunidades para el desarrollo, no sólo de las empresas, sino también del país. Es así como, para poder afrontar estos nuevos retos que se pueden presentar en un entorno más competitivo, las empresas tienen que realizar diversos ajustes o transformaciones.

Kotler & Keller (2006) establecen que, dentro del proceso de planificación de una empresa, existen cuatro actividades que se deben realizar: definir la misión corporativa, establecer las unidades estratégicas del negocio, asignar recursos a cada una de estas unidades y evaluar nuevas oportunidades de crecimiento. Ante ello, existen varias oportunidades de crecimiento para las empresas.

La primera opción es la oportunidad de crecimiento intensivo, la cual tiene como objetivo hallar oportunidades para lograr un mayor crecimiento en los negocios actuales. La segunda opción, está conformada por las oportunidades de crecimiento integrado, la cuales se enfocan en identificar oportunidades para la adquisición o creación de negocios que estén relacionados con los negocios actuales.

Por último, las oportunidades de crecimiento diversificado conforman la tercera opción, las cuales consisten en encontrar oportunidades para añadir negocios más atractivos pero que no tengan relación con los negocios actuales. La política de economía internacional tiene como objetivo estabilizar los precios locales, los gobiernos se preocupan por el bienestar nacional, puede, no obstante, no cubrir con todas las necesidades de la economía y mantener mercados de seguros (Saggi, 2016).

Este año se ha certificado 39,645 hectáreas, situadas en 17 regiones del país. Cabe resaltar, que las regiones donde se concentra la mayor cantidad de pequeños productores de palta son: Ayacucho, Ancash, Lima, Arequipa, purímac y Huancavelica, regiones que trabajan de forma articulada con SENASA para lograr certificar sus campos oportunamente, para poder exportar con mayores facilidades. (Quispe & Dickey, 2023)

La demanda mundial de la palta continúa en crecimiento y los productores peruanos siguen sembrando más áreas con este cultivo; en ese contexto, es fundamental la sinergia entre el SENASA y la agricultura familiar para seguir integrándolos y que día a día se vayan sumando al desarrollo agrario y teniendo mayor rentabilidad para la mejora de su calidad de vida y mayores oportunidades. (Quispe & Dickey, 2023)

La Libertad, Lima, Lambayeque e Ica son las principales regiones donde se produce palta hass, y estas zonas concentran el 83 % de hectáreas productivas que tiene el país. Es más, en los últimos 3 años, ha ocurrido un incremento de estos terrenos al sur: Huancavelica, Ayacucho y Cusco pasaron de 1100 a 2000 hectáreas (el 95 % de la producción de este tipo de palta se exporta). Prohass estima que en esta campaña 2021 aumente en 10 % la producción. (Abanto & Marruffo, 2023)

El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, a través del SENASA, certificó 70 lugares de pequeños productores de palta en Yauyos, Cañete y Huarochirí, y su meta es llegar a 120 este año. Con esto, se busca que el documento CLP sirva de garantía de que el proceso productivo de la palta cumplió con los requisitos establecidos por los diferentes países. Las tendencias mundiales en torno al “oro verde”, como lo denominan internacionalmente, ha motivado planes de expansión de empresas del sector centrados en intensificar más hectáreas

de palta. Cabe mencionar que las exportaciones acumuladas a febrero crecieron en 76 %, alcanzando un valor FOB exportado de más de \$39 millones. (Cuadros, 2023)

Mercados consolidados. El Perú ocupará el primer lugar como exportador mundial de arándanos este 2022, por cuarto año consecutivo, debido al mejor desempeño de los envíos, de acuerdo con las proyecciones de la Asociación de Exportadores (Adex). La jefa de consultoría y proyectos de la Asociación de Exportadores (Adex), Lizbeth Pumasunco, informó que desde el 2019 nuestro país lidera el ranking mundial exportador con este fruto tropicales y semi tropicales. “A escala mundial, el Perú se ubica en el primer lugar como país exportador desde el 2019, posición que se ha mantenido en el 2020 y en el 2021”, declaró al Diario Oficial El Peruano.

De acuerdo con cifras de la Sunat, entre los meses de enero y agosto del presente año, las exportaciones de palta alcanzaron un valor de US\$ 847 millones, lo que reflejó una caída del 9.5% con respecto a similar periodo de 2021 (US\$ 936 millones). Cabe mencionar que el valor registrado durante este año fue mayor a los de 2020 y 2019, cuando se produjeron envíos por US\$ 721 millones y US\$ 737 millones, respectivamente. (Quispe & Dickey, 2023)

El Centro de Comercio Exterior (CCEX) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) comunicó que las exportaciones de frutas tropicales están obteniendo mucha más demanda en los mercados internacionales; y es que en agosto del 2019 las exportaciones de esta fruta presentaron la suma de 361 millones de dólares obteniendo un crecimiento del 18,5% con respecto al año anterior, de manera que Perú actualmente se encuentra posicionado como el tercer exportador mundial de palta. Estados Unidos encabeza la lista de los mercados para el destino del producto peruano, con un valor de 165 millones

700 mil dólares, 20% más que en el año 2018; Hong Kong y Holanda ocupan el segundo y tercer destino de palta con 52 millones de dólares y 32 millones de dólares en exportaciones; otros países importadores de nuestras paltas frescas son Chile, México y California del centro y sur (Cámara de Comercio de Lima, 2019).

Las exportaciones peruanas de palta fresca en los últimos 10 años han tenido un crecimiento sostenido. En 2013, el Perú exportó 184,8 millones de dólares en palta fresca, cifra que se incrementó a 887,5 millones de dólares en 2022. Esto representa un crecimiento de 470% en el período. (Pairazama, 2023)

En términos de volumen, las exportaciones peruanas de palta fresca también han tenido un crecimiento significativo. En 2013, el Perú exportó 280,8 mil toneladas de palta fresca, cifra que se incrementó a 528,7 mil toneladas en 2022. Esto representa un crecimiento de 89% en el período. En los últimos años, el Perú se ha consolidado como el tercer exportador mundial de palta fresca, detrás de México y Chile. (Pairazama, 2023)

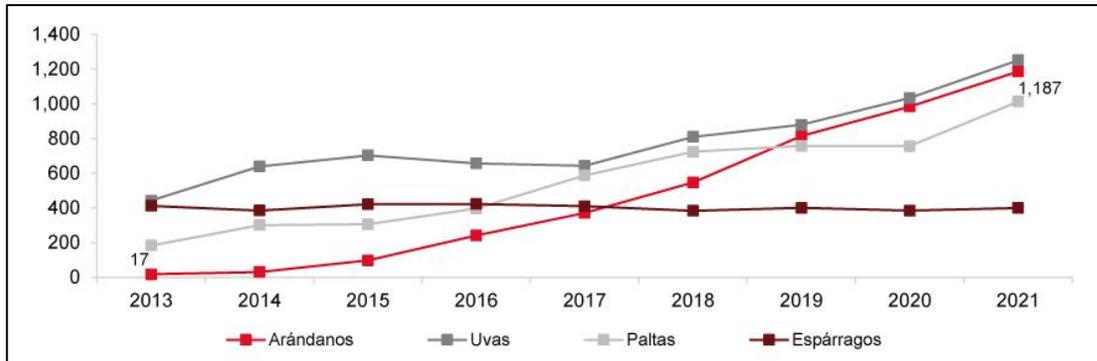
Los principales destinos de las exportaciones peruanas de palta fresca son:

- Países Bajos: 262,8 millones de dólares (29,7%)
- Estados Unidos: 228,4 millones de dólares (25,7%)
- China: 133,7 millones de dólares (15,0%)
- Reino Unido: 79,2 millones de dólares (9,0%)
- España: 60,5 millones de dólares (7,0%)

Para la cámara de comercio exterior existen zonas totalmente adecuada para productos frutales como la palta que están creciendo constantemente en

ventas al exterior; teniendo un amplio mercado de selección en Europa, Asia y China.

Figura 1.
Comparativa de crecimiento de exportación



Fuente: Comex-Perú, Comparativa de crecimiento de exportación.

Se observa en la figura que la producción de palta desde el año 2013 al año 2018 ha tenido un crecimiento constante, para los años 2020 a disminuido y en el año 2021 ha tenido un crecimiento considerable.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General

¿Cuáles son características en la producción local y los principales factores de la exportación de palta en la zona de balsas - Chachapoyas?

1.3. Objetivo de la investigación

1.3.1. Objetivo general

- Identificar las características que influyen en la producción local y factores de exportación de palta en balsas-chachapoyas, 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar las características en la producción local de palta en la zona de Balsas – Chachapoyas.
- Identificar los factores de exportación de palta en la zona de Balsas- Chachapoyas.

1.4. Justificación de la investigación

El crecimiento económico en la exportación de frutas tropicales a nivel mundial en palta exige que la exportación de frutas de zonas tropicales sea más requerida a nivel nacional, por lo que la zona de balsas siendo ceja de selva reúne todas las condiciones climatológicas y de producción en frutas tropicales. La importancia de esta investigación es establecer cuáles son los factores en las exportaciones de palta siendo un producto bandera a nivel nacional y teniendo todas las condiciones geográficas, climatológicas, cultivo y desarrollo para poder exportar palta en la zona de balsas; se ha observado que las frutas tropicales tomaron mayor relevancia por sus propiedades nutricionales y el requerimiento de estos por parte de Europa, Asia e India, específicamente en la palta. Observando el desarrollo de la zona desde el punto de vista social se observa que la mayor parte de poseedores de los terrenos y producción es derivada a mercados locales o enviados a la capital sin ser aprovechados económicamente, ni generando un ingreso directo y rentable a las familias si no como una actividad tradicional.

Se busca estudiar cuales son los factores en la exportación de palta para la zona de Balsas, dado que reúnen todas las condiciones geográficas y climatológicas, observando que tiene un gran potencial de exportación y una gran demanda existente en Estados Unidos de América, Francia y china reuniendo todas las condiciones para poder aprovechar este producto. Esto nos ayudara a comprender por qué un producto natural con una gran demanda a nivel mundial

no puede ser exportado, teniendo la materia prima a la mano y no están tomando su valor real. La producción solo se está quedando en el mercado local y nacional; siendo su comercialización un proceso rutinario sin expectativas de crecimiento o solo por temporada sin generar un ingreso económico adecuado.

Se puede observar que existen productos de palta que se producen en la zona de Balsas – Chachapoyas; que constantemente podrían ser exportados hacia otros países convirtiéndose en una zona de alto potencial de exportación.

CAPITULO II. MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes del problema

2.1.1. A nivel internacional

En la investigación presentada por Fernández (2018), tuvo como objetivo desarrollar un modelo de gestión asociativa para agrupar a los productores de café de la Asociación Artesanal de Centro de Comercialización de Productos Agropecuarios Tipishca con la finalidad de definir nuevas estructuras productivas y comerciales que genere las capacidades suficientes para que los productores y la comunidad mejoren sus ingresos y por ende su calidad de vida. Como resultado se obtuvo que el 66% de los productores encuestados considera que siempre existe una meta social que logra aunar los esfuerzos de los integrantes de la organización. Por otra parte, el 24% considera que únicamente a veces se sienten parte del desarrollo asociativo, y el 10% restante evidencian la falta de una meta social clara y definida. En este sentido, sólo el 46% de los productores encuestados afirma que siempre se garantiza una intervención democrática para tomar decisiones, elemento clave para que la asociación trabaje eficientemente. investigación, una de sus conclusiones da a conocer que la Asociación Artesanal de Centro de Comercialización de Productos Agropecuarios Tipishca, al no tener una estructura formal, carece de herramientas administrativas y productivas que favorezcan la mejora en sus procesos de producción, teniendo una gestión deficiente.

Para Gutierrez López (2019) en su investigación el objetivo principal de esta investigación es analizar las exportaciones de aguacate Hass en Colombia principalmente en el Valle del Cauca, durante los años 2015 a 2019 se estudia el nivel competitivo del departamento en este periodo de tiempo respecto al resto de los departamentos en Colombia. Sin embargo, el país se ha presentado un aumento en las exportaciones, lo que ha mostrado un crecimiento en los mercados extranjeros, sigue siendo uno de los países que

menos produce aguacate Hass de exportación de aguacate es Antioquia con un 42%, Caldas con un 16%, Tolima con un 12%, Santander con un 8%, Valle del Cauca con un 6%, Risaralda con un 5%, Quindío y Bolívar cada uno con un 4% y Cesar con un 3%, en el cual estos 9 departamentos representan el 96% de la producción nacional de aguacate.

2.1.2. A nivel Nacional

En la investigación realizada por Astete & Escudero (2019), la palta es un fruto del árbol Palto, originario del Centro y sur de México, en el Perú las dos variedades de mayor producción son la Hass y Fuerte. La producción de esta última representa aproximadamente el 50% del total de la producción peruana, siendo casi en su totalidad dirigido al mercado nacional, oferta exportable no aprovechada, ya que tan solo exporta un 3% a países como España y Países bajos condicionado por diferentes factores internos. La presente investigación tiene como objetivo principal explicar si los factores internos categorizados en Orientación Internacional, costos y mercadeo influyen en la exportación de palta fuerte desde la perspectiva del agricultor en la provincia de Huarochirí durante el periodo 2015 - 2019. Para el desarrollo se aplicó el método cualitativo con un diseño fenomenológico. Asimismo, para la recolección de información se realizaron entrevistas semiestructuradas a 12 agricultores y 10 expertos en el rubro de la exportación de palta que ayudaron a mejorar la visión de la investigación representantes de Sierra exportadora, SENASA y PROMPERU. Estas entrevistas fueron transcritas, codificadas y analizadas en el programa de Atlas Ti.

Para Galliquio (2022), tuvo como principal objetivo, identificar los factores externos y exportaciones de palta de las PYMES antes de la crisis Sanitaria, región Ica ,2019, para ello en esta investigación se aplicó un diseño

transversal, puesto que se busca medir la incidencia e interrelación de variables en un año específico, 2019. La población de la presente investigación estuvo conformada por 54 profesionales, y se tomaron como muestra 30 especialistas (Gerentes, Ingeniero agrícola, Exportadores) que se encuentran laborando en dichas empresas de la región de Ica. La técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento un cuestionario de 15 preguntas aplicado a los operadores. Los resultados del análisis de la relación entre las variables del estudio señalan que los factores externos presentan una significativa relación con las exportaciones de palta de las Pymes en la región Ica, 2019. En cuanto a las medidas descriptivas se observa que el factor programa de apoyo presenta un mayor promedio con respecto a los otros factores; le sigue el factor barrera comercial y en cuanto a los resultados hallados en las pruebas de hipótesis; se aplicó el método de Spearman, mediante el cual se pudo determinar la correlación entre variables. En la prueba de la hipótesis general se halló un coeficiente de correlación de $Rho = -0,894$; y un valor $p=0,041$. Como el valor $p = 0,041 < 0.05$ por lo que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Lo que significa que existe una correlación alta negativa entre los factores externos y las exportaciones de palta en la región de Ica, 2019.

En la investigación publicada Galiano (2022), tiene como objetivo general determinar la relación que existe entre la asociatividad empresarial y el nivel de exportación de palta Hass en los Productores Frutícolas de Palta del Valle, Cusco – 2022. El carácter metodológico de la investigación corresponde a un estudio de tipo aplicada, con un diseño no experimental, de corte transversal, la población de productores de palta Hass estuvo compuesto por 135 de los cuales a través del método de muestreo probabilístico se determinó un tamaño de muestra de 101 productores, la técnica fue la encuesta que fue desarrollado en función a los indicadores. Los resultados muestran que el nivel de asociatividad empresarial de los productores de la Frutícolas de Palto

del Valle es regular según el 62% de los productores, asimismo un 60% considera que el nivel de exportación es medio con una tendencia a bajo. Las conclusiones demuestran que las variables asociatividad empresarial y exportación se relacionan entre sí, con un valor del coeficiente Rho de Spearman de 0,595, lo que indica que dicha relación es positiva moderado y con un nivel de significancia de ($p= 0,000 < 0,05$). Asimismo, las dimensiones núcleos empresariales, Joint Venture y alianzas estrategias están asociadas de manera significativa con la exportación con valores de Rho de Spearman de (564) (0,342) (505) respectivamente.

Para la investigación Rodríguez & Villafuerte (2019), El objetivo de la presente investigación fue evaluar los factores que influyen en la exportación de arándanos frescos en la región de La Libertad 2015 – 2019. Se empleó un método cualitativo de tipo descriptivo y con un diseño no experimental transversal. El instrumento empleado fue a través de una entrevista semiestructurada a profundidad, la cual consistía de 22 preguntas abiertas. Además, se eligió una muestra no probabilística intencional. En primera línea, participaron 3 ejecutivos del área de exportaciones de las principales empresas exportadoras de arándanos frescos de la región de La Libertad que son Camposol, Agrícola Cerro Prieto, Hortifrut – Peru y Hortifrut – Tal, estas dos últimas pertenecen al mismo grupo empresaria I, por lo que se entrevistó a un solo participante. Gracias a la recopilación de información se confirmó que los factores que influyen en la exportación de arándanos frescos en el periodo de estudio son la demanda internacional, la estacionalidad de la cosecha del fruto, el desempeño exportador y las nuevas tendencias de los hábitos de consumo. Además, se explica cómo estos factores influyen directamente con las exportaciones del fruto, por lo que se han encontrado subcategorías por cada una de ellas.

2.1.3. A nivel Local

Por otro lado con Cotera (2021), en su objetivo tuvo que identificar las características de la cadena de valor de la producción de aguaymanto en la cooperativa productores unidos para el desarrollo de Bambamarca para el incremento de la oferta exportable al mercado español, 2021. Esta investigación es tipo descriptivo, con diseño no experimental. La población considerada es de 250 productores y mediante el muestreo probalístico se estableció que la muestra es de 132 productores, en los que se desarrolló el cuestionario previamente estructurado, conformado por 23 preguntas. El instrumento fue diseñado a partir de los indicadores que correspondientes a las dimensiones y variables en estudio. La investigación determino que la eficiencia en relación a la cadena de valor es deficiente 42.00% de los procesos evaluados, los procesos de la cadena de valor necesitan un proceso de mejora continua para el incrementa la oferta exportable del producto

La investigación presentada Cotrina & López (2022), tuvo como objetivo determinar las barreras que limitan la exportación en las empresas agroexportadoras ubicadas en el departamento de Cajamarca en el año 2022. Fue de enfoque cuantitativo y cumple las veces de una de tipo descriptivo, cumpliendo los cánones de una investigación de nivel descriptivo también. La metodología que sigue es la inductiva, cuyo diseño es no experimental transversal. La población seleccionada fueron especialistas pertenecientes a las empresas agroexportadoras situadas en la región Cajamarca durante el año 2022, por su parte la muestra se conformó por 10 de estos especialistas. La técnica de recopilación de datos fue la entrevista y el instrumento al guion de entrevista. Los datos recopilados se obtuvieron a partir del diseño de una guía de entrevista, la misma que se aplicó a 10 expertos del sector, los mismos que

actualmente laboran en las principales empresas exportadoras y lo que le ha brindado al estudio un plano práctico sólido fruto de la información que se ha podido obtener de la aplicación de dicho instrumento. Finalmente, la investigación pudo identificar los principales factores vinculados a los aspectos internos y externos de la actividad de exportación desarrollada por las empresas agrarias de la región Cajamarca.

Presentado la investigación Salazar (2021), el estudio se realiza en el valle del Jequetepeque, región Cajamarca, es apto para producir palta de variedades Hass y Fuerte para el mercado nacional y mundial. Pero, los rendimientos en esta región son inferiores al de las empresas agroexportadoras de palta de la costa peruana, dotadas de alta tecnología. Por ello, el objetivo es evaluar el efecto de mejorar la tecnología de producción en la instalación y mantenimiento del cultivo de palta en la cuenca del Jequetepeque, sobre la rentabilidad del pequeño y mediano productor de palta. La evaluación ex – ante de los impactos de la implementación de innovaciones tecnológicas en la rentabilidad del cultivo de palta, se hizo con un modelo de presupuesto parcial en entorno de riesgo en una hoja de cálculo en Excel aumentado con el Software @Risk, que permitió obtener el coeficiente beneficio-costos que demostró que las tecnologías innovadoras incrementarán la rentabilidad por hectárea en la instalación y en el mantenimiento del cultivo. También se demostró que, al no implementar mejoras tecnológicas, la pérdida anual del cultivo en la instalación sobrepasaría los 7 millones de soles, y por mantenimiento superará los 8.5 millones de soles.

2.2. Teorías que sustentan la investigación

2.2.1. Bases teóricas

Se debe de entender que la exportación en nuestro país se basa en inversiones extranjeras o programas de promoción a las Exportaciones (en adelante PPE) son, según Lages y Montgomery (2005, como se citó en Wang, Chen, Wang y

Li, 2016), medidas de política pública ofrecidas a las empresas nacionales con el objetivo de mejorar su competitividad internacional. De igual modo, Francis y Collins-Dodd (2004) plantean que el objetivo de los PPE es incrementar el rendimiento de las exportaciones a través de la creación de estrategias, las cuales mejoran sus recursos y capacidades, especialmente para las pequeñas y medianas.

El aumento de la integración en los mercados mundiales puede fomentar el crecimiento económico y la producción de bienes comercializados. Esto es particularmente crítico para los países de bajos y medianos ingresos donde aumentan las exportaciones agrícolas, especialmente de productos agrícolas de alto valor, como frutas y verduras frescas. Se promueve como una estrategia de desarrollo en favor de los pobres, a pesar del fuerte aumento de las exportaciones agrícolas, Perú es un importador neto frutas tropicales, lo que implica esa participación en el comercio internacional ha sido propicia para el crecimiento económico (Schwarz & Mathijs, 2019).

Asimismo, Lederman et al. (2010, como se citó en Comi y Resmini, 2019), indica que estas políticas incluyen diversas actividades como la formación en procedimientos de exportación, suministro de información acerca de oportunidades de mercado, asesoramiento, organizaciones de misiones o ferias internacionales y reuniones con potenciales clientes. Los autores Cavusgil y Yoeh (1994, como se citó en Wang, Chen, Wang y Li, 2016) coinciden en las actividades mencionadas antes y, adicionan a su vez, las actividades de apoyo financiero y garantías para las empresas. Por su parte, Hollensen (2007, como se citó en Figueredo, 2019), clasifica estas actividades en cuatro tipos: apoyo financiero, servicios de información, actividades de facilitación de las exportaciones y educación y entrenamiento. Finalmente, Belloc y Di Maio (2011, como se citó en Del Águila, 2019), señalan que algunos PPE contribuyen con las empresas exportadoras a través de subsidios otorgados, tasas de seguro favorables y condiciones financieras ventajosas.

La internacionalización de las empresas se define como un proceso gradual comprometiendo sus recursos en un país extranjero a medida que vaya adquiriendo experiencia y conocimiento en este proceso. A lo largo de los años las investigaciones sobre la internacionalización han aumentado, de tal modo que se han establecido diversos modelos sobre este tema.

Las empresas han cambiado con el tiempo, y este proceso ha sido acelerado por el proceso de la globalización que ha abierto nuevos paradigmas, uno de los procesos más relevantes para las empresas debido la globalización es la internacionalización, con esto se refiere a la entrada de las empresas a mercados extranjeros, el cual se desarrolla con la visión de contribuir al crecimiento de la empresa, generar valor y contribuir en el desarrollo económico del país. Aquino & Quijandria (2019) consideran que la internacionalización empresarial hace que sea más fácil los vínculos entre la empresa y los mercados internacionales

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Exportación

Es el resultado de las ventas de insumos más los servicios que se puedan ofrecer en el exterior. Es decir, los productos que se produzcan en un país deben ser enviados a otro con fines netamente comerciales; que generan operaciones transfronterizas y créditos. También existen dos tipos de exportación, la directa y la indirecta, puede notarse la diferencia cuando existe o no presencia de intermediarios en la distribución de los bienes y servicios.

Respecto a la postura de Daniels, Rabebaugh y Sullivan (2018), el concepto de las exportaciones corresponde a la venta o intercambio de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; se puede entender que es una

transferencia de una propiedad entre habitantes de diferentes países. El vendedor puede ser llamado “exportador” y el comprador “importador”.

2.3.2. Exportaciones Tradicionales

Primero se deberá establecer que un producto se considera tradicional desde el punto de vista de comercio internacional cuando el valor agregado en su proceso de producción u obtención no es lo suficientemente importante como para transformar su esencia natural. Es así como las exportaciones tradicionales en un país pueden ser de relevante significado en la economía nacional y en la balanza comercial registrada, debido a que esta actividad es la principal, sobre todo en economías que no se dedican a la alta manufactura y transformación de los productos que producen.

2.3.3. Exportaciones No Tradicionales

Las exportaciones no tradicionales se componen por el comercio de productos que se comercializan con muy poca frecuencia y que el país no depende de ellos. Estos productos o servicios cuentan con un valor agregado que los posiciona en la mente del consumidor a partir de sus atributos o características que diferencian de la competencia. Es así que la exportación no tradicional implica un proceso aún más exhaustivo al hacer revisión de mayores aspectos, en comparación a las exportaciones tradicionales, las cuales guardan una nomenclatura más general y específica.

2.3.4. Beneficios y errores de la exportación

a) Beneficios

De acuerdo a PromPeru (2012) algunos de los beneficios de exportar son los siguientes.

- Se puede mejorar los precios y conseguir mayor rentabilidad.
- Incrementar las ventas a través del aumento de pedidos de compra extranjera.

- Ingreso a mercados mas amplios con mayor variedad de preferencia.
- Reducir costos unitarios mediante el incremento en los volúmenes de producción.
- Internacionalizar la imagen de la empresa.
- Gracias a los acuerdos comerciales internacionales (TLC) vigentes que Perú tiene se puede adquirir competitividad en los precios.

b) Errores.

- No realizar ni ejecutar un buen plan de exportación.
- No estudiar a profundidad los mercados a fin de encontrar el mercado objetivo.
- No solicitar asesoramiento especializado.
- No respetar las fechas programadas para el envío de los productores.
- No satisfacer los requerimientos de calidad del producto establecidos por el cliente.

2.3.5. Restricciones y Prohibiciones

En el Perú existe la libertad de comercio exterior; SUNAT (2020) afirma que existen mercancías restringidas y prohibidas para la exportación e importación, estas restricciones y prohibiciones se han establecido para proteger o preservar la salud y vida de las personas, la moral pública, el histórico y cultura, así como conservar los recursos naturales. Asimismo, la SUNAT define a estos tipos de mercancías de la siguiente manera:

- Mercancías prohibidas, no pueden entrar o salir del territorio nacional.
- Mercancías restringidas, requieren la autorización de una o mas entidades competentes para ser sometidas a un determinado régimen aduanero.

2.3.6. Comercio exterior

Es el intercambio comúnmente de productos por dinero, con la peculiaridad de que se debe atravesar una frontera. Dicha frontera se conoce como aduanas, donde cada estado controla la entrada y salida de productos.

2.3.7. Arancel

Es el impuesto pagado por el importador para poder introducir sus productos en un país. Estos impuestos se encuentran establecidos en el Arancel de Aduanas y pueden ser de diversos tipos: Ad Valorem (el mas utilizado), específico, compuesto, mixto, y variable (PromPerú. 2012).

2.3.8. Clasificación Arancelaria

PromPerú (2012) afirma que la clasificación arancelaria peruana consta de diez dígitos, los ocho primeros dígitos pertenecen a la nomenclatura usada por los países de la comunidad Andina (NANDINA) y los dos últimos son utilizados para una clasificación mas detallada de los productos a nivel país.

2.3.9. Envase y embalaje

Ospina (2015). El envase es aquel que permite contener y conservar un producto. Permiten realizar las actividades de almacenamiento, transporte y distribución de las cargas, gracias a esto todos podemos transportar hasta nuestros hogares y conservarlos hasta el momento de su consumo; conserva, protege y da seguridad al producto para que este llegue en perfectas condiciones al consumidor final. También facilita la trazabilidad y refleja el diseño y estilo empresario quiera dar a partir de la imagen, color o forma del producto, un aspecto fundamental a considerar es el packaging el cual protege, informa y permite la venta e identifica la marca.

Ospina (2015), el embalaje se puede definir como el, conjunto de materiales, accesorios y demás elementos -8envase, empaque, envoltura), preparados para el transporte, almacenamiento y distribución de los productos, cerciorando que lleguen en perfecto estado al consumidor. También gracias al embalaje es que el producto llegue a manos del receptor sin que este pueda sufrir daños o mermas.

2.3.10. Importación

Consiste en el ingreso legal de mercancía proveniente de otro país, que puede ser más barata o de mejor calidad; en otras palabras, es la compra o venta de bienes y servicios provenientes del exterior y que serán para el consumo de un territorio.

2.3.11. Operaciones de Perfeccionamiento

Se trata de afinar las materias primas o productos semielaborados en productos terminados por encargo de un socio extranjero a cambio de honorarios.

2.3.12. Compañías de Proyectos en el Extranjero

Es conformada por los entes autónomos que se sitúan en el extranjero (jurídica y económicamente) instituido, financiado y provocado en el mercado por un consorcio de empresas. En los primeros períodos, cada compañía debe tener un capital suficiente para actuar por sí mismo sin ayuda del consorcio.

2.4. Hipótesis de la investigación

La hipótesis descriptiva no necesita comprobarse.

2.5. Operacionalización de variables

La operacionalización de variables nos muestra que existe una vinculación entre la “Metodología utilizada”, para analizar características que influyen en la producción local y factores que impiden la exportación de palta en balsas-chachapoyas.

Tabla 1. *Operacionalización de variables*

Variable	Definición	Indicador (es)	Instrumento (s)
Independiente: Características en la producción local	Procesos de agricultores de producción tradicional de palta para el mercado local	Característica: -Ubicación geográfica -Estacionalidad de producción -Crecimiento económico en la producción. -Tipo administración productiva.	-Observación directa y entrevista
Dependiente: Factores de exportaciones de palta	Características necesarias para que un producto pueda ser exportado	-Estándares del producto -Certificaciones a nivel nacional -Principales mercados de exportación e importación	-Análisis documentario

CAPITULO III. METODO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Metodología de la investigación

A. APLICADA: Según, Borja (2016) para que una investigación sea de tipo aplicada cuando una o las variables se someten a un proceso de evaluación para que siga ciertos requerimientos o pasos”. Es aplicativo se analizará las características de producción local que impiden las exportaciones de palta.

B. NO EXPERIMENTAL TRANSVERSAL DESCRIPTIVO SIMPLE: Según Álvarez (2020), por lo que se plantea el análisis descriptivo de un punto “A” – “B”, describiendo los fenómenos que ocurre en la variable dependiente, describirá lo que ocurrió en el tiempo de análisis, observación directa y entrevistas durante el mes de julio a agosto dado que la investigación es de carácter transversal, en donde se analizara los factores críticos que no permiten la exportación de la palta.

3.2 Nivel de Investigación

a) EXPLORATORIO: Se lleva a cabo un estudio Exploratorio cuando se analiza un tema o problema de investigación el cual no se ha discutido antes, por lo tanto, la literatura actual muestra poca relación con el problema de estudio. También si deseamos investigar sobre temas y áreas desde una nueva perspectiva (Sampieri, 2014). La presente investigación tiene un nivel de investigación exploratorio porque describe las características de la producción local de palta en la zona de Balsas.

b) DESCRIPTIVO: se utiliza el estudio descriptivo cuando se quiere priorizar las características que puede ser sometido a un análisis. La investigación tiene un alcance descriptivo, ya que se busca describir los principales factores de exportación de palta. Asimismo, el nivel descriptivo nos permite analizar los resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada para el desarrollo de la producción de palta en la zona de Balsas.

3.3 Unidad de análisis, universo y muestra

Para el universo desde una perspectiva estadística, se denominada al conjunto de sujetos o elementos que serán motivo de estudios en un rango más amplio donde se observara el conjunto y no las características (Borja, 2016). Para esta investigación serán la zona de estudio de balsas – Chachapoyas.

- a. **LA MUESTRA:** El estudio es un subgrupo representativo de la población (Borja, 2016). Para la investigación la muestra está conformada por todos aquellos propietarios que producen palta en la zona de balsas - Chachapoyas.

- b. **MUESTREO:** según Álvarez (2020), la unidad de análisis será **NO PROBABILÍSTICO NO ESTADÍSTICO POR CONVENIENCIA** es una técnica de muestreo donde las muestras se recogen por medio de un proceso que no les brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados; para esta investigación **ES POR CONVENIENCIA** dado que a partir de ver el potencial de exportación en Balsas – Chachapoyas y entender por qué no se puede exportar este fruto.

3.4 Métodos de investigación

El método analítico de **OBSERVACIÓN DIRECTA** es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. (Álvarez 2020)

Para esta investigación se analizará las partes de las empresas en su conjunto e individualmente las cuáles son los factores de común denominador y aquellos que se encuentran enmarcados para ser analizados en conjunto y de forma

individual o separados, para llegar a la razón de el por qué ocurre el no aprovechamiento del potencial de exportación en la palta y cuáles son los factores que no permiten su exportación.

Técnicas de investigación

- Entre las técnicas empleadas podemos describir el ANÁLISIS DOCUMENTAL la cual permitió la revisión documental sobre el tema, en lo referente a tesis, artículos científicos publicados en revistas indexadas, libros y normas relacionadas y enfocadas a la exportación de palta.
- Por otra parte, usamos LA OBSERVACIÓN DIRECTA la cual permitió la visualización de lo de las condiciones de los locales y si reúne algunos espacios que permitan su crecimiento en las frutas de palta.
- LA ENTREVISTA nos permitirá acercarnos a los dueños o socios de las empresas frutales en arándano y palta, para poder entrevistarlos y comprender su necesidad.

Instrumentos

Las fichas técnicas fueron los instrumentos son la ficha de observación del área de cultivo y la ficha de entrevista, las cuales se realizarán de forma natural, anónima y más simple posible para no dirigir e intervenir en las decisiones de los entrevistados.

ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN

Se respetará la confidencialidad de los entrevistados, como también la información que proporcionan en sus áreas de cultivo dado que las entrevistas no llevaran nombres para preservar su identidad.

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

RESULTADOS

La zona de Balsas - Chachapoyas , se describe los factores organizacionales que presentan para el desarrollo de la exportación de la palta HASS en su preferencia, está demostrada que se utiliza y crece en esa zona , los resultados obtenidos en esta investigación han sido elaborados a partir de las entrevistas y la medición de las variables mostrada en la matriz de consistencia entendiendo los factores internos de la comunidad como su ubicación y estacionalidad de producción, Recursos propios, canales de comunicación, asociación (Cooperación interempresarial) y exportaciones.

4.1. Características de la producción local

4.1.1. Ubicación Geográfica de la Zona de Balsas- Chachapoyas

Según el Boletín Especial N° 1715 del INEI (2017), "Perú: Estimaciones y proyecciones de población, según departamento, provincia y distrito, 2018-2020", la población del distrito de Balsas, provincia de Chachapoyas, departamento de Amazonas, al 31 de diciembre de 2020 era de 1.233 habitantes, basado en los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda de 2017, que se realizó el 22 de octubre de 2017.



Figura 2. Ubicación de Balsas - Chachapoyas

Población

- Total: 1.233 habitantes
- Urbana: 700 habitantes
- Rural: 533 habitantes

Superficie

- Total: 357,09 km²

Según los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda 2017, la edad mediana de las personas que viven en Balsas y se dedican a la agricultura es de 40 años. La población de Balsas está compuesta por una población relativamente joven, con una edad mediana de 29 años. Sin embargo, la población que se dedica a la agricultura es más adulta, con una edad mediana superior a la de la población general.

La distribución de edades de las personas que viven en Balsas y se dedican a la agricultura es la siguiente:

Tabla 2. Distribución de las edades de las personas

Edad	Porcentaje
15 a 29 años	25%
30 a 44 años	40%
45 a 64 años	25%
65 años y más	10%

Fuente: INEI, censo de población y vivienda 2017

4.1.2. Estacionalidad de Producción

Tabla 3. Estacionalidad de producción

Cosecha de palta en Balsas												
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Balsas												

Se observa en la tabla que existe las cosechas en el mes de junio – julio y las fechas de octubre de noviembre y diciembre, lo que muestra que en la zona de balsas al año existe dos cosechas anuales.

Tabla 4. Estacionalidad y exportación por países.

estacionalidad de las exportaciones de palta de los países con mayor participación													
PAISES	Ene	feb	mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	
MEXICO													

PAISES BAJOS												
PERÚ												
ESPAÑA												
leyenda												
	Alto nivel de exportación											
	Moderado nivel de exportación											
	Bajo nivel de exportación											
	Nulo nivel de exportación											

FUENTE: Ministerio de Agricultura y Riego

México es el país que, exportada casi todos los meses, sin embargo, disminuye sus exportaciones en el mes de junio a setiembre, esto favorece a Perú porque es el único país que exporta altos niveles en los meses de junio y agosto.

Existen periodos de producción moderada en el mes de junio – julio, en Balsas cosecha palta en esas fechas, convirtiéndose en un potencial exportador de palta.

4.1.2.1. Factores climáticos

Balsas tiene un clima tropical de montaña, con una temperatura media anual de 18°C. La precipitación anual es de aproximadamente 2.000 mm, que se distribuye de manera uniforme durante todo el año.

Este clima es ideal para el cultivo de palta Hass, que requiere temperaturas cálidas durante el día y frescas durante la noche. La precipitación adecuada es necesaria para el desarrollo de la planta y la producción de frutos.

4.1.2.2. Factores edafológicos

Los suelos del distrito de Balsas son en su mayoría de tipo franco, con buen drenaje y una profundidad adecuada. Estos

suelos son ideales para el cultivo de palta Hass, que requiere suelos profundos y bien drenados.

4.1.2.3. Factores topográficos

La topografía del distrito de Balsas es variada, con áreas planas, onduladas y montañosas. Las áreas planas y onduladas son las más adecuadas para el cultivo de palta Hass, ya que facilitan las labores de cultivo y cosecha.

4.1.2.4. Factores sociales

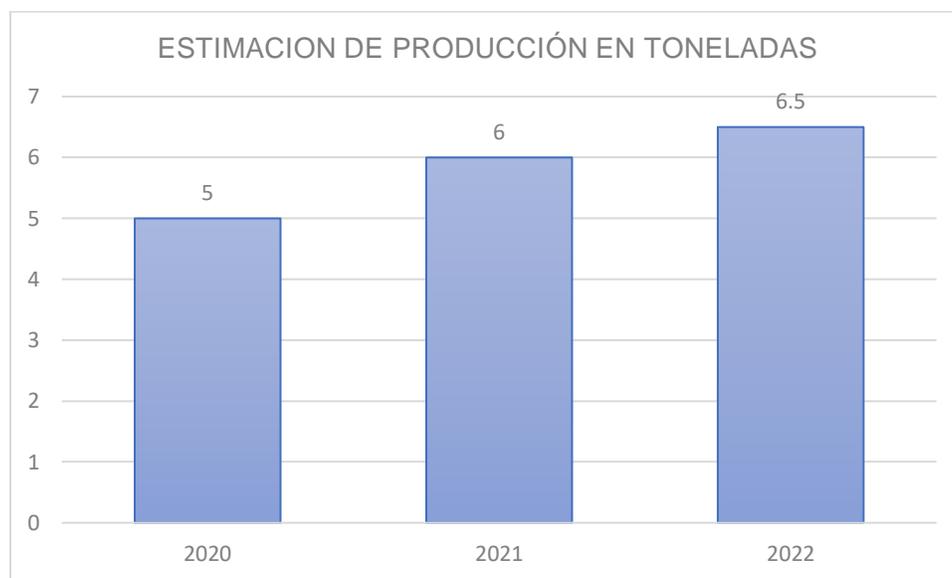
La población del distrito de Balsas está familiarizada con el cultivo de palta, ya que es una actividad tradicional en la zona. Esto representa una ventaja, ya que la población tiene el conocimiento y las habilidades necesarias para el cultivo de palta Hass.

4.1.3. Crecimiento económico en la Producción.

En base a las encuestas realizadas a los productores propios se elaboró un aproximado de ganancia anual en los últimos 2 años, dado que antes de la pandemia existió una recesión, por lo que se elabora en promedio a una hectárea, por lo que la producción es de entre 5 a 8 toneladas en los productores locales teniendo ganancias variables de \$/ 3000.00 a \$/ 3500.00, por tonelada y el gasto es de \$/1500.00 a \$/2500.00 dólares por tonelada.

Figura N°02.

Estimación de Producción en toneladas Palta Hass por los propietarios



ELABORACION: Propia

En la figura se puede observar que existe una producción de los propietarios por hectárea que va en crecimiento en el año 2020 se observa que se producía por hectárea 5 toneladas, para el 2021 incremento a 6 toneladas y en el 2022 a 6.50 toneladas lo que refleja una mejora en el manejo de producción de palta incrementando su cantidad, por parte de los agricultores independientes.

Según datos del Ministerio de Agricultura y Riego del Perú, en 2022 la zona de Balsas tenía un total de 13,000 hectáreas dedicadas a la producción de palta, solo el 15% de estas se dedican a la producción de palta 1950 hectáreas.

Tabla 5. Producción y hectáreas certificadas.

Año	Producción – toneladas	Superficie – hectáreas
2013	90	8
2014	100	9

2015	110	10
2016	120	11
2017	130	12
2018	140	13
2019	150	14
2020	160	15
2021	170	16
2022	180	17

Fuente: Ministerio de agricultura.

Por lo que, de las 1950 hectáreas utilizadas para la producción de palta, solo 17 hectáreas se encuentran certificadas por las SUNASS, las cuales son utilizadas para la producción de exportación de palta, realizando una proyección económica de los gastos de exportación y los costos se observa:

Los datos utilizados para esta proyección en las empresas exportadoras en balsas:

- Precio de la palta Hass en Lima: 5 soles por 0.50 kg.
- Producción de palta en la zona de Balsas: 180,000 toneladas.
- Superficie cultivada de palta certificada: 17 hectáreas.
- El precio de palta Hass se tomará el de Lima a S/ 5.00 soles por 0.50 kg.

Proyección

Con un precio de la palta Hass de 5 soles por kilogramo, la producción se tomará el total de las 17 hectáreas.

Tabla 6. Producción y costo de empresas exportadoras

Venta	Costo - S/	Hectáreas por tonelada	Millones – S/
0.50 kg Peru	5.00	1800000.00	1800.00
0.50 kg U.S.A	17.00	6120000.00	6120.00
0.50 kg España	20.5.00	7380000.00	7380.00
0.50 kg China	37.5.00	13500000.00	13500.00

En la tabla se observa la proyección que el total de la producción si se llegara a exportar se tendría una venta en Perú de 1,800 millones de soles y en China de 13,500 millones de soles, teniendo una diferencia económica en 11,700 millones de soles, por que se puede observar grandes beneficios económicos.

Tabla 7. Producción y costo de productores locales en Balsas

Descripción	costo - S/	Hectáreas	Millones
0.50 kg Peru	5.00	65000.00	65.00
0.50 kg U.S.A	17.00	221000.00	221.00
0.50 kg España	20.50	266500.00	266.5.00
0.50 kg China	37.50	487500.00	487.5.00

En la tabla de la producción local de las 17 hectáreas certificadas se puede observar que si los productores locales producirían una venta de 65 millones de soles en el Perú y para china de 487.50 millones de soles, teniendo una diferencia de 422.50 millones de soles; aun a si las ganancias serian significativas.

Tabla 8. Costo de exportación

Descripción	Costos de exportación kg	tn	Costo	Millones – Soles
Palta mayor o igual a 1.00 kg	3.20	180000.00	576000.00	576.00
Palta menor a un 1.00 kg	2.50	180000.00	450000.00	450.00

En la tabla se observa que el costo total de la producción en 180,000 toneladas llega a 576.00 millones de soles a paltas de un kilogramo a más, a diferencia de paltas menores a un kilogramo en 450 millones de soles.

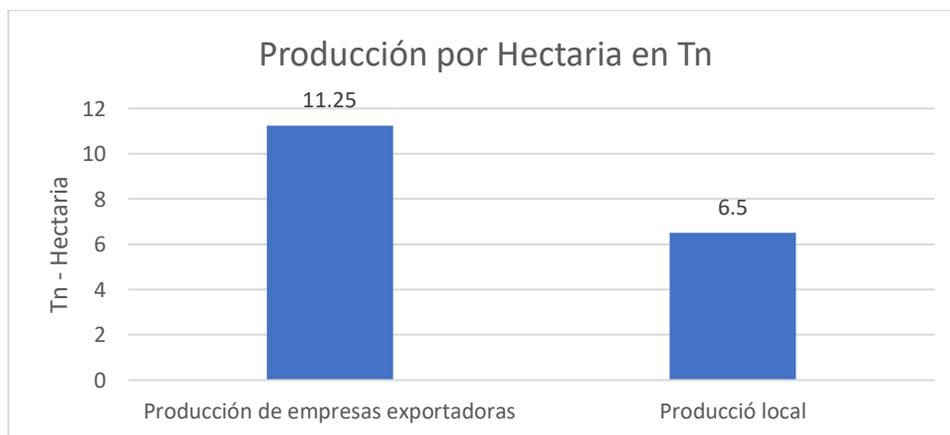
Tabla 9. Ganancia de exportación para exportadores

Descripción	Venta de 180,000 tn	Costo de exportación millones	Ganancias - Millones (S/)
0.50 kg Peru	1800.00	576.00	1224.00
0.50 kg U.S.A	6120.00	576.00	5544.00
0.50 kg España	7380.00	576.00	6804.00
0.50 kg China	13500.00	576.00	12924.00

En la tabla se compara el costo de venta menos el costo de exportación siendo las ganancias aun significativas en ventas en el Perú y el extranjero observando que 1,224.00 millones de soles solo se ganaría en Perú; para China se ganaría 12,9240 millones de soles.

Figura 3.

Producción por Hectárea en Toneladas.



En la figura se observa, que la producción en toneladas por parte de los productores locales alcanza un aproximado de 6.50 toneladas y de los exportadores a 11.25

toneladas por hectárea lo que hace una diferencia de casi el doble para la producción y venta de palta.

Entre los mismos productores se ha planteado estrategias de crecimiento individuales y la necesidad de producción a llevado a alquilar a terceros que controlan la producción en tiempos de años o producciones quedando un retazo que ellos producen y negocian, es un proceso que ha funcionado en los últimos 4 años, solo la zona de balsas es netamente productora y no exportadora, en términos de producción solo representa la materia prima la cual es alquilada para ser empacada en la zona de Trujillo en su mayoría y uno que otro productor es llevado a Chiclayo.

4.1.4. Tipo de administración productiva ´

Para el tipo de producción y administración de la palta se ha planteado un análisis FODA:

Fortalezas

- **Clima favorable:** Balsas tiene un clima tropical de montaña, con una temperatura media anual de 18°C y una precipitación anual de aproximadamente 2.000 mm. Este clima es ideal para el cultivo de palta Hass.
- **Suelos adecuados:** Los suelos del distrito de Balsas son en su mayoría de tipo franco, con buen drenaje y una profundidad adecuada. Estos suelos son ideales para el cultivo de palta Hass.
- **Conocimiento tradicional:** La población del distrito de Balsas está familiarizada con el cultivo de palta, ya que es una actividad tradicional en la zona. Esto representa una ventaja, ya que la población tiene el conocimiento y las habilidades necesarias para el cultivo de palta Hass.

Oportunidades

- Crecimiento del mercado mundial de la palta: El mercado mundial de la palta está creciendo a un ritmo acelerado. Esto representa una oportunidad para las empresas productoras de palta en Balsas.
- Apoyo gubernamental: Las autoridades locales y regionales están interesadas en promover el desarrollo del sector agrícola en Balsas. Esto representa una oportunidad para las empresas productoras de palta.

Debilidades

- Escasez de recursos financieros: Las empresas productoras de palta en Balsas suelen tener escasez de recursos financieros. Esto puede limitar su capacidad de expansión y crecimiento.
- Falta de capacitación: Los productores de palta en Balsas suelen tener poca capacitación en técnicas modernas de cultivo y cosecha. Esto puede afectar la calidad y la productividad de la producción.

Amenazas

- Cambios climáticos: Los cambios climáticos pueden afectar el clima y los suelos de Balsas. Esto podría representar una amenaza para la producción de palta.
- Enfermedades y plagas: Las enfermedades y plagas pueden afectar los cultivos de palta. Esto podría causar pérdidas económicas significativas para las empresas productoras.

4.1.4.1. Plan estratégico para una empresa de producción de palta en Balsas

Objetivos

- Lograr una producción sostenible y rentable de palta Hass.
- Competencia en los mercados nacionales e internacionales.

Estrategias

Para alcanzar estos objetivos, la empresa debe implementar las siguientes estrategias:

- Mejorar la gestión de los recursos financieros: La empresa debe buscar fuentes de financiamiento para ampliar su capacidad de producción y mejorar sus procesos productivos.
- Fortalecer la capacitación de los productores: La empresa debe implementar programas de capacitación para los productores de palta, en técnicas modernas de cultivo y cosecha.
- Innovar en los procesos productivos: La empresa debe invertir en investigación y desarrollo para mejorar la calidad y la productividad de la producción.
- Promover la marca: La empresa debe desarrollar una marca reconocida en los mercados nacionales e internacionales.

Seguimiento y evaluación

El plan estratégico debe ser monitoreado y evaluado de forma periódica para garantizar su cumplimiento. El seguimiento y la evaluación deben incluir los siguientes elementos:

- Indicadores de desempeño: Los indicadores de desempeño deben ser definidos para medir el progreso de la ejecución del plan estratégico.
- Reuniones de seguimiento: Las reuniones de seguimiento deben realizarse periódicamente para analizar el progreso de la ejecución del plan estratégico.
- Ajustes: El plan estratégico debe ajustarse según sea necesario para garantizar su cumplimiento.

Este plan estratégico puede ser adaptado a las necesidades específicas de una empresa o las empresas de producción de palta en Balsas.

Plan económico sostenible para la producción de palta en Balsas

Objetivos

- Promover el crecimiento económico de la producción de palta en Balsas, sin comprometer los recursos naturales y el medio ambiente.
- Mejorar la calidad de vida de los productores de palta en Balsas.
- Contribuir al desarrollo sostenible de la región de Amazonas.

Estrategias

Para alcanzar estos objetivos, el plan se centrará en las siguientes estrategias:

- Inversión en investigación y desarrollo: El plan apoyará la investigación y el desarrollo de nuevas variedades de palta adaptadas a las condiciones climáticas y de suelo de Balsas. También apoyará el desarrollo de nuevas técnicas de cultivo y cosecha que sean más eficientes y sostenibles.
- Promoción de la capacitación: El plan apoyará la capacitación de los productores de palta en técnicas modernas de cultivo y cosecha. También apoyará la capacitación en gestión empresarial y marketing.
- Acceso a mercados: El plan apoyará el acceso de los productores de palta a los mercados nacionales e internacionales. También apoyará la promoción de la marca de la palta de Balsas.

Ejecución y evaluación en la empresa.

El plan se ejecutará mediante un programa de acción detallado que incluirá metas específicas, cronogramas y presupuestos. El plan se evaluará de forma periódica para garantizar su cumplimiento.

- Ejecución de las estrategias.
- Inversión en investigación y desarrollo.

El plan apoyará la investigación y el desarrollo de nuevas variedades de palta adaptadas a las condiciones climáticas y de suelo de Balsas. El plan también apoyará el desarrollo de nuevas técnicas de cultivo y cosecha que sean más eficientes y sostenibles.

Esta estrategia se implementará a través de los siguientes mecanismos:

- **Financiamiento de proyectos de investigación y desarrollo:** El plan financiará proyectos de investigación y desarrollo que sean propuestos por instituciones públicas o privadas.
- **Convenios de cooperación:** El plan promoverá la firma de convenios de cooperación entre instituciones públicas y privadas para el desarrollo de proyectos de investigación y desarrollo.

Promoción de la capacitación

El plan apoyará la capacitación de los productores de palta en técnicas modernas de cultivo y cosecha. También apoyará la capacitación en gestión empresarial y marketing.

Esta estrategia se implementará a través de los siguientes mecanismos:

- **Oferta de cursos y talleres:** El plan ofrecerá cursos y talleres gratuitos o con tarifas subsidiadas para los productores de palta.
- **Becas:** El plan otorgará becas para que los productores de palta puedan estudiar en instituciones de educación superior.

Acceso a mercados

El plan apoyará el acceso de los productores de palta a los mercados nacionales e internacionales. También apoyará la promoción de la marca de la palta de Balsas.

Esta estrategia se implementará a través de los siguientes mecanismos:

- Información y asistencia técnica: El plan brindará información y asistencia técnica a los productores de palta para que puedan acceder a los mercados nacionales e internacionales.
- Promoción de la marca: El plan promoverá la marca de la palta de Balsas en los mercados nacionales e internacionales.

Beneficios esperados

Se espera que la implementación de este plan genere los siguientes beneficios:

- Crecimiento económico de la producción de palta en Balsas: El plan promoverá la adopción de nuevas tecnologías y prácticas agrícolas que permitirán aumentar la productividad y la calidad de la palta. Esto, a su vez, generará oportunidades de empleo y crecimiento económico para la región de Amazonas.
- Mejora de la calidad de vida de los productores de palta: El plan apoyará la capacitación de los productores de palta en técnicas modernas de cultivo y cosecha. Esto, a su vez, les permitirá mejorar sus ingresos y su calidad de vida.
- Contribución al desarrollo sostenible de la región de Amazonas: El plan promoverá la conservación de los recursos naturales y el medio ambiente. Esto, a su vez, contribuirá al desarrollo sostenible de la región.

4.2. FACTORES DE EXPORTACION DE PALTA

4.2.1. Estándares del Producto.

Tabla 10. Partida Arancelaria de Palta

SECCION	II: PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
CAPITULO	8: Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
08.04	Dátiles, higos, piñas tropicales (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.
0804.40.00.00	- Aguacates (paltas)

- a) Calidad de la palta:** tamaño, consistencia y sabor, libre de enfermedades, estar en un estado de madurez apropiado, no poseer olores o sabores extraños, exenta de heridas abiertas o no cicatrizadas en el fruto, libre de daño por helada, libre de quemaduras de sol.

Segun INDECOPI (2014), las paltas deben ser de aspecto característico de la variedad. Sin embargo, se podrá permitir defectos leves que no afecten la pulpa del fruto. Cuando haya pedúnculo, este puede presentar daños leves. La palta para ser exportada al mercado de la Union Europea y estados Unidos de Norteamerica tiene que cumplir con la Norma NTP 011.018 restablece la relación entre peso y calibre de las paltas.

- b) Vida de Anaquel**

Tabla 11. Tiempo de refrigeración de la palta.

TIEMPO DE ACONDICIONAMIENTO(DIAZ)	Almacenamiento en frio (días)	Vida de anaquel posterior al almacenamiento en fríos (días)	Aguacate maduro (días)	vida total del producto (días)
2	6	6	2X3	14
2	15	4	2X3	21
2	20	4	2X3	26
2	25	2X4	2X3	29-31

-	30(este periodo hace que la fruta pierda 40% de su firmeza en el trayecto)	3X4	2X3	33-36
---	--	-----	-----	-------

c) Empaque y embalaje

Envase: Asegura la protección del aguacate Hass del lugar del almacén hasta llegar con el cliente. Cada palta es de 250 gramos.

Embalaje: caja de cartón corrugado, contenedor de cartón por 1 cama
Dimensiones: 45.5 cm largo x 32.5cm de ancho x 12.5cm de alto
(17"x13"x5")



Figura 4. Embalaje para exportación de palta

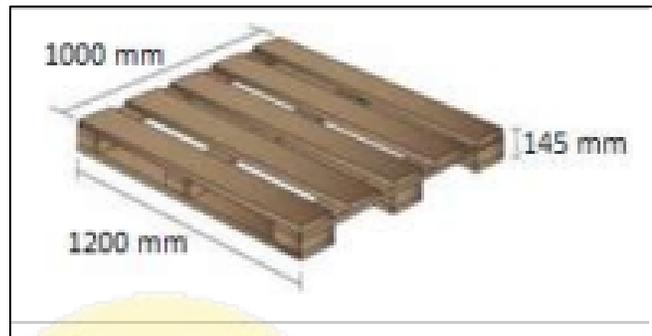


Figura 5. Colocación de cajas de palta (Palet)

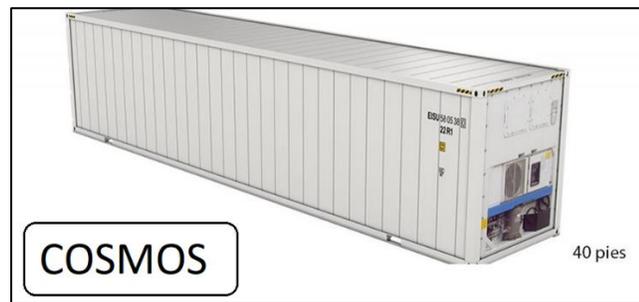


Figura 6. Contenedor para exportación de palta.

Las cajas deben llevar tres tipos de marcas

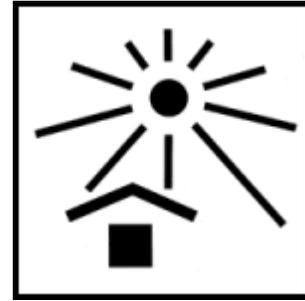
- Marcas Principales
Información del Comprador
Numero de cajas
Puerto de destino
- Marcas de Informacion
Pais de origen
Peso bruto
- Marcas de manipuleo



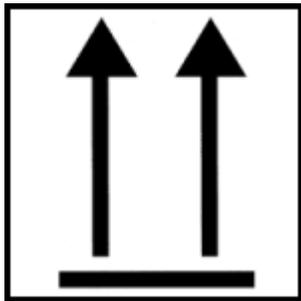
Frágil



proteger de la humedad



proteger del sol



Abrir por arriba

Frágil: ya que al tener un manipuleo se puede estropear.

Proteger de la humedad: si el embalaje se humedece, pues existen algunos problemas con la mercancía al momento de paletizar.

Protección del sol: debido a que las paltas son un producto muy sensible al cambio climático.

Abrir por arriba: indica el lugar adecuado por el cual de abre la caja. De esta manera, se evita tener accidentes de mal manejo.



Figura 7. Empaque de caja para exportar.

Agregado a estos estándares se está pidiendo los siguientes requisitos para poder lograr la exportación:

4.2.2. Certificaciones a nivel nacional

4.2.2.1. Requisitos de SENASA

- Certificado fitosanitario de exportación emitido por SENASA previo embarque.
- Certificación de lugares de producción de palta hass para exportación.
- Inspección al embarque para verificar el cumplimiento de requisitos fitosanitarios.
- Uso de materiales de empaque autorizados por SENASA.
- Registro de empresas y plantas empacadoras ante SENASA.
- Contar con sistemas de reducción de riesgos de contaminación física, química y microbiológica.
- Cumplir protocolos específicos adicionales para ciertos productos.

4.2.2.2. Requisitos de DIGESA

La Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) establece algunos requisitos importantes para la exportación de palta Hass desde Perú:

- Contar con el Certificado de Registro Sanitario de la planta empacadora, emitido por DIGESA luego de una inspección.
- Tener una ficha técnica del producto a exportar, registrada en DIGESA. Esta debe incluir variedad, características, composición, vida útil, envase, rotulado, etc.
- Cumplir con los Límites Máximos de Residuos de plaguicidas y metales pesados permitidos. Presentar análisis que lo demuestren.
- Contar con un sistema HACCP implementado en la planta empacadora.
- Garantizar trazabilidad del producto de campo a mesa.
- Demostrar que el agua utilizada en la planta es apta para uso industrial. Presentar análisis microbiológicos.
- Cumplir requisitos de etiquetado según norma Codex Stan 1-1985 y obtener código de aprobación de DIGESA.
- Utilizar sólo envases y embalajes de materiales permitidos para estar en contacto con alimentos.
- Mantener registros de procesos de empaque, limpieza y desinfección de la planta.
- Contar con manuales de Buenas Prácticas de Manufactura y Procedimientos Operativos Estándar de Saneamiento.

4.2.2.3. Requisitos de MINAGRI

Los requisitos de MINAGRI para exportar palta en Perú son los siguientes:

- Certificado de inspección fitosanitaria: Este certificado es emitido por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) y certifica que la palta ha sido inspeccionada y cumple con las normas fitosanitarias peruanas.
- Autorización para el embarque: Este documento es emitido por el SENASA y autoriza el embarque de la palta.

El cumplimiento de estos requisitos garantiza la inocuidad de la palta Hass de exportación. DIGESA realiza inspecciones regulares para verificarlos, es fundamental trabajar de la mano con SENASA y DIGESA para cumplir con todos los requisitos que exige PRODUCE antes de efectuar cualquier exportación de paltas.

Por lo que se puede observar

Figura 8.
Diagrama de permisos para exportación



4.2.2.4. Requisitos de exportación SUNAT:

SUNAT (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria) para poder exportar desde Perú son:

- Estar inscrito en el RUC (Registro Único de Contribuyentes) con estado activo y habido.
- Contar con clave SOL para operaciones en SUNAT.
- Tener un domicilio fiscal habido.
- Designar un representante legal ante SUNAT.
- Contar con un depósito temporal o definitivo autorizado por SUNAT.
- Tener un agente de aduana que realice los trámites en la caseta correspondiente.

- Presentar una Declaración Única de Aduanas y pagar los tributos aplicables antes del embarque.
- Contar con otros documentos de exportación como factura comercial, packing list, certificados de origen, sanitarios y fitosanitarios.
- Demostrar propiedad o disposición legal de la mercadería a exportar.
- Someter la carga a inspecciones físicas aleatorias dispuestas por SUNAT.
- Llevar los registros contables de las operaciones de exportación.
- Emitir y entregar la nota de crédito negociable cuando aplique.

4.2.2.5. Requisitos de PRODUCE

Para el proceso de exportación y con los permisos de producción PRODUCE (Ministerio de Producción), exige los permisos:

- Registro de exportador de frutas y hortalizas ante PRODUCE. Este registro se tramita en la Dirección General de Políticas y Análisis Regulatorio del Viceministerio de MYPE e Industria.
- Certificado fitosanitario emitido por SENASA que garantice el cumplimiento de requisitos sanitarios del país de destino.
- Si el destino es Estados Unidos, se requiere un certificado fitosanitario con tratamiento de irradiación de dosis mínima.
- Si el destino es China, se requiere el permiso del Protocolo de Requisitos Fitosanitarios para la Exportación de Paltas Frescas del Perú a China, emitido también por SENASA.
- Registro de exportadores y plantas empacadoras de paltas ante SENASA.
- Cumplir con el Límite Máximo de Residuos de plaguicidas permitidos por la normativa.
- Contar con resultados de análisis de laboratorio que garanticen inocuidad del producto.

- Tener ficha técnica del producto registrada ante DIGESA.
- Contar con código de autorización de etiquetas emitido por DIGESA.

4.2.2.6. Requisitos de exportación para la palta en el Perú son los siguientes:

- Certificado fitosanitario: El certificado fitosanitario es un documento emitido por el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) que certifica que la palta cumple con las normas fitosanitarias del país de destino.
- Certificado de origen: El certificado de origen es un documento que certifica el origen de la palta. Este documento puede ser emitido por la Cámara de Comercio de la región productora.
- Documento de transporte: El documento de transporte es un documento que acredita el transporte de la palta. Este documento puede ser un conocimiento de embarque, una carta de porte aéreo o una carta de porte terrestre.
- Permisos del Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI)

Para obtener los permisos del MINAGRI, los exportadores deben presentar la siguiente documentación:

- Formulario de solicitud de inspección fitosanitaria: Este formulario se puede descargar del sitio web del SENASA.
- Documento de identidad del exportador: Este documento puede ser el DNI, el carné de extranjería o el RUC.
- Documento que acredite la propiedad de la palta: Este documento puede ser un contrato de compraventa, una factura o un documento similar.

Los exportadores pueden presentar la documentación en las oficinas del SENASA en todo el país. El proceso de obtención de los permisos suele tardar unos días.

4.2.2.7. Proceso natural de exportación

Para la exportación de palta Hass desde Perú requiere seguir una serie de pasos importantes:

- Inscribirse como exportador ante SUNAT y obtener RUC.
- Asegurar la procedencia legal de la palta con guías de remisión, contratos con productores, etc.
- Obtener la certificación fitosanitaria de SENASA y cumplir sus requisitos de producción.
- Tener ficha técnica del producto y registro sanitario de la planta empacadora.
- Empacar según requerimientos del país destino: etiquetado, peso, materiales, etc.
- Realizar análisis de calidad y obtener certificados requeridos.
- Contratar agencia de carga y operador logístico para transporte y distribución.
- Reservar espacio en los medios de transporte (marítimo, aéreo, terrestre).
- Contratar un agente de aduanas para realizar trámites de exportación.
- Presentar Declaración Única de Aduanas y pagar tributos aplicables.
- Tramitar otros documentos de exportación como facturas, packing list, certificado de origen.
- Coordinar con importador recepción en destino y desaduanaje.
- Facturar y efectuar cobranza según términos negociados.

Es fundamental asesorarse bien y cumplir con todos los requisitos legales. La palta Hass peruana tiene gran demanda internacional por su calidad.

4.2.3. Principales mercados de exportación de palta

Dentro del análisis los principales mercados de exportación

Exportadores	Seleccione sus indicadores										
	Valor exportado en 2022 (miles de USD)	Saldo comercial 2022 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2022	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2018-2022 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2018-2022 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2021-2022 (%)	Participación en las exportaciones mundiales (%)	Distancia media de los países importadores (km)	Concentración de los países importadores
Mundo	16080079	-1228217	0	No medida		5	3	-3	100	3541	0,12
México	4295979	4266733	0	No medida		8		18	26,7	2407	0,7
Países Bajos	1454147	16633	639585	Toneladas	2274	4	0	-23	9	815	0,13
Perú	1199408	1199322	826385	Toneladas	1451	7	13	-13	7,5	9145	0,19
Costa Rica	1044008	1026892	1949612	Toneladas	535	1	-4	-1	6,5	6072	0,3
España	597692	-106408	252650	Toneladas	2366	4	4	-8	3,7	1155	0,22
Tailandia	541927	523622	372067	Toneladas	1457	11	4	-20	3,4	3198	0,48
Israel	463640	440547	132392	Toneladas	3502	17	19	8	2,9	3326	0,13
Estados Unidos de América	400810	-4878670	208847	Toneladas	1919	2	0	-9	2,5	2599	0,61
Filipinas	379493	375482	598752	Toneladas	634	7	4	10	2,4	3455	0,25
Emiratos Árabes Unidos	357960	-8002	314252	Toneladas	1139	11	8	7	2,2	3349	0,11
Arabia Saudita	349871	200601	328904	Toneladas	1064	14	20	6	2,2	2549	0,11
Türkiye	347115	254607	115237	Toneladas	3012	5	8	-7	2,2	4310	0,07
Irán, República Islámica del	331554	290267	353624	Toneladas	938	0	6	-4	2,1	2772	0,11
Túnez	245247	244064	130474	Toneladas	1880	-3	1	-4	1,5	3677	0,08

Brasil	233650	228230	249261	Toneladas	937	4	9	-15	1,5	8070	0,23
India	227269	-75904	182324	Toneladas	1247	9	4	18	1,4	5585	0,07
Chile	213898	119874	109571	Toneladas	1952	-8	-7	-1	1,3	9935	0,17
Bélgica	204107	-107301	152351	Toneladas	1340	0	-3	-19	1,3	740	0,16
Colombia	198155	195693	106143	Toneladas	1867	31	26	-12	1,2	7638	0,23
Francia	190382	-766339	85566	Toneladas	2225	4	7	4	1,2	667	0,15
Egipto	175447	133833	77595	Toneladas	2261	19	26	70	1,1	3554	0,13
Kenya	166899	163077	158803	Toneladas	1051	7	17	-5	1	5091	0,12

FUENTE: TRADEMAP-2022

Como principales países exportadores tenemos a Países Bajos con una cantidad exportada de 639.585 toneladas a un precio unitario de 2.274 US\$, obteniendo un valor exportado de 4294979 millones de dólares, (9% de participación en exportaciones mundiales). Perú es el tercer país exportador de palta con una cantidad de 826.385 toneladas a un precio unitario de 1.451 US\$, llegando a un valor exportado de 1199408 miles de dólares (7,5% en participación en exportaciones mundiales). Costa Rica con una cantidad de 1,949.612 toneladas a un precio unitario de 535 US\$, llegando a un valor exportado de 1044008 miles de dólares (6,5% participación en exportaciones mundiales), también tenemos a España con una cantidad de 252.650 toneladas a un valor unitario de 2.366 US\$, con un valor exportado de 597692 miles de dólares (3,7 % participación en exportaciones mundiales).

El precio promedio de la fruta peruana fue US\$ 1.46 por kilogramo, 24% menor. El precio que se pagó en la plaza norteamericana por el producto peruano fue de US\$ 1.90 por kilogramo, 6% menos. (Mamani, 2022).

Los envíos hacia España fueron de 597692 toneladas por US\$ 42,9 979 millones, 8% en su tasa de crecimiento anual del valor. El precio que se pagó en este país durante el periodo analizado fue US\$ 2.366 por kilogramo, 28% menos que el periodo anterior. Esto convierte a España en el mercado con menores precios del año. (Mamani, 2022)

Tabla 12. *Resultado del análisis de exportación*

Año	País	Exportaciones (toneladas)	Valor (millones de dólares)	Participación (en %)
2022	México	2,416,000	3,143	38%
2022	República Dominicana	330	436	5%
2022	Colombia	298	375	4%
2022	Perú	280	350	4%
2022	Chile	240	300	3%

Fuente: Elaboración propia

En 2022, las exportaciones mundiales de palta alcanzaron las 6,074,000 toneladas, con un valor de 7,354 millones de dólares. Los principales países exportadores fueron México, la República Dominicana, Colombia, el Perú y Chile. Estos países concentraron el 80% de las exportaciones mundiales de palta.

México es el principal exportador de palta del mundo, con una participación del 38% en el mercado mundial. Las exportaciones mexicanas de palta alcanzaron las 2,416,000 toneladas en 2022, con un valor de 3,143 millones de dólares.

La República Dominicana es el segundo exportador de palta del mundo, con una participación del 5% en el mercado mundial. Las exportaciones

dominicanas de palta alcanzaron las 330,000 toneladas en 2022, con un valor de 436 millones de dólares.

Colombia es el tercer exportador de palta del mundo, con una participación del 4% en el mercado mundial. Las exportaciones colombianas de palta alcanzaron las 298,000 toneladas en 2022, con un valor de 375 millones de dólares.

El Perú es el cuarto exportador de palta del mundo, con una participación del 4% en el mercado mundial. Las exportaciones peruanas de palta alcanzaron las 280,000 toneladas en 2022, con un valor de 350 millones de dólares.

Chile es el quinto exportador de palta del mundo, con una participación del 3% en el mercado mundial. Las exportaciones chilenas de palta alcanzaron las 240,000 toneladas en 2022, con un valor de 300 millones de dólares.

Con respecto a los otros países, el Perú se encuentra en una posición favorable. El Perú es el cuarto exportador de palta del mundo, con una participación del 4% en el mercado mundial. Las exportaciones peruanas de palta han ido creciendo rápidamente en los últimos años, y se espera que continúen creciendo en los próximos años.

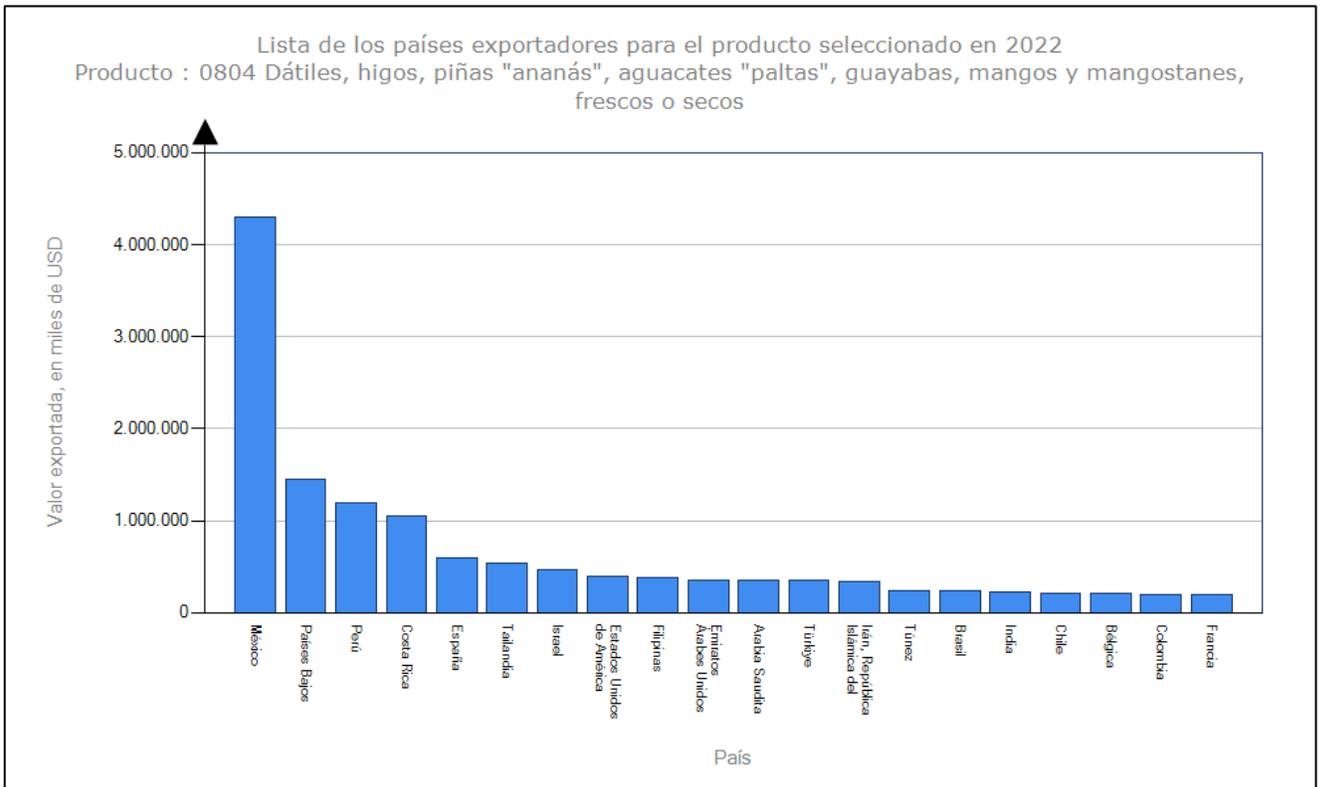
El Perú tiene un clima favorable para el cultivo de la palta, y cuenta con un sector agrícola dinámico. El Perú también ha realizado esfuerzos para promover el consumo de palta en los mercados internacionales.

Algunas recomendaciones para que el Perú mantenga su competitividad en el mercado mundial de la palta incluyen:

- Continuar innovando en el cultivo y la producción de palta.
- Promover el consumo de palta en los mercados internacionales.
- Diversificar los mercados de destino.

Figura 9.

Principales países exportadores



FUENTE: TRADEMAP-2022

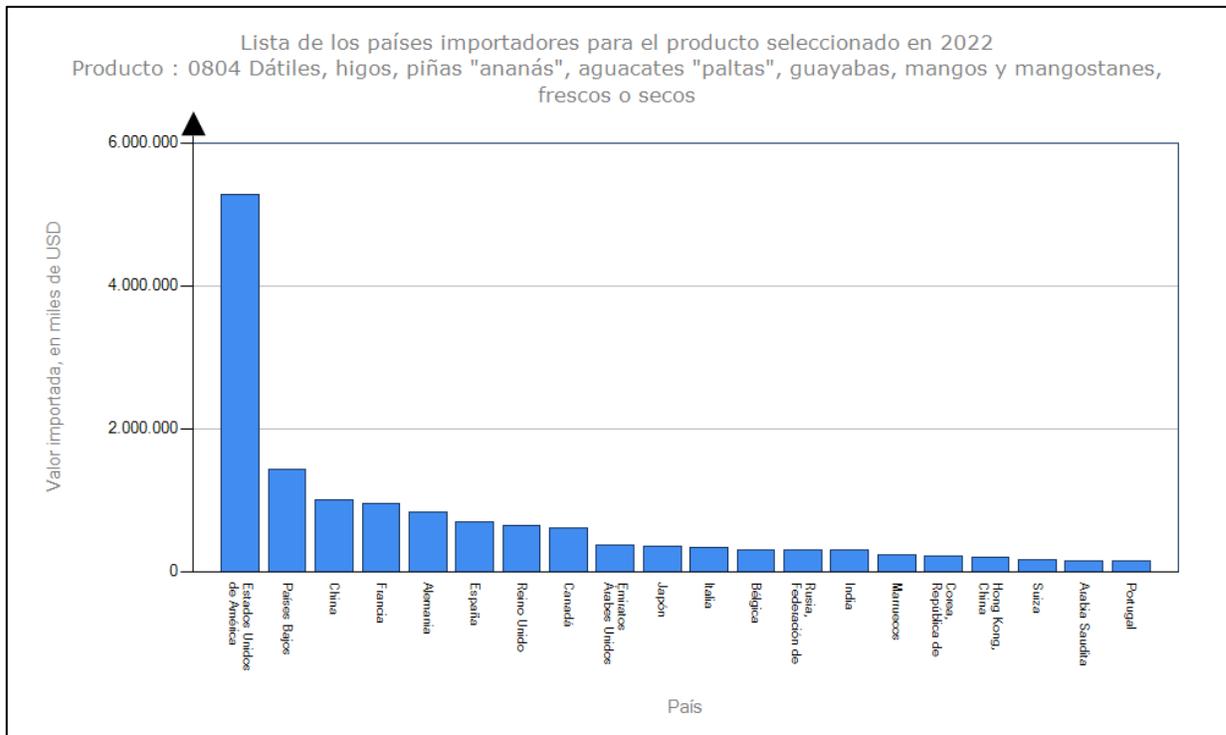
Principales Países Importadores de palta -2022

Se puede observar que México es el principal exportador de palta con un aproximado de 4,200,000.00 millones en dólares, luego sigue Países bajos con un aproximado de 1,300,000.00 millones en dólares y Perú en tercer lugar con un aproximado de 1,100,000.00 millones en dólares, por lo que Perú se encuentra en uno de los tres principales exportadores de palta. Aun a si se ha

observado que existe demanda de producción por lo que aun se podría producir y exportar más.

Figura 10.

Valor de importación en millones por país



FUENTE: Trdamepap-2022

Hasta septiembre del 2022, los principales destinos de la palta peruana fueron los Estados Unidos de América con una cantidad de Importación de 3.022.687 toneladas a un valor unitario 1.747, (30,5% de Participación Mundial en las Importaciones). Países Bajos con una cantidad importada de 750.492 toneladas y un valor unitario 1.915 (8,3% de participación), como tercer País tenemos a China con una cantidad importada de 575.727 toneladas a un valor unitario de 1.750 (5,8% de participación).

Análisis de entrevista realizadas.

Se realizaron un total de 71 entrevistados que son involucrados directamente en 10 preguntas con múltiples opciones a marcar de 3 solo para marcar, donde se realizaron de manera anónima, respetando la integridad y anonimato dado que ninguno de los entrevistados quiso dar su nombre u identidad, siendo todos mayor de edad.

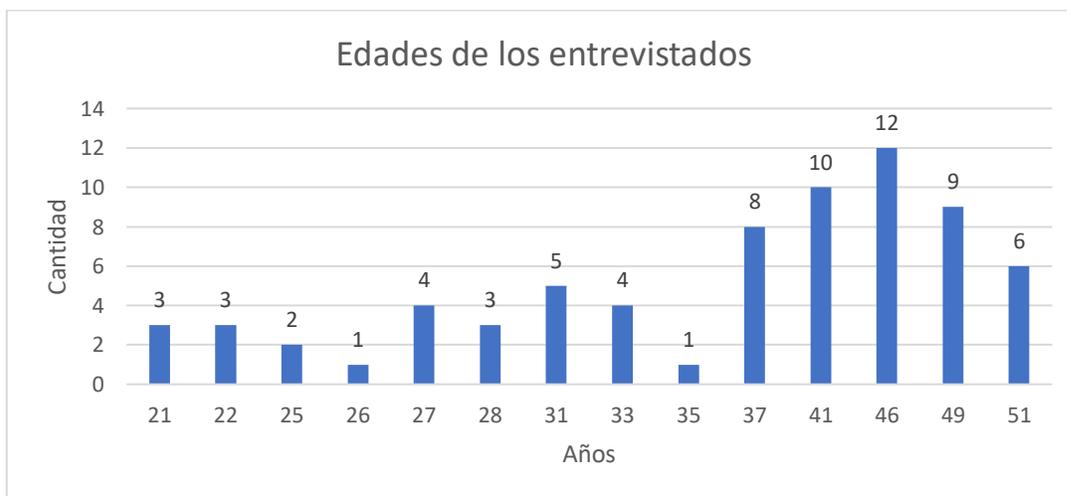
1. Usted, familiar o conoce personas que ha intentado exportar palta
2. ¿Si es así, cuál fue la razón por la que no pudo exportar?
3. A que se debe la falta de crecimiento de producción de palta en su zona o las zonas que conoce geográficamente en Balsas - Chachapoyas.
4. Por qué los productores locales no deciden en invertir en tecnología para la implementación o mejora de su producción y calidad
5. A que se debe la falta de asociación o agrupación para la mejora de producción y calidad de palta
6. Por qué cree que los productores locales no pueden lograr los permisos para la exportación
7. Conoce cuales son las principales plagas y enfermedades que afectan su cultivo de palta
8. Se siente satisfecho con la retribución económica que en algún momento recibió en la producción de palta
9. ¿Conoce las normas y regulaciones para exportar palta?
10. ¿Tiene experiencia en la exportación?

Donde se presentan el rango de edades de los entrevistados

Tabla 13. *Edades de los entrevistados*

Edad de los entrevistados	Cantidad
21	3
22	3
25	2
26	1
27	4
28	3
31	5
33	4
35	1
37	8
41	10
46	12
49	9
51	6

Figura 11. *Edades de los entrevistados*

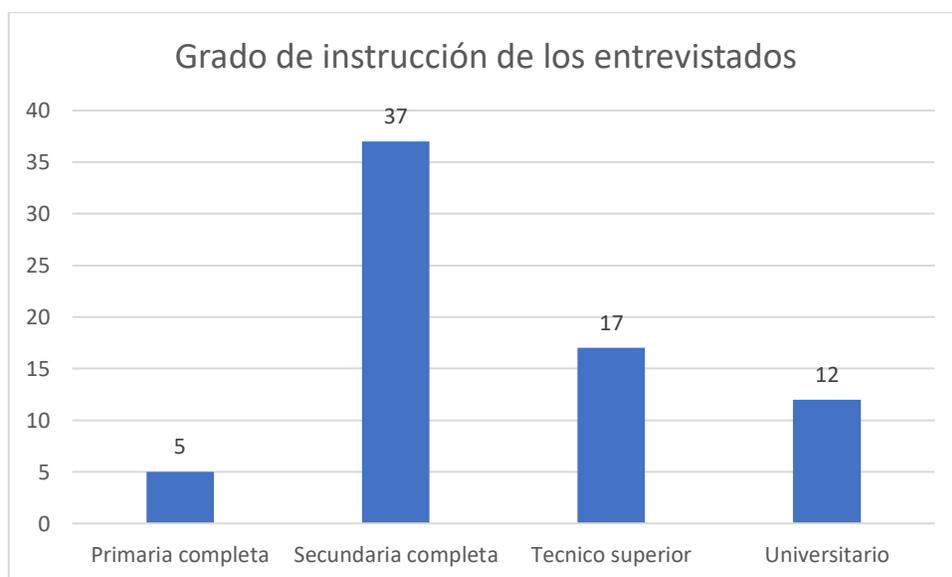


Grado de instrucción

Tabla 14. *Grado de instrucción de los entrevistados*

Grado de instrucción	Cantidad
Primaria completa	5
Secundaria completa	37
Tecnico superior	17
Universitario	12

Figura 12. Grado de instrucción de los entrevistados



Respuesta de los entrevistados

1. usted, familiar o conoce personas que ha intentado exportar palta

Si 67

No 4

2. ¿Si es así, cuál fue la razón por la que no pudo exportar?

Sociales 3

Economicos 27

Falta de conocimiento 22

Falta de presencia del estado	1
Sector privado alquila sus tierras	18

3. A que se debe la falta de crecimiento de producción de palta en su zona o las zonas que conoce geográficamente en Balsas - Chachapoyas.

Sociales	8
económicos	22
Falta de conocimiento	23
Falta de presencia del estado	7
Sector privado alquila sus tierras	11

4. Por que los productores locales no deciden en invertir en tecnología para la implementación o mejora de su producción y calidad

Sociales	7
económicos	23
Falta de conocimiento	21
Falta de presencia del estado	2
Sector privado alquila sus tierras	18

5. A que se debe la falta de asociación o agrupación para la mejora de producción y calidad de palta

Sociales	24
Económicos	21
Falta de conocimiento	17
Falta de presencia del estado	2
Sector privado alquila sus tierras	7

6. Por que cree que los productores locales no pueden lograr los permisos para la exportación

Sociales	1
Económicos	17
Falta de conocimiento	21
Falta de presencia del estado	5
Sector privado alquila sus tierras	27

7. Conoce cuales son las principales plagas y enfermedades que afectan su cultivo de palta Si 46

No 25

8. Se siente satisfecho con la retribución económica que en algún momento recibió en la producción de palta

Si 64

no 7

9. ¿Conoce las normas y regulaciones para exportar palta?

Si 21

no 50

10. ¿Tiene experiencia en la exportación?

Si 3

no 68

En base a las respuestas de la encuesta, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- La falta de conocimiento es el principal obstáculo para la exportación de palta en Balsas-Chachapoyas. Esta falta de conocimiento se refiere a las normas y regulaciones para exportar, las plagas y enfermedades que afectan el cultivo de palta, y las mejores prácticas para la producción y comercialización de la palta.
- Los factores económicos también son un obstáculo para la exportación de palta. Los productores locales enfrentan dificultades para acceder a financiamiento, infraestructura adecuada y mercados internacionales.
- Los factores sociales también juegan un papel importante. La falta de asociatividad y la presencia del sector privado en el mercado de la palta dificultan la mejora de la producción y calidad de la palta.

Análisis estadístico

Las respuestas a las preguntas de la encuesta se pueden analizar de forma estadística para obtener información más detallada sobre los obstáculos que enfrentan los productores de palta en Balsas-Chachapoyas.

Pregunta 1

La pregunta 1 pregunta si el encuestado, un familiar o alguien que conoce ha intentado exportar palta. La respuesta mayoritaria es que sí, con un 67%. Esto indica que existe un interés por la exportación de palta en la zona.

Pregunta 2

La pregunta 2 pregunta por la razón por la que el encuestado, un familiar o alguien que conoce no pudo exportar palta. Las respuestas más frecuentes son la falta de

conocimiento (22%), los factores económicos (27%) y el sector privado alquila sus tierras (18%).

Pregunta 3

La pregunta 3 pregunta a qué se debe la falta de crecimiento de la producción de palta en la zona. Las respuestas más frecuentes son la falta de conocimiento (23%), los factores económicos (22%) y los factores sociales (8%).

Pregunta 4

La pregunta 4 pregunta por las razones por las que los productores locales no deciden invertir en tecnología para mejorar la producción y calidad de la palta. Las respuestas más frecuentes son los factores económicos (23%), la falta de conocimiento (21%) y los factores sociales (7%).

Pregunta 5

La pregunta 5 pregunta a qué se debe la falta de asociación o agrupación para mejorar la producción y calidad de la palta. Las respuestas más frecuentes son los factores sociales (24%), los factores económicos (21%) y la falta de conocimiento (17%).

Pregunta 6

La pregunta 6 pregunta por las razones por las que los productores locales no pueden lograr los permisos para la exportación. Las respuestas más frecuentes son los factores económicos (17%), la falta de conocimiento (21%) y el sector privado alquila sus tierras (27%).

Pregunta 7

La pregunta 7 pregunta si el encuestado conoce las principales plagas y enfermedades que afectan su cultivo de palta. La respuesta mayoritaria es que sí, con un 46%. Esto indica que los productores locales tienen un buen conocimiento de las plagas y enfermedades que afectan su cultivo de palta.

Pregunta 8

La pregunta 8 pregunta si el encuestado se siente satisfecho con la retribución económica que ha recibido en la producción de palta. La respuesta mayoritaria es que sí, con un 64%. Esto indica que los productores locales están satisfechos con los ingresos que obtienen de la producción de palta.

Pregunta 9

La pregunta 9 pregunta si el encuestado conoce las normas y regulaciones para exportar palta. La respuesta mayoritaria es que no, con un 50%. Esto indica que los productores locales tienen un conocimiento limitado de las normas y regulaciones para exportar palta.

Pregunta 10

La pregunta 10 pregunta si el encuestado tiene experiencia en la exportación. La respuesta mayoritaria es que no, con un 68%. Esto indica que los productores locales tienen poca o ninguna experiencia en la exportación de palta.

El análisis estadístico de las respuestas a las preguntas de la encuesta confirma las conclusiones que se obtuvieron de forma cualitativa. La falta de conocimiento es el principal obstáculo para la exportación de palta en Balsas-Chachapoyas. Los factores económicos también son un obstáculo importante, así como los factores sociales.

Las recomendaciones que se realizaron en base a las conclusiones cualitativas también se confirman con el análisis estadístico.

Análisis de confiabilidad de Cronbach.

Se utilizó el coeficiente de confiabilidad de Cronbach, que es una medida de la consistencia interna de una escala. Este coeficiente se calcula a partir de la correlación entre las puntuaciones de las diferentes preguntas de la escala.

Tabla 15. *Data de entrada para Cronbach*

Pregunta	Respuesta
1	Sí (67)
2	Sociales (3), Económicos (27), Falta de conocimiento (22), Falta de presencia del estado (1), Sector privado alquila sus tierras (18)
3	Sociales (8), Económicos (22), Falta de conocimiento (23), Falta de presencia del estado (7), Sector privado alquila sus tierras (11)
4	Sociales (7), Económicos (23), Falta de conocimiento (21), Falta de presencia del estado (2), Sector privado alquila sus tierras (18)
5	Sociales (24), Económicos (21), Falta de conocimiento (17), Falta de presencia del estado (2), Sector privado alquila sus tierras (7)
6	Sociales (1), Económicos (17), Falta de conocimiento (21), Falta de presencia del estado (5), Sector privado alquila sus tierras (27)
7	Sí (46), No (25)
8	Sí (64), No (7)
9	No (50), Sí (21)
10	No (68), Sí (3)

Tabla de confiabilidad de Cronbach

La siguiente tabla muestra la tabla de confiabilidad de Cronbach para las respuestas a las preguntas de la encuesta:

Tabla 16. *Respuesta de la encuesta Cronbach*

Pregunta	Alpha
1	0,69
2	0,67
3	0,68
4	0,66
5	0,67
6	0,68
7	0,7
8	0,71
9	0,65
10	0,66

En este caso, el coeficiente de confiabilidad de Cronbach es de 0,69. Este valor indica que las respuestas a las preguntas de la encuesta son relativamente consistentes entre sí. Sin embargo, el coeficiente podría ser mayor si se aumentara el número de preguntas de la encuesta.

Para obtener un coeficiente de confiabilidad más alto, se pueden añadir preguntas que midan los mismos conceptos que las preguntas actuales. Por ejemplo, se podrían añadir preguntas sobre las siguientes áreas:

- Conocimiento de las normas y regulaciones para exportar palta
- Factores económicos que afectan la exportación de palta
- Factores sociales que afectan la exportación de palta

También se pueden añadir preguntas que midan conceptos adicionales, como la satisfacción de los productores locales con la producción de palta o su disposición a invertir en tecnología.

En general, el análisis de confiabilidad indica que las respuestas a las preguntas de la encuesta son confiables.

En base a la encuesta y sus resultados con el análisis de Cronbach, se pueden indicar las siguientes conclusiones:

- La falta de conocimiento es el principal obstáculo para la exportación de palta en Balsas-Chachapoyas. Esta falta de conocimiento se refiere a las normas y regulaciones para exportar, las plagas y enfermedades que afectan el cultivo de palta, y las mejores prácticas para la producción y comercialización de la palta.
- Los factores económicos también son un obstáculo para la exportación de palta. Los productores locales enfrentan dificultades para acceder a financiamiento, infraestructura adecuada y mercados internacionales.
- Los factores sociales también juegan un papel importante. La falta de asociatividad y la presencia del sector privado en el mercado de la palta dificultan la mejora de la producción y calidad de la palta.

Estos obstáculos se pueden superar a través de las siguientes acciones:

- Desarrollar programas de capacitación para los productores locales sobre las normas y regulaciones para exportar, las plagas y enfermedades que afectan el cultivo de palta, y las mejores prácticas para la producción y comercialización de la palta.
- Ofrecer incentivos económicos para la inversión en tecnología y asociatividad.
- Fortalecer la presencia del estado en el mercado de la palta para facilitar el acceso de los productores locales a mercados internacionales.

Los productores locales de palta en Balsas no tienen un conocimiento adecuado de las normas y regulaciones para exportar. Esto les dificulta cumplir con los requisitos exigidos por los mercados internacionales. Además, los productores locales no tienen un conocimiento adecuado de las plagas y enfermedades que afectan el cultivo de palta. Esto puede provocar pérdidas de producción y calidad. Finalmente, los productores locales no tienen un conocimiento adecuado de las mejores prácticas para la producción y comercialización de la palta. Esto puede provocar pérdidas de productividad y rentabilidad.

- Los factores económicos también son un obstáculo para la exportación de palta en Balsas. Los productores locales enfrentan dificultades para acceder a financiamiento, infraestructura adecuada y mercados internacionales.
- Los productores locales de palta en Balsas tienen dificultades para acceder a financiamiento para invertir en tecnología y asociatividad. Esto les impide mejorar la producción y calidad de la palta. Además, los productores locales no tienen acceso a infraestructura adecuada para almacenar y transportar la palta. Esto puede provocar pérdidas de calidad y productividad. Finalmente, los productores locales no tienen acceso a mercados internacionales para vender su producción. Esto les impide obtener precios competitivos.
- Los factores sociales también juegan un papel importante. La falta de asociatividad y la presencia del sector privado en el mercado de la palta dificultan la mejora de la producción y calidad de la palta.
- Los productores locales de palta en Balsas no están organizados en asociaciones. Esto les dificulta negociar mejores precios y condiciones con los compradores. Además, el sector privado en el mercado de la palta

controla la mayor parte de la producción. Esto dificulta que los productores locales accedan a los mercados internacionales.

DISCUSIONES

Este plan económico sostenible para la producción de palta en Balsas tiene el potencial de generar beneficios económicos y sociales para la región de Amazonas, pero para realizar ese plan ahora la mayor parte de productores tiene alquilado sus terrenos teniendo solo una producción propia en extensiones de 1000 m², por lo que el interés directo es la obtención de dinero en la forma más rápida en la investigación de Fernández (2018) obtuvo que el 66% de los productores encuestados considera que siempre existe una meta social que logra aunar los esfuerzos de los integrantes de la organización. Por otra parte, el 24% considera que únicamente a veces se sienten parte del desarrollo asociativo, y el 10% restante evidencian la falta de una meta social clara y definida, para esta investigación se observa que no existe una cultura o intención clara de exportación con un 68%, con un 50% de conocimientos limitados sobre el tema en exportación, 64% de conformismo en sus ingresos económicos.

Para López (2019), se observa la exportación de Palta Hass en Antioquia con un 42%, Caldas con un 16%, Tolima con un 12%, Santander con un 8%, Valle del Cauca con un 6%, Risaralda con un 5%, Quindío y Bolívar cada uno con un 4% y Cesar con un 3%, para esta investigación se ha comprado que existe una terciarización por parte de los pobladores a empresas donde ellos son los exportadores y la zona de balsas solo es la encargada de la producción, considerando que la exportación de Balsas es de 0.00%; por no ser la productora, empaquetadora y exportadora.

En la investigación realizada por Astete & Escudero (2019), se observo que la producción son la Hass y Fuerte. La producción de esta última representa

aproximadamente el 50% del total de la producción peruana, siendo casi en su totalidad dirigido al mercado nacional, oferta exportable no aprovechada, ya que tan solo se exporta un 3% a países como España y Países bajos condicionado por diferentes factores internos, en esta investigación se comprueba que existen factores internos como factores sociales, falta de conocimiento, falta de procesos de permisos, etc; con lo que se coincide lo que indica Astete & Escudero (2019), que no es un problema de condiciones de oportunidades si no factores internos que no hacen posible una exportación.

Para Galliquio (2022), su población de la presente investigación estuvo conformada por 54 profesionales, y se tomaron como muestra 30 especialistas (Gerentes, Ingeniero agrícola, Exportadores) que se encuentran laborando en dichas empresas de la región de Ica obteniendo que los factores externos presentan una significativa relación con las exportaciones de palta de las Pymes en la región Ica, para esta investigación es claro que netamente Balsas – Chachapoyas tienen producción 0.00% de exportación dado que no son los empaques y exportadores, pero si son los productores base de palta estando en etapa de iniciación de exportación.

En la investigación publicada Galiano (2022), mostrando que el nivel de asociatividad empresarial de los productores de la Frutícolas de Palto del Valle es regular según el 62% de los productores, asimismo un 60% considera que el nivel de exportación es medio con una tendencia a bajo, se puede observar que existe una exportación directa para la zona de Balsas – Chachapoyas no existe un nivel de exportación recién se están colocando las bases para la exportación, por la falta de conocimiento, factor económico, factor social, factor de cultura interna, etc.

Para la investigación Rodríguez & Villafuerte (2019), se confirmó que los factores que influyen en la exportación de arándanos frescos en el periodo de

estudio son la demanda internacional, la estacionalidad de la cosecha del fruto, el desempeño exportador y las nuevas tendencias de los hábitos de consumo, existe un nivel de exportación, existe una cadena de suministros para la misma exportación; para esta investigación se observa claramente el nivel de producción de palta pero para terceros no existe una cadena de suministros, tampoco una base de exportación solo producción llevada a terceros para su exportación.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Las características que influyen en la producción local: el clima es adecuado, cuenta con las condiciones climatológicas, ubicación geográfica, tiempos estacionarios de producción son potenciales de exportación y presenta un crecimiento económico estable, se sugiere una cooperativa productora y los factores de exportación son: desconocimiento del proceso de exportación y déficit económico para inversión.
- Las características de producción local son: las cosechas son el junio – julio que son un potencial de exportación, la palta el costo por 0.50 kg es de 5 soles en lima, se tiene una proyección a 17 hectáreas de 65.00 millones de soles en ventas, la producción aproximada por hectárea es de 6.50 toneladas y se recomienda una asociación o cooperativa productora para acceder a los beneficios del estado y luego exportar.
- Los principales factores de exportación de palta son: Falta de conocimiento para el proceso de exportación, el déficit económico de inversión para la infraestructura, adquisición de equipos, etc; para el envase y embalaje de palta, asimismo los permisos de DIGESA y SENASA para exportar y falta de asociación para la formación de una cooperativa productora para adquirir los beneficios del estado.

RECOMENDACIONES

- Buscar que la mayor cosecha de palta sea en las fechas de Junio – Julio.
- A través de la cooperativa de productores locales buscar asesoramiento y capacitación en el MINAGRI, SUNNAS y PRODUCE; para incrementar la producción 6.50 tn a 10 tn por hectárea.
- Buscar la asociación de productores locales en una cooperativa para acceder a los beneficios que tiene MINAGRI y PRODUCE.
- A través de la cooperativa solicitar capacitación al SENASA y DIGESA, para la producción de estándares de exportación y nacionales.
- La producción debe estar orientarla a cumplir con los estándares fitosanitarios a exportar: Estados Unidos de América, Países Bajos, China, Francia y Alemania

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Astete Salazar, L., & Escudero Cirilo, L. (2019). Orientación internacional, costos y mercadeo como factores limitantes internos de la exportación de palta fuerte de la provincia de Huarochirí, Lima - Perú en el período 2015 - 2019.
- Aguilar, K., & Cachuan, Y. (2017). Experiencia y capacidad gerencial en el cuadro directivo y su influencia en las exportaciones de frutas tropicales fresca peruana 2001-2016
- Aguilar, P. (2017). Análisis de la cadena productiva de frutas tropicales de mesa (*Vitis vinífera* L.) para exportación, irrigación Majes - Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Alvarado, K., Atiencia, V., & López, M. (2009). Creación del Broker MKV para la exportación de camote y otros productos agrícolas No Tradicionales a España. Guayaquil: Escuela Superior Politecnica del Litoral.
- Aponte, J. (Octubre de 2017). Condiciones Laborales, Salud Ocupacional y Satisfacción Laboral de los Trabajadores de la Compañía Minera Santa Rosa.
- Abanto Rojas, A. P., & Marruffo Ruiz, H. M. J. (2023). Análisis de las potencialidades de la Cooperativa Agraria de Usuarios Condebamba, para la exportación de palta Hass a EEUU, en 2022.
- Álvarez-Risco, A. (2020). Clasificación de las investigaciones.
- Cotera Calua, Y. R. (2021). ANÁLISIS DE LA CADENA DE VALOR DE LA COOPERATIVA PRODUCTORES UNIDOS PARA EL DESARROLLO DE BAMBAMARCA PRODUCTORA DE AGUAYMANTO PARA EL AUMENTO DE LA OFERTA EXPORTABLE AL MERCADO.
- Cotrina Gil, E., & López León, L. (2022). BARRERAS QUE LIMITAN LA EXPORTACIÓN EN LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DEL DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA, 2022.
- Cuadros Luna, N. S. (2023). Influencia del grado de maduración de la palta Hass en la obtención de aceite de calidad en la ciudad de Ica, 2019.

- Mamani, J. C. Q., Pinto, S. L. A., Quilca, B. E. C., Portilla, R. M., & Huamán, R. N. T. (2022). Factores determinantes de la exportación de palta en Perú, 2008-2020. *Revista Alfa*, 6(18), 524–536.
- Pairazaman Baca, H. D. (2023). Impacto del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos en la exportación de espárrago, Perú 2011-2020.
- Quispe, C., & Dickey, J. (2023). ANÁLISIS DE LOS FACTORES CRITICOS DE ÉXITO QUE IMPULSARON LA EXPORTACION DE ARANDANO DE PERU A CANADA EN EL PERIODO 2016–2020.
- Tinoco-Plasencia, C. J., Zambrano-Casimiro, L. M., Roque-Paredes, O., Chávez-Mayta, R. W., Maguiña-Vásquez, B. M., & Calderón, J. W. E. (2023). Los arándanos, generalidades y desarrollo en el mercado mundial: una revisión de literatura. *Paideia XXI*, 13(1).
- Fernández Muñoz, R. (2018). Implementación de un modelo de gestión asociativa en la asociación artesanal de centro de comercialización de productos agropecuarios Tipishca, para el mejoramiento de la producción y comercialización de café .
- Galiano Calvo, C. (2022). Asociatividad empresarial y exportación de palta Hass de los Productores Frutícolas de Palto del Valle, Cusco – 2022.
- Galliquio Garcia, D. J. (2022). FACTORES EXTERNOS Y EXPORTACIONES DE PALTA DE LAS PYMES ANTES DE LA CRISIS SANITARIA, REGIÓN DE ICA, 2019.
- Gutierrez López, M. C. (2019). Factores de competitividad en la producción y exportación de aguacate Hass en el Valle del Cauca del periodo 2015 a 2019.
- Rodriguez Sosa, J., & Villafuerte Medina, F. G. (2019). FACTORES QUE INFLUYEN EN LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS FRESCOS EN LA REGIÓN DE LA LIBERTAD 2015 - 2019.

ROSALES, M. M. (2016). Propuestas de Mejora del Nivel de Gestión
Adquisición e Implementación TIC en la Municipalidad de Casma.
Piura - Perú: ULADECH.

Salazar Rojas, D. (2021). RENTABILIDAD Y CAMBIO TECNOLÓGICO EN
LA PRODUCCIÓN DE PALTA (*Persea americana*), EN LA CUENCA
DEL JEQUETEPEQUE, REGIÓN CAJAMARCA.

VARGAS, G. J. (2015). Propuesta Tecnológica Basada en COBIT 5 Aplicada
a la Gestión de TI en EIS. Riobamba - Ecuador.

ANEXOS

PANEL FOTOGRÁFICO

Foto 1. Palta de exportación.



Foto 2. Palta de producción local



Foto 3. Palta de producción local en crecimiento



Foto 4. Palta de producción local maduras



Foto 5. Palta de producción local para cosecha



Foto 6. Palta de producción local para cosecha



Foto 7. Palta de producción local para cosecha

