



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

**TESIS**

**PROPUESTA DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN A LAS  
ASOCIACIONES PRODUCTORAS DE PALTA HASS  
DEL DISTRITO DE MOTUPE – LAMBAYEQUE HACIA  
EL MERCADO DE AMSTERDAM - HOLANDA 2015-  
2016.**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO  
EN  
NEGOCIOS INTERNACIONALES.**

**AUTORES:**

**Bach. LÓPEZ CÓRDOVA, DANIEL GERMÁN  
Bach. RUIZ CÓRDOVA, JAIME AMÉRICO**

**PIMENTEL, PERU – 2016**

**PROPUESTA DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN A LAS ASOCIACIONES**

**PRODUCTORAS DE PALTA HASS DEL DISTRITO DE MOTUPE – LAMBAYEQUE**

**HACIA EL MERCADO DE AMSTERDAM - HOLANDA 2015-2016.**

**Aprobación del proyecto**

---

Mg. Parraguez Carrasco, Marcos Benito  
**Asesor metodólogo**

---

Abg. Vigil Rojas Fernando Antonio  
**Asesor especialista**

---

Dr. Abrahán Rodríguez Antonio Rafael  
**Presidente del jurado de tesis**

---

Mba. Jiménez Boggio Danna Johana  
**Secretaria del jurado de tesis**

---

Abg. Vigil Rojas, Fernando Antonio  
**Vocal del jurado de tesis**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto con mucho cariño a mis padres Roger Ruiz y Alicia Córdova, y amigos que me apoyaron para el desarrollo este proyecto de investigación y culminar con éxito la carrera profesional, el cual me anima a continuar progresando en este sendero de la vida.

**Jaime Ruiz Córdova**

## **DEDICATORIA**

Dedicado de manera especial a mi abuela Rosario, pues ella fue el principal Cimiento para la construcción de mi vida profesional, inculcando principalmente La responsabilidad y los deseos de superación ya que su persistencia y ejemplo de Superación me llevan a admirarla y otorgarle mis mejores triunfos personales y Profesionales.

**Daniel Lopez Cordova**

## **AGRADECIMIENTO**

Nuestro agradecimiento Nuestro Padre Celestial, porque es Él quien nos da todo el conocimiento, sabiduría y entendimiento para el desarrollo de nuestro proyecto.

Agradecemos a nuestros padres, pues ellos son quienes continuamente nos apoyaron en nuestra formación profesional.

A nuestros asesores quienes nos guiaron durante el desarrollo de este trabajo de investigación y amigos quienes nos brindaron su apoyo.

Daniel López Córdova

Jaime Ruiz Córdova

## ÍNDICE

ÍNDICE		iv
ÍNDICE DE TABLAS		vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS		vii
ÍNDICE DE CUADROS		viii
ÍNDICE DE FIGURAS		ix
RESUMEN		x
ABSTRAC		xi
INTRODUCCIÓN		xii
<b>CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>		<b>xvi</b>
1.1. Situación Problemática		18
1.2. Formulación del Problema	25	
1.3. Delimitación de la Investigación		25
1.4. Justificación e Importancia de la Investigación		25
1.5. Limitaciones de la Investigación		26
1.6. Objetivos		27
<b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO</b>		<b>28</b>
2.1. Antecedentes de la Investigación	29	
2.2. Estado del Arte		40
2.3. Bases Teóricas Científicas	42	
2.4. Definición de Terminología		76
<b>CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO</b>		<b>81</b>
3.1. Tipo y Diseño de la Investigación		82
3.2. Población y Muestra		84
3.3. Hipótesis		86
3.4. Variables		86
3.5. Operacionalización de Variables		87
3.6. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación		90
3.7. Procedimientos de recolección de Datos		93
3.8. Análisis Estadísticos e Interpretación de los Datos		96
3.9. Criterios Éticos		97
3.10. Criterios de Rigor Científico		98
<b>CAPITULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</b>	<b>99</b>	
4.1. Resultados en Tablas y Gráficos		100
4.2. Discusión de Resultados		114
<b>CAPITULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACION</b>		<b>120</b>
<b>CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>144</b>	
6.1. Conclusiones		145
6.2. Recomendaciones		146
<b>REFERENCIAS</b>		<b>148</b>
<b>ANEXOS</b>		<b>152</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01 Cantidad De Trabajadores Por Sexo	100
Tabla N° 02 Hectáreas De Producción	101
Tabla N° 03 Variedad De Palta	103
Tabla N° 04 Palta Más Comercial	104
Tabla N° 05 Calidad De Palta Hass	105
Tabla N° 06 ¿Existen Asociaciones Productoras?	107
Tabla N° 07 Número De Asociaciones Productoras	108
Tabla N° 08 ¿Se Exporta Palta Hass De Motupe?	109
Tabla N° 09 Mercados De Exportación	110
Tabla N° 10 Producto Bandera	111
Tabla N° 11 Toneladas Exportadas	112
Tabla N° 12 Formar Una Empresa	113

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01 Exportación De Palta Hass 2010 – 2015	37
Gráfico N° 02 Diagrama De Procesos	95
Gráfico N° 03 Porcentaje De Trabajadores Por Sexo	100
Gráfico N° 04 Porcentaje De Hectáreas De Producción	101
Gráfico N° 05 Porcentaje De Variedad De Palta	103
Gráfico N° 06 Porcentaje De La Palta Más Comercial	104
Gráfico N° 07 Porcentaje En Cuando A Calidad	105
Gráfico N° 08 Porcentaje De Asociaciones Productoras	107
Gráfico N° 09 Porcentaje De Número De Asociaciones Productoras	108
Gráfico N° 10 Porcentaje De Exportación De Palta Hass A Motupe	109
Gráfico N° 11 Porcentaje De Mercados De Exportación	110
Gráfico N° 12 Porcentaje Del Producto Bandera	111
Gráfico N° 13 Porcentaje De Toneladas Exportadas	112
Gráfico N° 14 Porcentaje De Formar Una Empresa	113
Gráfico N° 15 Cadena Logística	129
Gráfico N° 16 Diagrama de Plan de Exportación	130
Gráfico N° 17 Países Productores de Palta Hass	136
Gráfico N° 18 Países Importadores de Palta Hass	136
Gráfico N° 19 Países Exportadores de Palta Hass	137

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 01 Gráfico N° 01 Ficha Técnica de la Palta Hass	24
Cuadro N° 02 Evolución de las exportaciones de la Palta Hass	40
Cuadro N° 03 Requerimientos en el Cultivo de la Palta	66
Cuadro N° 04 Hectáreas de Cultivo de la Palta en el Perú	74
Cuadro N° 05 Estacionalidad de Países Productores	76
Cuadro N° 06 Operacionalización de Variables	87
Cuadro N° 07 Criterios Éticos	97
Cuadro N° 08 Criterios de Rigor Científico	98
Cuadro N° 09 Matriz Foda	131
Cuadro N° 10 Regiones Productoras de Palta	135
Cuadro N° 11 Gravámenes de la Palta	141
Cuadro N° 12 Costos de Exportación	142

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01 Palta	61
Figura N° 02 Palta Hass	63
Figura N° 03 Palta Fuerte	64
Figura N° 04 Palta Edranol	64
Figura N° 05 Palta Bacon	65



Figura N° 06 Mapa de Ubicación	128
Figura N° 07 Cosecha de la Palta	128
Figura N° 08 Departamentos de Producción de Palta Hass	134
Figura N° 09 Países Productoras de Palta Hass	135
Figura N° 10 Exportación Directa	138
Figura N° 11 Ferias Internacionales	139
Figura N° 12 Misiones Comerciales	139

## RESUMEN

En la actualidad nos encontramos inmersos en un cambio de tendencias generales en la distribución comercial, por lo que ahora las empresas buscan expandir sus negocios a través de nuevas alternativas, y es por eso que esta investigación toma la opción de que las empresas conozcan los beneficios al emprender como exportador. Y se sabe que el plan de exportación se ha convertido en una fórmula cada vez más acertada y amplia para poner en marcha una actividad comercial.

La investigación tiene como finalidad determinar la exportación como una herramienta impulsora para la comercialización de Palta Hass del distrito de Motupe, departamento de Lambayeque año 2015. Por lo que se definen las variables de estudio, sus principales características y elementos. Además se muestra la información obtenida que brinda respuestas para determinar la posibilidad y problemas existentes que tienen los productores para convertirse en exportadores.

Para ello se aplicó encuestas a los productores de Palta Hass, que permitió conocer la situación actual de los mismos así como sus capacidades, y bajo el análisis de la información adquirida llegamos a la conclusión que para que un negocio sea exportable debe tener asesoría jurídica en términos de contratos y licencias, entre otros. De manera que proponemos un plan de exportación.

**Palabras Clave:** Exportación, exportadores, exportar, exportables.

## **ABSTRACT**

Today we find ourselves in a change of general trends in commercial distribution, so now companies looking to expand their business through new alternatives, and that is why this research takes the option that companies know the benefits to undertake as an exporter. And we know that the export plan has become increasingly accurate and comprehensive formula for starting a business.

The research aims to determine the export as a driving tool for marketing Hass avocado Motupe district, Lambayeque 2015. As the study variables, their main features and elements are defined. Besides providing information obtained answers to determine whether and existing problems of the producers to become exporters shown.

For this survey was applied to the producers of Hass avocado , which allowed the current situation to them and their capabilities , under the analysis of the information obtained we conclude that for a business to be exportable must take legal advice terms of contracts and licenses, among others. So we propose a plan of export.

**Keywords:** Exportation, exporters, export, be exported.

## **INTRODUCCIÓN**

Nuestra región Lambayeque es netamente agro exportadora más de 50 tipos de productos son exportados directamente a los principales bloques Europeos, Americanos y Asiáticos, siendo muy representativa e identificable dichos productos con nuestro País garantizando la calidad, sabor y precio mediante las misiones comerciales, ferias comerciales entre otros eventos trascendentales. Las asociaciones productoras del distrito de Motupe producen principalmente Palta Hass siendo identificado como un producto bandera, a pesar de ello carecen de acceso a capacitación, información y el correcto uso de herramientas para obtener una exportación exitosa.

La región de Lambayeque es la principal productora de palta Hass, siendo el distrito de Motupe el seleccionado ya que cuenta con la producción y la capacidad ideal la cual tiene como característica abastecer un producto de calidad, además de poseer una cultura atractiva, tradicional e inocua, siendo así un éxito en el extranjero.

La presente investigación aporta propuestas de carácter técnico y aplicativo de forma práctica y fácil, de esta forma facilitando el aprovechamiento de un plan de exportación así como su comprensión por parte de las asociaciones y principales productores de palta Hass, así también ellos logrando identificar su producción y abastecimiento lleven un correcto control para poder emplear una logística y cumplir con los requisitos establecidos por el País destino.

Tener el conocimiento de lo que significa “barreras arancelarias” y “no arancelarias”, cumplir con las certificaciones (si son requeridas) y mantener la normatividad exportable con el fin de concretar ventas exitosas y llevar al mercado europeo el producto bandera motupano como es la “Palta Hass” y promover su consumo culinario no solo en el continente europeo si no en diferentes bloques comerciales ya que nuestro país, es reconocido mundialmente por nuestra gastronomía y la calidad de nuestros productos en los que se incurren, generando así una mejor promoción comercial paralelamente al volumen exportable que se desea realizar.

En cuanto a la estructura de la investigación, este se compone de seis capítulos divididos de la siguiente manera:

En lo que concierne al Capítulo I: Problema de Investigación, se expone la búsqueda que tienen las empresas de posicionarse en el mercado internacional, mediante el formato plan de exportación, abriéndose hacia nuevos rubros.

Además se formula el problema de investigación, las delimitaciones, la justificación e importancia, las limitaciones, terminando con los objetivos.

El Capítulo II: Marco Teórico, presenta los antecedentes de estudio, tanto en el contexto internacional como el contexto nacional, las bases teóricas científicas de la investigación y las definiciones de la terminología, para el cual se ha basado en los diversos aportes de especialistas que trataron sobre plan de exportación, resaltando de esta manera la importancia que tienen estos dos temas de estudio en la tesis.

El Capítulo III: Marco Metodológico, detalla el tipo y diseño de la investigación el cual es de tipo descriptivo – correlacional, también define el diseño de la investigación, la población y muestra, la hipótesis y las variables así como la operacionalización de las mismas, también se describen los métodos, técnicas e instrumentos de investigación, el procedimiento de la recolección de datos, y los criterios de la investigación.

El Capítulo IV: Análisis e Interpretación de los Resultados, muestran los resultados obtenidos tras la aplicación de los instrumentos a la investigación, mediante tablas y gráficos que ayudan a la comprensión del análisis, además se expone la discusión de dichos resultados.

El Capítulo V: Propuesta de investigación, plantea el modelo para que las asociaciones tengan el panorama para convertirse en exportadores; detallando los requisitos necesarios para serlo, de tal manera que mejore la comercialización

# **CAPÍTULO I:**

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

## I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Situación Problemática

El mundo se encuentra en constante cambio debido a la globalización, en donde se percibe un mayor acercamiento de personas así como de los negocios.

A menudo se apertura nuevos negocios y por lo general estos son en su magnitud pequeñas empresas, y junto con ello surge el pensamiento en el empresario – emprendedor la permanencia y expansión de su negocio en el mercado.

Las exportaciones de palta han crecido sostenidamente durante el período 2010 - 2014, debido al mayor consumo mundial y la reputación de dicho producto en el mercado exterior, en términos de calidad, precio y volumen de producción.

El estudio surgió a partir del interés por conocer el propósito del estado en contribuir a la promoción de desarrollo económico. Durante los últimos años se ha priorizado la agro exportación, pero ¿es esta la actividad que garantiza el desarrollo de la actividad agrícola? El gobierno Distrital de Motupe ha propuesto proyectos relacionados con la promoción de cultivos de exportación, este proyecto es realizado entre organizaciones competentes y productores agrícolas, principales actores, quienes efectúan acciones conjuntas con el propósito de contribuir al desarrollo económico y la finalidad de reconocer la importancia de la actividad agrícola.

Ante esta situación, los empresarios buscan posicionarse no solo en el mercado nacional sino que también buscan traspasar fronteras hacia el mercado internacional, y la alternativa para lograr la expansión de su negocio es mediante la forma de una exportación.

## **A.) A nivel internacional**

(Export Helpdesk, 2012) Las crecientes exigencias de calidad y demanda de producto en los principales países importadores de Palta Hass han convertido un mercado sólido, que crece día a día, junto con la necesidad de preservar el medio ambiente. Holanda un país donde el éxito y la calidad de vida es destacable, donde no solo el ejercitarse y la alimentación balanceada es suficiente, la tendencia global de comer sano involucra directamente el consumo de productos de primera mano, siendo un mercado rico y diversificado.

El consumidor holandés, tiene la capacidad económica y versátil al momento de adquirir sus productos, sin dejar de lado probar nuevos e innovadores productos que también cuenten con un valor agregado aumentando así su valor nutricional.

Holanda con una población de más de 6 millones de habitantes, el predominio de Holanda en los Países Bajos se ha traducido en el regionalismo por parte de las demás provincias. Esta es una reacción a la amenaza percibida que Holanda representa para las identidades y culturas locales de las otras regiones. Las otras provincias tienen una fuerte imagen equivocada, y a veces negativa, de Holanda y los holandeses.

Holanda es una puerta de acceso a Europa ya que: 14% de todo el transporte europeo por carretera, 57% de todos los centros de distribución europeos. El transporte por ferrocarril conecta puertos y plantas industriales con el interior de la UE. 25 000 kilómetros de vías acuáticas interiores a la punta de sus manos. 60 millones de toneladas de productos (petro) químicos transportados por oleoductos construidos para tal fin.



En el sector agro logístico Rotterdam el puerto principal para la importación de frutas y verduras en la UE, Ámsterdam para cacao, tiene 60% del stock mundial, uno de cada 3 camiones en Holanda contiene flores o productos alimenticios, uno de cada 10 transporta plantas ornamentales.

(Pro Chile, 2006) Las oportunidades para el producto como es la palta son muy grandes ya que Holanda es uno de los países principales en Importaciones a nivel global, y gradualmente ha ido escalando la tabla hasta posicionarse como uno de los primeros importadores gracias a la colaboración en el sector productores, comercializadores, proveedores de insumos, y maquinaria, etc.

#### **B.) A nivel nacional**

(Mincetur, 2012) El Perú ya superó a Chile, incluso quedan atrás Sudáfrica y Estados Unidos, como segundo competidor mundial en exportación de palta. El 2014 consolidó su posición con una exportación de US\$308 millones, lo que significó un crecimiento de 66,2% de crecimiento con respecto a un año anterior, según la Dirección de Estudios Económicos e Información Agraria del Ministerio de Agricultura y Riego.

El primer lugar lo tiene hoy México y la Unión Europea es en realidad un reexportador de fruta, según refiere el Minagri. Comparando la evolución de las exportaciones del Perú, de ser casi inexistentes en el año 2.000 (2.000 toneladas) pasa a 114.400 toneladas en el 2013. El Minagri calcula que la campaña de exportación de palta Hass logró el 2014 un volumen histórico de 177,8 mil toneladas, que representa un 55,5% de crecimiento. Este buen desempeño es explicado por un entorno favorable.

Por ejemplo, Chile que también exporta palta se encuentra con problemas climatológicos que están afectando seriamente sus áreas de producción de paltas; en el caso de México se espera una caída de su producción también por problemas de sequía; un caso muy parecido se viene dando en California, donde existe incertidumbre respecto a la cosecha durante la campaña 2014/2015, esta es la región productora de paltas más importante en los Estados Unidos", explica el informe.

Con relación a nuestro principal mercado de EE.UU., el Minagri resalta que hubo un acelerado posicionamiento en el mercado más grande del mundo, a donde entramos recién desde el 2010 por cuestiones fitosanitarias. De acuerdo con las cifras oficiales de aduanas del país del norte ya somos el segundo proveedor después de México.

En general, el informe del ente agrícola identifica una creciente demanda por el mencionado fruto en los próximos años. "Son claras las enormes posibilidades que ofrece el mercado mundial de palta, estimándose que al 2029 el comercio mundial debe haberse duplicado.

En cuanto a la producción del país se habrían superado las 300 mil toneladas. La Libertad es la más importante región productora de paltas en el país: de haber producido alrededor de 9 mil toneladas en el año 2000, en los siguientes años la producción de esta fruta aumentó de una manera sostenida.

En el 2005 ya producía 21,8 mil toneladas (21% de participación), en el 2010 aumenta a 38,8 mil toneladas (mantiene el 21% de participación) a partir del 2011 se convierte en el primer productor

nacional de palta, superando a Lima, registrando 52,4 mil toneladas de producción y en el 2013 alcanza la cifra record de 74,7 mil toneladas (26% de participación).

**C.) A nivel local**

(El comercio, 2013) Actualmente en el Distrito de Motupe se cultivan aproximadamente entre 200 y 300 hectáreas de palta, las cuales producen 4 200 toneladas anuales, que mayoritariamente son vendidas a los mercados estadounidense y europeo mediante actores intermediarios.

Debido a las políticas municipales de contribuir al desarrollo económico mediante la promoción de cultivos de exportación, es que los agricultores se han propuesto hacer de la palta el producto bandera, ya que por años se ha identificado a Motupe como zona paltera y de allí el apelativo motupano panza verde; y promocionar su siembra, invitando a productores a instalarse en los campos de cultivo del distrito, la idea es conseguir que se duplique o triplique la cantidad que ahora se cultiva. Esta idea se explica en la buena rentabilidad que el producto ofrece a los agricultores y el enorme potencial que existe en el extranjero, es decir el mercado es más atractivo y el precio más rentable.

**Información Comercial de la Palta Hass.**

**Cuadro N° 01: Ficha Técnica de la Palta Hass**

<b>PALTA</b>	
<b>Nombre Científico</b>	Persea Americana
<b>Familia</b>	Lauraceae
<b>Variedades Importantes</b>	Hass, Fuerte
<b>Inicio de cosecha de cultivo</b>	4 – 5 años
<b>Vida útil</b>	20 – 30 años
<b>Requerimiento de suelo</b>	Textura franco arenoso, PH 5 – 8.5
<b>Departamentos Productores</b>	Junín, Lima, Piura, Cusco, Lambayeque
<b>Época de siembra</b>	Todo el año
<b>Época de cosecha</b>	Primavera y verano

*Elaboración: Propia*

*Fuente: PROHASS, Ministerio de Agricultura.*

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cuál será la contribución de la propuesta de plan de Exportación de Palta Hass a las Asociaciones productoras de palta Hass del distrito de Motupe - Lambayeque hacia el mercado de Ámsterdam– Holanda?

## **1.3. Delimitación del Problema**

La investigación está enfocada en los productores de Palta Hass del distrito de Motupe, Lambayeque. Este distrito es el lugar de donde se han tomado los datos para la presente investigación.

## **1.4. Justificación e Importancia**

Es de suma importancia, la presente investigación porque desarrollará el correcto plan de exportación en el Distrito de Motupe – Lambayeque contribuyendo a un mejor desarrollo de las buenas prácticas y una mejor calidad de vida junto a los integrantes de la cadena productiva y/o asociaciones en el distrito de Motupe.

Además de una debida propuesta y su correcto plan de exportación, permita la concentración de esfuerzo y tiempo de los participantes,

convirtiendo la palta Hass en uno de los principales productos de agro exportación en el distrito de Motupe provincia de Lambayeque con destino al mercado internacional holandés.

Además este Plan de exportación tiene un valor social ya que generará ingresos mayores de los que reciben los productores antes de producir en estándares de calidad finalmente la investigación tiene carácter económico, debido a que se quiere lograr que la comercialización de palta Hass sea considerado una relevante fuente de ingresos del país para de este modo mejorar el volumen de exportaciones no tradicionales.

De igual forma esta investigación tiene el fin de aportar a la población, empresas emergentes, entre otras tras la aplicación de la propuesta del plan de exportación mejorando sus buenas prácticas y correcto ingreso en el mercado internacional.

## **1.5. Limitaciones**

Dentro de las limitaciones que se presentaron para realizar la investigación del presente trabajo fue de que algunas instituciones que retrasan en ciertas proporciones unas de otras, lo que ocasiona problemas al realizar comparaciones y buscar exactitud de la misma, la disponibilidad de tiempo que tienen los trabajadores que forman parte del distrito de Motupe para poder realizar las entrevistas, también presentamos dificultades geográficas en el domicilio social de la asociación antes mencionada.

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. Objetivo General**

Establecer una propuesta de plan de exportación de palta Hass, a las Asociaciones Productoras del Distrito de Motupe - Lambayeque como destino al mercado de Ámsterdam - Holanda.

### **1.6.2. Objetivos Específicos**

O.E.1. Determinar la situación actual agrícola de los productores de palta del distrito de Motupe.

O.E.2. Identificar el abastecimiento de palta a nivel Regional.

O.E.3. Determinar los requisitos de entrada de la palta y las restricciones al mercado destino de Ámsterdam – Holanda.

# **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

## **II. Marco Teórico**

### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

#### **a.) A nivel internacional**

(Rojo, 2007) Plan de negocio para una pequeña empresa productora de paltas.

Concluye que el objetivo principal de este estudio de caso es el desarrollar un plan de negocio que permita aumentar la rentabilidad de CruzPal, ubicada en la zona de Quillota, 5° Región.

Se realiza un estudio de mercado para conocer la actualidad de la industria de la palta. Se estudia su comercialización, los canales de distribución y se efectúa un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, identificando el entorno competitivo y las distintas barreras de entrada y salida.

Posteriormente se estudia la empresa, tanto en su estructura organizacional, recursos, producción, cadena de valor, estructura de costos y análisis de rentabilidad, visualizando la inviabilidad de subsistir una empresa con estos niveles de costos e ingresos, dado la baja productividad de los paltos y el bajo calibre de los frutos, producto de las malas prácticas agrícolas y el bajo precio de venta obtenidos por el productor, debido a su poca capacidad comercializadora.

Posteriormente como medida estratégica para CruzPal, se propone la creación de una sociedad de pequeños productores de paltas, que apoye a sus socios en la gestión financiera y en la aplicación de buenas prácticas agrícolas, pudiendo competir en el mercado con los acopiadores rurales, traspasando un mejor precio de venta de la palta a los productores. Se analizan los indicadores de rentabilidad y la eficiencia de la sociedad.



Realizando una proyección a 10 años para CruzPal, se concluye que al crear la sociedad, la empresa incrementa su rentabilidad y mejora la eficiencia en sus procesos, debido a las buenas prácticas agrícolas. Y por su participación en la sociedad de pequeños productores, obtiene utilidades, mejores oportunidades crediticias, menores costos en los insumos y mayores precios de comercialización.

(Pro Chile, 2001) señala que Holanda es uno de los más importantes transformadores de productos agrícolas primarios, debido al efectivo papel que cumplen las grandes empresas de comercio exterior en dicho país. Aproximadamente, más del 80% de productos que importa Holanda, posteriormente son exportados a otros países, hecho que la convierte en la principal puerta de acceso de productos orgánicos a Europa.

(La consultora ASVID, 2009) señala que si Chile quiere ser competente en el mercado de las paltas, tiene que mejorar su producción en un 30%, es decir, pasar de las 8 toneladas por hectárea a 13 toneladas. Revelan además que la industria chilena tiene todas las herramientas necesarias para sobresalir y obtener una ventaja frente a la mexicana, optimizando la calidad para lograr posicionarlo en el mercado como un producto Premium. Un hecho a destacar es que Chile ha logrado establecer contactos con los productores mexicanos, y en ambas perspectivas se han podido observar esfuerzos por tratar de complementar la oferta. Chile ha empezado a considerar a Perú como un peligro para sus exportaciones de palta, debido a que el rendimiento por hectárea es de 15 toneladas (Casi el doble que ellos), sin señalar que en la Región Ica se llega a producir hasta 25 toneladas/hectárea, destacando que la cosecha peruana es generalmente de abril a

agosto, lo cual representa una buena oportunidad para una excelente ventana de comercialización a USA.

(El Colombiano, 2010) informa que en Colombia se fundó una asociación conocida como “Comercializadora Internacional San Hass” (Pionera en Colombia y formada por 16 empresarios). Dicha asociación fue formada con el objetivo de competir de igual a igual con Perú, México y Estados Unidos y justifican su existencia bajo la premisa de que el mercado de la palta se está saturando debido a la carencia de esquemas claros.

(Arana, 2010) Sostuvo que los productores mexicanos de aguacates pueden incrementar sus exportaciones a Estados Unidos siempre y cuando superen aquellos desafíos generados dentro de la cadena de abastecimiento; tales como optimizar la calidad del producto, crear un entorno confiable entre los que participan en dicha cadena y mejorar la coordinación entre ellos; ya que aunado a dichos problemas se presentan otros como la gran variación en la demanda por el transporte y el planeamiento logístico que se vuelve más complicado.

## **b.) A nivel nacional**

(Prohass, 2012) Asociación de productores de palta Hass en el Perú.

Concluye que Prohass es la primera asociación de productores de palta Hass del Perú.

El propósito de esta asociación es consolidar los esfuerzos de sus productores en las áreas de producción y comercialización; así como fortalecer su posición internacionalmente. Facilita la transferencia de tecnología, la aplicación de economías de escala, el apoyo a

programas de investigación; así como la asistencia para acceder mercados internacionales.

En Prohass, la mejor forma de alcanzar relaciones comerciales duraderas con sus clientes es ofreciendo la excelencia en productos de calidad y servicio de una manera consistente. Los esfuerzos de sus asociados por cumplir con estándares y regulaciones internacionalmente aceptados se han traducido en repetidas ventas y sobre todo, en clientes satisfechos. Los principales compradores son distribuidores y proveedores de cadenas de supermercados en Europa y Canadá. Una constante comunicación y trabajo en conjunto les permite adaptarse a las necesidades del cliente, asegurar una oferta continua y optimizar las utilidades para todas las partes involucradas.

ProHass asiste a sus miembros a continuar evolucionando con los mercados y permanecer alertas a las necesidades de cada cliente en particular.

(Sánchez, 2009) Comercialización de palta Hass para exportación - valle de casma (Perú)

Concluye que en el Perú, la mayor parte de la producción de palta se dirige al mercado interno, actualmente exporta sólo el 1% del mercado mundial, es por eso que el presente proyecto de negocios se basa en exportar en más cantidades la palta Hass, ya que el mercado europeo tiene una gran aceptación de dicho producto. Y el producto tiende a ser un mercado potencial.

Cabe resaltar que, a parte de sus propiedades nutritivas y el 0 % de colesterol más su agradable sabor, es la cáscara del palto Hass la que le da su condición de producto de fácil exportación, ya que al ser está, relativamente más gruesa que la de otras variedades, le permite resistir mejor el transporte y manejo post cosecha; teniendo en

cuenta que el transporte a países como Estados Unidos o Europa dura 20 o 30 días en barco, por ello es la variedad Hass la que más se adapta a este tipo de viajes largos y duros; siendo además la más solicitada en el mercado internacional en la actualidad.

Así mismo este proyecto permite proyectar las inversiones necesarias con el fin de desarrollar la ejecución y seguimiento adecuados al proceso de internacionalización de la empresa.

Existe un mercado creciente de palta fuerte, el plan de negocios se ubica dentro de este mercado.

El proyecto de negocios de comercialización de palta Hass para la exportación en el valle de Casma, presenta un VAN positivo y un TIR de 86 %, la que es mayor al costo de oportunidad del capital. , considerada para el proyecto 40 %, por lo tanto el proyecto es rentable económicamente.

(La consultora Maximixe, 2010) A través de un informe de mercado publicado en enero de dicho año, señala que el alto rendimiento que tiene la palta peruana, la producción continua durante el año y la gran demanda con que cuenta en los mercados europeos, en especial de Holanda, España y Reino Unido, han contribuido a que su cultivo sea atractivo. Además cabe resaltar, que a inicios de aquel año, se levantaron las barreras fitosanitarias para el libre ingreso de las paltas frescas de la variedad Hass a USA lo cual va a generar mayores expectativas para su producción, debido a que el mercado estadounidense es el principal comprador de palta en el mundo.

(Contacto Latino, 2010), señala que el presidente peruano Alan García mostró un carácter optimista con respecto al ingreso de la palta al mercado estadounidense, al indicar que en un breve plazo se

logrará tener una impresionante presencia de dicho fruto en USA, diciendo “Palta del Perú significa mejor calidad y mejor sabor”.

El Perú obtuvo la autorización fitosanitaria para el ingreso de la palta Hass al mercado de USA a través del Ministerio de Agricultura, mientras que en el otro país, el permiso correspondiente lo otorgó el Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS) del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos.

(Minagri 2014) Las exportaciones de palta alcanzarían un nuevo récord en el 2014.

Las exportaciones de palta alcanzarían un nuevo récord en el 2014 bordeando US\$ 300 millones (62% más respecto al 2013), mientras que en el 2015 se incrementarían en alrededor de 25%.

Así mismo nuestras proyecciones consideran condiciones climáticas estables y asume una mayor producción de palta Hass (principal variedad para la exportación) en 11% y 15% en el 2014 y 2015.

## Grafico N° 01 Exportaciones de Palta Hass entre los años 2010 – 2015



*Fuente: Minagri.*

*Elaboración: Propia*

(Sierra Exportadora, 2015) Actualmente, el Perú sobrepasa las 18 mil hectáreas de palta Hass y aproximadamente el 95% se destina para la exportación.

La producción de palta en el Perú se incrementa en aproximadamente un 12% al año, y con ello se incorporan nuevos terrenos de cultivo, debido a la creciente demanda en el mercado internacional.

### **b.) A nivel local**

(SOTO, 2014) Propuesta de un modelo asociativo a productores de palta en el distrito de Motupe -departamento de Lambayeque.

Que ante la creciente competencia derivada de la globalización, los modelos asociativos han surgido como un mecanismo de apoyo entre los pequeños productores agrícolas para poder enfrentar nuevos retos y responder a las exigencias del mundo globalizado.

En nuestro país estos modelos no son algo común, debido a las experiencias negativas en el pasado. Además ocurren en menor frecuencia y son mínimos debido a las deficiencias y restricciones del sector como son; la falta de información, capacitación y asistencia técnica y administrativa, falta de capacidad empresarial, estandarización y normas de los modelos de producción, de recursos económicos, altos costos de inversión, bajo nivel de negociación, falta de tecnología para mejorar la calidad y homogenizar sus productos, desconfianza entre los productores agrícolas, falta de promoción y participación; así mismo enfrentan problemas en manejo de recursos hídricos, acciones fitosanitarias no uniformes, reducidas aéreas certificadas, falta de riego tecnificado, falta de información y otras más.

Por lo tanto a efectos de plantear soluciones a las restricciones y deficiencias señaladas es que los pequeños productores frutícolas del Distrito de Motupe han generado el impulso de un modelo asociativo con la finalidad de que contribuya a su progreso y Desarrollo.

Es así que la importancia del estudio actual para mejorar el negocio agrícola, involucra y supone el protagonismo de los productores y también un fuerte compromiso de las instituciones de apoyo para garantizar asistencia técnica y administrativa, capacitación, servicios de información, comercialización y financiamiento.

La presente investigación se realiza con la finalidad de elaborar una propuesta de modelo asociativo a productores de palta del distrito de Motupe y se justifica en que contribuirá a lograr un desarrollo territorial, económico, social y ambiental beneficiando directamente a los agricultores, principales protagonistas del proyecto.

## 2.2. Estado del Arte

### EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE LA PALTA HASS

Cuadro N° 02 Evolución de las Exportaciones de la Palta Hass

Períodos	Descripción	Fuentes
2001 – 2005	Holanda destacó por su mayor dinamismo relativo, pues lo exportado hacia dicho mercado avanzó a un ritmo anual de 81.5% frente al 61% de Reino Unido y Francia, y al 55.9% de España.	Monografías
2005	18 empresas superaron los US\$ 100 mil en exportaciones y en conjunto representaron el 97.8% de las exportaciones de palta. Si se consideran a <u>empresa</u> con exportaciones superiores al millón de dólares, en el año 2005 estas fueron de 5 y su participación conjunta correspondió al 73.7% del total exportado.	Monografías
	Las exportaciones de Palta Hass han crecido sostenidamente en los últimos años gracias a la gran Preferencia del producto peruano en los mercados europeos y ahora tiene la gran oportunidad de posicionarse en el mercado	



2011	norteamericano. La Palta Hass tiene dos ventajas adicionales en su lucha por el mercado de EEUU, ingresará con arancel cero gracias al TLC con dicho país y no recibirá el tratamiento en frío usado como medida cuarentenaria ante la mosca de la fruta.	Maximixe
2013	El Perú se consolida como segundo exportador mundial de paltas	El comercio
2014	El Perú ya superó a Chile, incluso quedan atrás Sudáfrica y Estados Unidos, como segundo jugador mundial en exportación de palta. El 2014 consolidó su posición con una exportación de US\$308 millones, lo que significó un crecimiento de 66,2% de crecimiento con respecto a un año anterior, según la Dirección de Estudios Económicos e Información Agraria del Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri).	El comercio

**Fuente:** El comercio

**Elaboración:** propia

## 2.3. Bases Teóricas Científicas

### 2.3.1. Exportación

#### i.) Definición

**La exportación** radica en la división internacional del trabajo. Por otro lado los países no producen todos los bienes que necesitan, por lo cual se ve en la necesidad de fabricar aquellos que cuentan con una ventaja productiva y que les servirá para obtener los productos y servicios que son más difíciles o más costosos de producir.

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

#### ii.) Plan de Exportación

##### Definición

([Ponce](#), 2010), Es el documento que guía el esfuerzo exportador de cualquier empresa, le dice hacia donde debe ir y como llegar al mercado internacional

Es definir adecuadamente una estrategia de entrada a los mercados internacionales y la forma de operación más aconsejable.

Un buen plan de exportación debe ser: Sencillo, Realista, Congruente

El desarrollo requiere tanto del conocimiento de las capacidades propias como de las oportunidades en el mercado internacional;

conocimiento sobre el que se aplica la inteligencia, astucia y audacia para distinguir, aceptar y enfrentar los retos, supone abrir nuevos mercados y aprovechar el potencial del negocio.

### **iii.) Importancia del plan de Exportación**

El empresario que no planifica se encontrara desorientando y sorprendido por los cambios repentinos del mercado, saber Lo que ocurrirá por una acción determinada permite tener una Dirección a donde queremos llegar y permite a los miembros de La empresa logren el mismo objetivo.

Un plan de negocio debe ser la razón de ser del gerente, un gerente

Que no tenga un plan de negocio es muy vulnerable a las amenazas de los competidores y del mismo mercado no podrá Administrar los riesgos empresariales.

1. Especifica responsabilidades y formas de evaluar.
2. Ayuda a vender la idea de negocio interna y externamente.
3. Transmite al personal una idea clara de lo que se quiere lograr.
4. Favorece el proceso de internacionalización de la empresa.
5. Identifica los problemas y las oportunidades existentes.
6. Genera compromisos dentro de la empresa.
7. Permite proyectarse en los planes de la empresa para los siguientes años.

#### iv.) Beneficios del Plan de Exportación

1.) **Metas y Objetivos**: un plan de negocios de Exportación simplifica la determinación de nuestras metas y objetivos, nos da un panorama general para así fijar el camino de nuestro negocio.

2.) **Recursos financieros** para lograr un financiamiento, por inversionistas, las instituciones bancarias o financieras, y que normalmente requieren un plan de negocios para determinar el riesgo que se tiene el apoyar nuestro proyecto.

3.) **Rentabilidad del Negocio**: nos señalara que tan viable es el negocio, así sabremos si debemos de ponerlo en marcha o hacer algunos ajustes.

4.) **Establecer la Planeación de las estrategias de Marketing**: herramienta indispensable para crear campañas de marketing que arrojen resultados adecuados, así con el plan de exportación a sabremos qué puntos enfatizar y el cómo ganarnos el corazón de nuestros clientes sin tener que desembolsar grandes cantidades de recursos.

5.) **Nos permite establecer una confrontación de las ideas con la realidad**: Permite confrontar las ideas con la realidad, si nuestras ideas son realistas y posibles de realizar.

6.) **Clarifica la idea originalmente pensada**: Una cosa es la idea en la mente, otra en el papel y otra en la realidad cuando sea materializada.

7.) **Aumenta los niveles de certidumbre**: Tendremos más precisión de lo que necesitamos, de lo que podemos y debemos gestionar con la adecuada percepción de riesgo para disminuir la incertidumbre.

**8.) Nos da una mayor transparencia en la visión comercial:**

nos proporcionará una retroalimentación más a la medida de lo que nuestros clientes nos van a exigir asegurando mediante las adecuadas estrategias de mercadotecnia el posicionamiento comercial de la empresa.

**9.) Dirección:** Coordinar los diferentes factores del negocio de Exportación nos da una perspectiva y precisión en el proceso administrativo.

**10.) Convencimiento:** Al escribir nuestra idea y vestirla completamente en todos sus aspectos nuestra idea se fortalece y por ende estaremos con mayor convicción de lo que queremos lograr.

**11.) El plan de exportación nos permite medir el avance:**

Permite llevar con eficiencia el logro de las metas ya fijadas para así medir avances, ejercer los controles y mejoras necesarias cuando resulte indispensable corregir el rumbo.

**12.) Control:** Teniendo metas claras, y los indicadores de gestión y cumplimiento bien establecidos podrá monitorear el grado de avance durante el desarrollo del negocio.

**13.) Planeación financiera:** Podrá organizar sus finanzas y lograr mayores niveles de eficiencia y rentabilidad. Podrá determinar su crecimiento económico con respecto al tiempo de ejecución de la empresa. Un presupuesto bien elaborado le facilitará la gestión y toma de decisiones para obtener mayor beneficio económico.

## **v.) Metodología del Plan de Exportación**

(Llamazores, 2014), (Llamazores, 2014) Nos conceptualiza los métodos para realizar un plan de exportación mediante ciertos parámetros para una mejor exportación de un producto nuevo a un mercado internacional.

### **a.) Proceso 1. Diagnóstico de Exportación**

El Plan de Exportación comienza con un análisis interno de las capacidades competitivas de la empresa en relación a los mercados exteriores, para aprovechar de la mejor forma posible sus puntos fuertes (fortalezas) y mejorar sus puntos débiles (debilidades). Con el análisis externo se trata de identificar aquellas tendencias económicas, políticas, sociales, etc., que más van a condicionar la evolución internacional del sector en que la empresa desarrolla su actividad.

### **b.) Proceso 2. Selección de Mercados**

En una primera preselección de mercados no es conveniente reflexionar en términos de países individuales, sino más bien de áreas geográficas o conjuntos de países. Para pasar este filtro inicial, se utilizan criterios que deben ser cumplidos por las áreas o los mercados que posteriormente serán analizados más en profundidad. No se trata de seleccionar a los países más favorables; lo importante es poder eliminar aquellos que no cumplan los criterios que se hayan elegido como básicos.

Una vez que se han preseleccionado las áreas geográficas más favorables, se trata de preseleccionar países que pertenezcan a esas áreas geográficas. Finalmente, se trata de seleccionar los países objetivos para realizar las siguientes etapas del Plan.

### **c.) Proceso 3. Formas de Entrada**

La forma de entrada elegida para los mercados exteriores preseleccionados será decisiva para el Plan de Exportación. Las principales alternativas para comercializar productos en el exterior son las siguientes:

- a. Exportación directa.
- b. Agente comercial.
- c. Importador/Distribuidor.
- d. Compañías de Trading.
- e. Acuerdo de Piggyback
- f. Acuerdo de Licencia
- g. Acuerdo de Franquicia
- h. Acuerdo de Joint Venture
- i. Delegación o filial comercial

Una vez que se ha elegido la forma de entrada deben identificarse empresas en el país objetivo que se correspondan con esa forma de entrada. Así, por ejemplo, si se ha elegido como forma de entrada la venta directa, deberán identificarse empresas a las que se pueda vender directamente, sin intermediarios; en el caso de agentes o distribuidores, deberán identificarse empresas que realicen esa función; si se ha elegido como forma de entrada la Joint Venture, deberán buscarse empresas del mismo sector pero que realicen actividades complementarias.

### **d.) Proceso 4. Oferta Internacional**

Dentro de la política de producto hay que definir las características de cada uno de los atributos y las adaptaciones necesarias para su venta en los mercados exteriores.

Existe una doble alternativa:

A.) Estandarización, es decir, vender el mismo producto en todos los mercados exteriores

b.) Adaptación, que consiste en adaptar los principales atributos del Productos cada mercado.

La adaptación es doble: por una parte a la normativa legal del país y, por otra, a las necesidades y gustos del cliente en cada país.

#### **e.) Proceso 5. Política de Comunicación**

Para dar a conocer la empresa y sus marcas en los mercados objetivo debe utilizar instrumentos de comunicación que son, básicamente, los mismos que en el mercado nacional. Podríamos clasificarlos en dos grupos: instrumentos de publicidad e instrumentos de promoción.

Entre los primeros se encuentran los anuncios en medios de comunicación y la publicidad a través de Internet mientras que la promoción incluye la elaboración de documentación y videos promocionales, la asistencia a ferias, la promoción en el punto de venta. etc.

#### **f.) Proceso 6. Plan Económico**

Los objetivos de venta tienen que cumplir al menos tres requisitos:

1.- Delimitación geográfica: Deben fijarse para cada uno de los mercados seleccionados.

2.- Precisión: Deben referirse a un concepto concreto, fácilmente calculable para la empresa exportadora.



3.- Tiempo: Tienen que establecerse para un período de tiempo.

Normalmente los Planes de Exportación deben revisarse anualmente.

El instrumento que sirve para recoger de forma previsional los costes y aportaciones económicas de las acciones contempladas en Plan es la cuenta de explotación internacional.

Sirve para evaluar el coste de llevar a la práctica el Plan y los rendimientos económicos esperados (margen comercial y saldo de explotación)

## **2.3.2. Producto**

### **2.3.2.1. Palta Hass**

#### **i.) Definición**

Previamente, es necesario conocer la denominación científica y comercial de la palta:

- Nombre científico: *Persea americana*
- Nombres comerciales: Palta, aguacate, avocado, cura, pagua, persée, avocadobaum, abacate

Los criterios y normas de calidad para la palta (NTP 011.018:2005 PALTAS y el Codex Alimentarius) se encuentran basados en el calibre, daños por deterioro, maduración y sanidad. A continuación, se detallan dichas normas de calidad, las cuales se encargan de definir la palta en términos generales:

**NTP 011.018:2005 PALTAS:** Siglas de la “Norma Técnica Peruana 011.018:2005 PALTAS”, fue elaborada por

INDECOPI, Comité Técnico de Normalización de productos agroindustriales de exportación - Subcomité Palta.

Dicha norma establece los requisitos mínimos de calidad que deben cumplir las paltas de los diversos cultivares de *Persea americana*, que habrán de suministrarse frescas al consumidor, después de su acondicionamiento y envasado; excluyéndose de dicha norma los frutos parten ocárpicos y las paltas destinadas a la elaboración industrial.

(Montes 2008), Las disposiciones relativas a la calidad establecen como requisitos generales, que las paltas contenidas en un mismo envase deben ser de la misma variedad, uniformes en tamaño, color y presentación. Además, el mismo autor señala que la Norma Técnica Peruana de las paltas, clasifica dicho producto en 3 categorías (Extra, I y II) según el calibre y peso (En gramos) por cada caja de 4 Kg; añade que las paltas para exportación deben tener una pulpa firme mayor o igual a 9.9 Kg (28 lb).

**Codex Alimentarius:** Consiste en una relación de estándares de productos alimenticios. Para el caso de las paltas, el CODEX STAN 197-1995 establece una serie de medidas, destacando las siguientes:

- La recolección de las paltas deberá ser cuidadosa, poniendo especial énfasis en la fase fisiológica con la finalidad de que la palta llegue en buen estado al consumidor final.
- Producto limpio y sin ninguna materia extraña.
- Los envases deben etiquetarse con el nombre del producto y la variedad.
- El peso mínimo de la palta deberá ser de 125 gramos.

## **ii.) Clasificación arancelaria**

Según, el Arancel de Aduanas (Decreto Supremo No 238 - 2011 - EF):

Sección II: Productos del reino vegetal

Capítulo 8: Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (Cítricos), melones o sandías

Partida arancelaria: 08.04 Dátiles, higos, piñas (Ananás), aguacates (Paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos.

Subpartida nacional: 0804.40.00.00 Aguacates (Paltas)

Para el caso de una importación de este producto, la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) establece lo siguiente:

Sin embargo, para el caso de Holanda (Y para toda la Unión Europea) la subpartida del sistema armonizado (SA) 0804.40 experimenta la siguiente variación:

Subpartida del SA: 0804.40 Aguacates (Paltas)

Nomenclatura combinada: 0804.40.00.10 Frescos

0804.40.00.90 Los demás

## **iii.) Ficha técnica comercial**

La ficha técnica comercial para la palta, consta de las siguientes partes:

### **1.-) Propiedades y usos**

La Oficina General de Planificación Agraria (2006), en un estudio de mercado de la palta, plantea que este fruto es el más completo de las frutas y verduras. Posee un gran valor alimenticio, ya que posee todas las vitaminas del reino vegetal

(A, B, C, D, E, K), minerales (Potasio, manganeso, magnesio, hierro y fósforo) y proteínas.

El poseer vitamina E, un poderoso antioxidante, le permite ejercer una acción rejuvenecedora al renovar las células y es sugerida para combatir la impotencia y la esterilidad, además, históricamente fue utilizado como un afrodisíaco por antiguas culturas.

Al contener vitaminas A, C y algunas del complejo B (B2, B3 y B6) ayuda a proteger a la persona contra el riesgo de contraer enfermedades coronarias y ciertos tipos de cáncer. Por otra parte, la palta cuenta con dos componentes de relativa importancia tales como: Betasitosterol (Facilita la eliminación del colesterol que se encuentra presente en la sangre) y el Glutación (Antioxidante, contrarresta los radicales libres que originan las cardiopatías y el cáncer en los seres humanos).

Especialmente, recomendado para diabéticos, por su capacidad equilibrante de azúcar en la sangre, esfuerzos físicos y durante el embarazo.

(Maldonado, R. 2006), señala que cada porción de palta es equivalente en calorías a 50 gramos de pan, a un plato de fideos, a un kilogramo de ensalada de tomate y zanahoria con aceite, o a un huevo relleno, pero ninguno de los ejemplos mencionados anteriormente, alcanza el valor bioenergético de este fruto, primordialmente en lo que respecta a las proteínas, las vitaminas y los minerales. Además, señala que todo el aceite que contiene la palta, al no contener colesterol, es perfectamente asimilable. Al carecer de colesterol, el consumo

regular de palta favorece al descenso del mismo y aporta los nutrientes suficientes como para formar parte de una dieta natural.

La palta también cumple un papel fundamental en la belleza, puesto que la gran variedad de nutrientes que contiene permite reducir las arrugas, humectar, limpiar, exfoliar y enriquecer la piel, desacelera el proceso de envejecimiento y disminuye los efectos perjudiciales de la exposición al sol.

Entre los grandes aportes de la palta, no se debe dejar de mencionar el papel fundamental que puede llegar a desempeñar dentro de la etapa de la gestación, debido a que disminuye el riesgo de que el futuro bebé padezca de trastornos graves y malformaciones como por ejemplo: Espina bífida (Ocasionando parálisis infantil, falta de contención de esfínteres, problemas de aprendizaje) y anencefalia (Cuando el bebé muere antes o poco después de nacer,) entre otras.

Todo esto debido a que el aporte de los nutrientes que brinda la palta son necesarios para el tubo neural, el cual forma el sistema nervioso del bebé y por ende sus distintas partes (Cerebro, médula espinal, etc.).

En un artículo publicado en el diario “El Comercio” en septiembre del 2007, se compara al chocolate con la palta, debido a que si bien algunas personas consideran adictivo al chocolate por la presencia de ciertos compuestos como la feniletilamina, esta no sería la causa principal de su adicción, ya que la palta tiene más concentraciones de dichos compuestos y no por eso es adictiva.

Los principales usos de la palta, son tal como se muestran a continuación en el cuadro:

## **2.-) Clasificación científica**

(Maldonado, R. 2006), La explica de la siguiente manera:

**Nombre científico:** *Persea americana*

**Orden:** Ranales

**Suborden:** Magnolíneas

**Familia:** Lauráceas

**Género:** Persea

### **Nombres comerciales:**

En Perú: Palta

En México: Aguacate

En italiano e inglés: Avocado

En Venezuela: Cura

En Cuba y Costa Rica: Pagua

En francés: Avocatier, persée

En alemán: Avocadobaum

En portugués: Abacate

**Figura N° 01 Palta**



### **3.-) Razas de palto**

(Rimachi, M. 2007), Señala que para fines hortícolas, se reconoce la existencia de 3 razas de palto: Mexicana, guatemalteca y antillana.

#### **Raza mexicana**

La planta posee hojas pequeñas que cuando alguien las estruja despiden un olor similar al del anís. El fruto, por lo general, es más pequeño que en las otras razas, tiene un contenido promedio de 24% de aceite y 2,14% de proteínas, con una cáscara delgada y color verde o morado.

Variedades: Duke y Zulano

#### **Raza antillana**

Tiene características muy parecidas a las de la raza guatemalteca en cuanto a hojas y frutos, además, es muy sensible a las bajas temperaturas y la maduración de las paltas es más temprana.

En el Perú se tiene a las criollas como principales variedades de esta raza.

### **Raza guatemalteca**

Las plantas tienen hojas grandes, adquieren tonalidades cobrizas en pleno brotamiento y un color verde intenso cuando están completamente maduras. El fruto tiene forma de ovoidal o redonda y es de maduración tardía, cáscara gruesa, áspera al tacto y puede ser de color verde oscuro o morado. El contenido de grasa puede variar entre 0 a 30% y de proteínas fluctúa entre 1,79% y 2,14%.

Principales variedades: Hass y Nabal

### **4.-) Principales variedades**

En el mundo, existen aproximadamente 500 variedades, destacando las siguientes:

#### **a) Hass**

Proviene de California y pertenece a la raza guatemalteca. El fruto tiene una forma oval piriforme, tamaño promedio (200 a 300 gramos), excelente calidad, piel gruesa, rugosa, se pela fácilmente y presenta color verde a oscuro violáceo cuando el fruto ya ha madurado. Es la más cultivada a nivel mundial.

**Figura N° 02 Palta Hass**





### **Fuerte**

Esta variedad de palta es de color verde, se origina de la yema sacada de un árbol de Atlixo (México) y tiene características intermedias entre la raza mexicana y guatemalteca, por lo que se considera un híbrido natural de estas dos razas.

**Figura N° 03 Palta Fuerte**



### **Edranol**

Árbol de desarrollo medio. Cuenta con frutos piriformes, piel rugosa de color verde y tamaño. La pulpa tiene buen sabor y un contenido de aceite de 22%.

**Figura N° 04 Palta Edranol**



### **Bacon**

Originario de California y resistente al frío. El fruto es de forma ovalada, de tamaño medio y piel verde, además de fina y brillante. El árbol de este tipo de palta es vigoroso, erecto, muy precoz y cargador.

**Figura N° 05 Palta Bacon**



### **Ettinger**

Este tipo de palta tiene una forma oval alargada, tamaño mediano, piel lisa y fina, con un color verde brillante. Su pulpa no posee fibra y es de muy buena calidad. Constituye una de las variedades importantes, en el país de Israel, donde ocupa entre el 25% y 30% de la superficie plantada con paltos.

### **Requerimientos para su cultivo**

Para el desarrollo de la planta de palta (en general), existen una serie de requerimientos a tomar en cuenta, los cuales se detallarán, a continuación, en el cuadro.

**Cuadro N° 03: Principales requerimientos que inciden en el cultivo de la palta**

<b>RASGO</b>	<b>REQUERIMIENTO</b>
<b>Altitud</b>	Desde el nivel del mar hasta los 2500 m.s.n.m., pero es recomendable en altitudes de entre 800 hasta los 2500 m.s.n.m.
<b>Temperatura</b>	Según la raza: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mexicana: Presentan mayor tolerancia al frío.</li> <li>- Guatemalteca: Resistente al frío.</li> <li>- Antillana: Poco resistente al frío.</li> </ul>
<b>Precipitación</b>	Se considera que 1200 mm anuales bien distribuidos son suficientes. Una carencia provoca la caída de las hojas y un exceso reduce la producción y provoca la caída del fruto.
<b>Humedad</b>	Es necesaria una humedad ambiental óptima (Es decir que no supere el 60%). <b>Exceso:</b> Ocasiona el desarrollo de líquenes o enfermedades en la planta. <b>Carencia:</b> Provoca la muerte del polen y tiene efectos negativos sobre la fecundación.
<b>Corrientes de aire</b>	El terreno debe contar con una buena protección natural contra el viento o caso contrario, establecer una

	barrera cortavientos, de preferencia un año antes de iniciar la plantación
<b>Suelos</b>	Los más recomendados son aquellos de texturas ligeras, profundos y bien drenados, que posean un pH neutro o ligeramente ácidos (5,5 a 7).

**Fuente: Maldonado, R. (2006)**

**Elaboración propia**

### **2.3.2.2. Análisis de los mercados potenciales y selección del mercado de destino**

#### **i.) Importaciones mundiales**

Entre los años 2000-2001, la palta alcanzaba a 95 los países que registraban algún nivel de importación, pero en los siguientes años se amplía su consumo y supera los 110 países, ubicándose en el Hemisferio Norte los más grandes países importadores, entre los que destacan el bloque de la Unión Europea con sus 28 miembros y el bloque de los Estados Unidos de Norteamérica, ambos actualmente representan el 80% de las importaciones mundiales.

#### **ii.) Exportaciones mundiales**

En la evolución de las exportaciones mundiales de palta, podemos observar que factores como el crecimiento de la población mundial en general y de los países emergentes en particular, sumados a los nuevos hábitos de consumo de la población mundial -centrados en la mayor demanda de productos nutritivos, naturales y orgánicos-, y de nuevas políticas públicas de nutrición a nivel mundial, viene generando un contexto positivo para el crecimiento del consumo mundial de frutas y hortalizas en general, y de la palta en particular -otrora catalogado como producto de lujo- por los beneficios que proporciona a la salud.

### **iii.) Análisis del tratamiento arancelario**

Subpartida arancelaria: 0804.40 Aguacates (Paltas)

0804.40.00.10 Frescos

(Export Helpdesk), Holanda, al ser un país miembro de la Comunidad Europea, aplica el mismo tratamiento arancelario de dicho organismo para el ingreso de productos a su territorio. Según el Reglamento (CE) N° 732/2008 del consejo del 22 de julio de 2008, el Perú se encuentra beneficiado por el Sistema de preferencias arancelarias generalizadas y por lo tanto, para este caso, la palta ingresa a territorio italiano libre de aranceles.

### **iv.) Análisis de las principales restricciones y barreras de acceso al mercado**

Las principales barreras que podrían afectar las exportaciones de palta Hass a Holanda son logísticas, de ingreso al mercado y con respecto al consumidor.

#### **Barreras logísticas en la exportación**

Así como el transporte cuenta con muchas facilidades, este también presenta muchas limitaciones que afectan para el desarrollo de la logística internacional para la palta.

#### **1.) Restricción de mercancías por Courier:**

Enviar mercancías a Holanda (sea el tipo que sea) por medio de Courier Internacional se encuentra restringido tanto por peso como por tamaño.

#### **2.) Transporte por carretera:**

La principal dificultad consiste en que Holanda al igual que otros países de la Unión Europea establece el peso máximo vehicular

para el tránsito de los diferentes vehículos por sus carreteras. Este reglamento es, generalmente, expedido por el Ministerio de Transporte y su incumplimiento acarrea sanciones a los dueños de los vehículos.

## **Barreras para el ingreso al mercado**

### **1.) Calidad**

El Reglamento (C.E.) N° 387/2005, establece que para definir la calidad de la palta, se deben tomar en cuenta los siguientes parámetros:

- a) Las paltas deben estar enteras
- b) Sanos, sin rasgos de podredumbre
- c) Limpio y libre de materias extrañas
- d) Libre de plagas
- e) Exento de daños por plagas
- f) Libre de daños causados por temperaturas bajas
- g) No debe presentar humedad exterior
- h) No debe contar con sabores u olores extraños.
- i) El peso mínimo de los aguacates no puede ser menor a 125 g, excepto para la variedad Hass, la cual no debe estar por debajo de los 80 g.

### **2.) Grado de madurez**

El mismo reglamento anterior establece que las paltas deben ser cosechadas en un estado de desarrollo tal, que les permita madurar de una manera óptima.

### **3.) Presentación**

El contenido de cada envase tiene que ser homogéneo y las paltas deben ser del mismo origen, variedad, calidad y calibre.

#### **4.) Acondicionamiento:**

Debe garantizar una protección adecuada del producto, los materiales a emplear deben ser nuevos y limpios, y se permite el uso de papeles o sellos con indicaciones comerciales, siempre que la impresión sea con tinta no tóxica.

#### **5.) Certificación Global GAP:**

Si bien es una certificación voluntaria, el objetivo es aumentar la confianza del consumidor y darle a entender que está adquiriendo un producto de calidad y que cumpla con las normas de sanidad.

#### **• Barreras con respecto al consumidor**

##### **1.) Disponibilidad del aguacate**

La palta al ser considerado un fruto exótico, es difícil de encontrar en algunas regiones de Holanda, sobre todo en la parte norte y más común en la región sur (Debido a que su clima y suelo permiten la producción).

##### **2.) Desconocimiento sobre el producto**

El típico consumidor holandés usa la palta como si fuera una hortaliza más, especialmente en las ensaladas. Desde hace algunos años atrás, su consumo se incrementa en épocas navideñas (lo asocian con la maternidad), pero aun así, es un fruto cuyas características y beneficios no son conocidos por los clientes italianos.

##### **3.) Preferencia por el producto nacional**

Muchos holandeses desconocen la palta peruana (Reconocida a nivel mundial por su calidad) y prefieren la palta que producen en la región sur de su territorio (Sicilia) o aguacate extranjero proveniente de Chile, España, Israel, etc.

#### **4.) Estándar equívoco**

El consumidor holandés basa su decisión de compra de palta en dos características: Que debe ser un fruto sólo de color verde y grande. Dicho parámetro (Equívoco a su vez) se debe a las importaciones de palta desde Israel durante los años '80 y debido a eso, el consumidor se ha formado esa idea y es renuente a adquirir por ejemplo, palta Hass (Ya que es de color oscuro y menor calibre).

#### **v.) Situación de la Palta Hass en el Perú.**

(Agraria 2003), señala que la palta variedad Hass fue introducida por primera vez al Perú durante la década de 1960 y provenía de California, USA; de todas las cualidades del producto (Sabor, calidad, textura, etc.) destaca la consistencia de su cáscara, la cual es muy importante debido a que la palta en el mercado europeo es adquirida para ser utilizada como complemento a ciertas comidas, en otras palabras, no es consumida de inmediato. Menciona, además, que la palta Hass es cultivada en las zonas de Cañete, Chincha, Ica, Lima, Chancay Huaral, Barranca y Chavimochic; cosechada entre los meses de mayo a septiembre y transportada en jabas de 20 Kg. dentro de camiones refrigerados a la planta de empaque.

El doctor Enrique Camet, en una entrevista publicada en Agro Noticias (2010), señala que la palta Hass puede ser cultivada desde los 50 hasta los 3 000 metros sobre el nivel del mar, pero las mejores condiciones se encuentran en los valles costeros e interandinos bajos; produciendo a partir del tercer año de ser plantada y con rendimientos de entre una y dos toneladas por hectárea y posteriormente de 15 toneladas (A partir del sexto año). Indica, además, que la palta Hass es la única exportable a USA,



pero en Europa y otros mercados potenciales, las variedades Fuerte, Nabal, Zutano y Ettinger son las preferidas.

Según la Asociación Pro Hass (comunicación personal, agosto 29, 2012) el número de hectáreas ha experimentado un constante crecimiento; durante el año 2001 se contaba con 1 800 hectáreas, pero al finalizar el 2011 existían en el Perú aproximadamente 9 800 hectáreas de palta Hass. Dicha asociación proyecta que al año 2016, el número de hectáreas cultivadas con la variedad Hass sea de 17 300.

**Cuadro N° 04: Hectáreas cultivadas de palta Hass en el Perú (Años 2001 - 2011, proyecciones 2012 - 2016).**

<b>AÑO</b>	<b>HECTÁREAS</b>
<b>2001</b>	1 800
<b>2002</b>	2 100
<b>2003</b>	2 400
<b>2004</b>	2 600
<b>2005</b>	2 800
<b>2006</b>	3 500
<b>2007</b>	5 000
<b>2008</b>	5 700
<b>2009</b>	6 300
<b>2010</b>	7 500
<b>2011</b>	9 800
<b>2012</b>	11 300
<b>2013</b>	12 800
<b>2014</b>	14 300
<b>2015</b>	15 800
<b>2016</b>	17 300

*Fuente y elaboración: Pro Hass*

La disponibilidad de la palta peruana en grandes volúmenes, durante los meses de mayo a setiembre, pone al país en ventaja frente a sus principales competidores como México, Israel, República Dominicana y Chile, países que durante aquellos meses se encuentran desabastecidos o con bajos volúmenes en la producción de palta. (Véase figura)

**Cuadro N° 05: Estacionalidad de Mayor producción de la Palta Hass.**

Países	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
<b>Hemisferio Norte</b>												
EE.UU.												
México												
España												
Israel												
Rep. Dominicana												
<b>Hemisferio Sur</b>												
Sudáfrica												
Perú												
Chile												
Argentina												
Nueva Zelanda												
Australia												

*Figura: Estacionalidad de países productores*

*Fuente: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura*

### 2.2.3. Definición de Términos Básicos

#### **Ad-Valorem:**

Tipo de impuesto que se cobra como un porcentaje del precio C.I.F. (Valor de la factura comercial, sumado al valor del flete y el seguro), y no toma en cuenta el volumen importado (El Peruano, 2008).

#### **Aduana:**

La aduana es la oficina pública o fiscal que, a menudo bajo las órdenes de un Estado o gobierno político, se establece en costas y fronteras con el propósito de registrar, administrar y regular el tráfico

internacional de mercancías y productos que ingresan y egresan de un país. El propósito de la aduana es múltiple y, entre otras cosas, se ocupa de controlar el tráfico de bienes materiales que se importan y exportan, cobrando impuestos. Y tarifas a entes individuales o colectivos.

### **Barreras Arancelarias:**

Son los impuestos (aranceles) que deben pagar en un país los importadores y exportadores en las aduanas por la entrada o salida de las mercancías.

El objetivo principal de las barreras arancelarias, es impedir la importación de ciertas mercancías, ya sea para equilibrar la balanza comercial del país, para proteger la producción nacional o para incrementar el intercambio entre un grupo de países.

### **Barreras No Arancelarias:**

Las barreras pueden ser de tipo No arancelario constituyéndose igualmente en obstáculos al comercio y se utilizan principalmente para proteger a la industria local, de nuevos competidores.

### **Comercialización:**

Comercialización es poner a la venta productos, [bienes](#) o servicios dándole las condiciones y vías de distribución para su venta, del cual son acciones o actividades que realizan organizaciones, empresas y hasta una persona natural.

### **Clasificación científica:**

Denominación empleada para clasificar a los seres vivos, asignándoles un nombre único y universal, que identifica su género y especie (García, T. y Quintanilla, J.; 2003).

**Clasificación arancelaria:**

Código que permite la correcta determinación de una mercancía, usado principalmente para el cobro de tributos y para la elaboración de estadísticas por parte del ente recaudador.

**Cliente:**

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

**Global GAP:**

Consiste en un programa de origen privado de certificación voluntaria y es relativamente nuevo, la iniciativa fue de 24 grandes cadenas de supermercados que operan en Europa, cuyo propósito es aumentar la confianza al consumidor acerca del producto que está adquiriendo. Este programa hace hincapié en la sanidad de los alimentos y el rastreo del producto hasta el lugar de origen (Trazabilidad).

Para alcanzar esta certificación, el productor debe contar con un sistema de administración completo, que le posibilite mantener un registro de todas las actividades que desempeña en su finca. A aquella industria dedicada a la exportación, esta certificación le puede ayudar a cumplir con otros controles y certificaciones (Pro Chile, 2006).

**Incoterms:**

Un Incoterms es un término que se utiliza en un contrato de compra – venta Internacional, del cual define cuál de las dos partes sea un comprador o vendedor tiene la obligación de asegurar la mercancía, ver el tipo de póliza y el pago del seguro.

**Logística:**

La logística es el puente o el nexo entre la producción y el mercado, la distancia física y el tiempo separan a la actividad productiva del punto de venta; emplea sus técnicas para unir la producción y el mercado objetivo.

**Oferta Exportable:**

Es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa.

**Plan de Exportación:**

El plan de exportación es una herramienta demasiado importante, esta es nuestra guía para la realización de una exportación eficiente y eficaz.

No podemos exportar de la noche a la mañana, debemos conocer y realizar muchos análisis que nos dirán que se debe hacer y cómo se debe hacer para no perder dinero y tiempo; Sin un debido plan de exportación se considera muy difícil exportar cualquier producto.

# **CAPÍTULO III:**

# **MARCO METODOLÓGICO**

### **III.- MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. Tipo y Diseño de la Investigación**

##### **3.1.1. Tipo de Investigación:**

La investigación se establece bajo conocimientos sobre temas de exportación y mercado, conceptos relacionados entre sí y aplicados a los productores de Palta Hass del distrito de Motupe.

Es así que el trabajo de estudio reúne las condiciones metodológicas como investigación cuantitativa, porque se basa en un tipo de pensamiento deductivo, ya que utilizaremos instrumentos en nuestra investigación que permitan acercarnos a la conclusión sobre la posibilidad de que los productores de Palta del Distrito de Motupe tengan la oportunidad de convertirse en exportadores, de manera que mejore su comercialización en tal sector. Además la información obtenida se procesará y se revelará a través de tablas y cuadros numéricos.

La investigación a determinarse es de tipo Descriptiva – Correlacional; es descriptiva porque se identifican a los potenciales productores de Palta del distrito de Motupe, así como las etapas involucradas en sus procesos de exportación, además de los inconvenientes y/o problemas existentes en tal proceso.

En esta investigación se enuncian las variables: Plan de exportación y Ámsterdam - Holanda, las que se basan en determinadas características, situaciones y procesos, que muestra el panorama mediante el cual los productores de palta pueden realizar su plan de exportación, de manera que contribuya al desarrollo de la comercialización hacia el mercado de Ámsterdam – Holanda.

Y Correlacional porque las variables que intervienen en el presente estudio se relacionan entre sí. Pues al buscar la mejora en la comercialización de Palta, se opta por la alternativa de convertirse en exportadores.

### **3.1.2. Diseño de la Investigación**

El diseño de nuestra investigación es no experimental, y transversal. No experimental porque la investigación se realiza sin la manipulación de variables. Se observa el fenómeno tal y como se manifiesta de forma natural, sin intervenir de manera alguna.

Se analiza el estado de la mejora de la exportación de palta de los productores del distrito Motupe, de la región Lambayeque, tras la posible producción de un producto agro de marca nacional.

Además es transversal porque los datos se recogen, sobre varios sujetos, en este caso sobre los productores de palta del distrito de Motupe, siendo recolectados en un solo momento o punto en el tiempo.

## **3.2. Población y Muestra**

### **3.2.1. Población**

Están determinados los productores de palta, aproximadamente 100, del Distrito de Motupe -Provincia y Departamento de Lambayeque. La presente información se encuentra contrastada con los informes obtenidos en la oficina descentralizada del Ministerio de Agricultura ubicada en el Distrito de Motupe, esta guarda registro de la inscripción de agricultores del Valle de Motupe.



### 3.2.2. Muestra

Para determinar la muestra se ha se ha utilizado la fórmula estadística del muestreo:

La fórmula para calcular la muestra es:

$$n = \frac{z^2pqN}{z^2pq + e^2 (N-1)}$$

Dónde:

- ✓ N = Es el tamaño de la población o universo
- ✓ Z= 1.96 (el nivel de confianza es del 95%)
- ✓ p = Proporción esperada (en este caso = 0.50)
- ✓ q = 1 – p (en este caso 1-0.50 = 0.50)
- ✓ e = 10% Error de la muestra (grado de precisión).

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 100}{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 + 0.10^2 (100 - 1)}$$

$$n= 50$$

Podemos decir que de 100 productores de Palta Hass en el Distrito de Motupe, Departamento de Lambayeque, el tamaño de la muestra son de 50 productores de Palta Hass.

### **3.3. Hipótesis**

#### **3.3.1. Hipótesis General:**

Si las asociaciones productoras de palta del distrito de Motupe, departamento de Lambayeque se convierten en exportadores, entonces se mejorará su producción y comercialización de sus productos.

### **3.4. Variables**

#### **3.4.1. Variable Independiente**

Plan de Exportación

#### **3.4.2. Variable Dependiente**

Exportación de Palta Hass hacia el mercado de Ámsterdam - Holanda.

### 3.5. Operacionalización

**Cuadro N°06: Tabla de Operacionalización de Variables**

TÍTULO	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODOS	TÉCNICAS
<b>PROPUESTA DE UN PLAN DE EXPORTACION A LAS ASOCIACIONES PRODUCTORAS DE PALTA HASS DEL DISTRITO DE MOTUPE - LAMBAYEQUE HACIA EL MERCADO DE AMSTERDAM - HOLANDA 2015-2016</b>	Variable Independiente: Plan de exportación.	El Plan de Exportación es una herramienta necesaria para cualquier empresa que quiera iniciar y posicionarse en los mercados exteriores.	Etapas	Diseño	Entrevista	Cuestionario
				Diagnostico	Encuesta	Cuestionario
				DAFO	Encuesta	Cuestionario
			Empresas	Análisis Operacional	Análisis Documental	Guía de Análisis Documental
				Análisis Comercial	Análisis Documental	Guía de Análisis Documental
				Análisis organizacional	Análisis Documental	Guía de Análisis Documental
		Selección de Mercados	Demanda de la Palta	Observación	Guía de Observación	

	Variable Dependiente: Exportación de Palta Hass hacia el mercado de Ámsterdam Holanda.	El fruto es de excelente calidad, sin fibra, alta resistencia al transporte y larga vida.	Diagnóstico del Producto	Producción de la Palta	Entrevistas	Cuestionarios
			Formas de Entrada	Consumidores	Observación	Guía de Observación
				Comercio Justo	Observación	Guía de Observación
				Acuerdos Comerciales	Análisis Documental	Guía de Análisis Documental

*Elaboración: Propia*

### **3.6. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación**

#### **3.6.1. Métodos**

##### **a) Método Descriptivo.**

Se aplicará este método para describir la situación problemática que enfrentan los productores de palta del distrito de Motupe, con respecto a que exista la posibilidad de convertirse en exportadores, con el cual impulse la comercialización.

##### **b) Método Deductivo**

Utilizaremos este método porque partimos de la hipótesis teórica las que nos llevara a la conclusión, mediante un procedimiento de inferencia o cálculo formal. Tras aplicar los instrumentos para obtener los resultados.

Llegando a conocer que si los productores se convierten en exportadores, esto impulsará su comercialización de Palta.

#### **3.6.2. Técnicas**

Las técnicas más comunes que se utilizan en la investigación cuantitativa son la recopilación documental, la recopilación de datos a través de cuestionarios que asumen el nombre de encuestas y el análisis estadístico de los datos.

Para la investigación del Plan de exportaciones y la mejora de estas en la comercialización nuestra investigación utiliza las siguientes técnicas:

##### **a) Medios Tecnológicos**

Como técnica de recolección de este instrumento hemos usado los medios tecnológicos. Tales como el internet, haciendo uso de información virtual, tales como boletines, revistas virtuales, y el acceso a bibliotecas virtual de otras instituciones.

### **b) Documental**

Es aquel del cual se recopila información a base de documentos debidamente revisados y registrados. De los cuales se ha recurrido a bibliografías en temas relacionados al plan de exportación, así como el de la comercialización en las pequeñas y medianas empresas; recurrimos a trabajos de investigación en las universidades y a través de los repositorios digitales, siempre enfocados al tema de la investigación.

### **c) La Encuesta**

El propósito de la encuesta descriptiva o encuesta de tipo censo, como también se le conoce, es obtener información en relación a los atributos de una o más variables, ya sea de toda una población, o de una muestra representativa a partir de la cual se hacen inferencias de la población de la que dicha muestra se extrajo.

Es la técnica que permitirá obtener información de aspectos relevantes de los productores del sector agricultor del distrito de Motupe; se aplicará a las empresas formales dedicadas a la exportación de Palta con el fin de poder conocer las condiciones en las que opera la empresa, así como también la problemática que esta tiene.

De tal manera que proporcione una representación exacta del problema planteado.

### **3.6.3. Instrumentos**

Los instrumentos aplicados a la investigación se deducen de las técnicas a emplear, con el fin de recopilar datos que sean de utilidad para efectuar el análisis adecuado del problema.

#### **a) Internet**

Se ha ingresado a la redes para recopilar la información sobre plan de exportación, a través de páginas web, blogs, campus virtual de otras universidades, y reportajes grabados en las redes. Este instrumento ha proporcionado la búsqueda accesible de información.

#### **b) Cuestionario**

Se trata de un instrumento fundamental para la obtención de datos. Este instrumento recopila la información necesaria la cual es de utilidad para el análisis de los resultados obtenidos tras su aplicación.

El cual consta de un conjunto de preguntas previamente diseñadas sobre los hechos o aspectos que son de interés en la investigación, como lo es el plan de exportación para la aplicación a un mercado internacional; este cuestionario es contestado por las asociaciones productoras de palta.

#### **c) Análisis Estadístico de los Datos**

Para el procesamiento de la información recopilada tras la aplicación de cuestionarios, se hizo uso del programa estadístico de MS Office SPSS y Excel 2010, el cual se encarga de procesar la información y detallar los resultados para su análisis.

### **3.7. Procedimiento de Recolección de Datos**

Para realizar el proyecto de investigación se procedió a buscar la información relevante al tema, mediante el uso de materiales documentales. De los cuales se ha citado partes de la investigación de autores para sustentar la presente investigación.

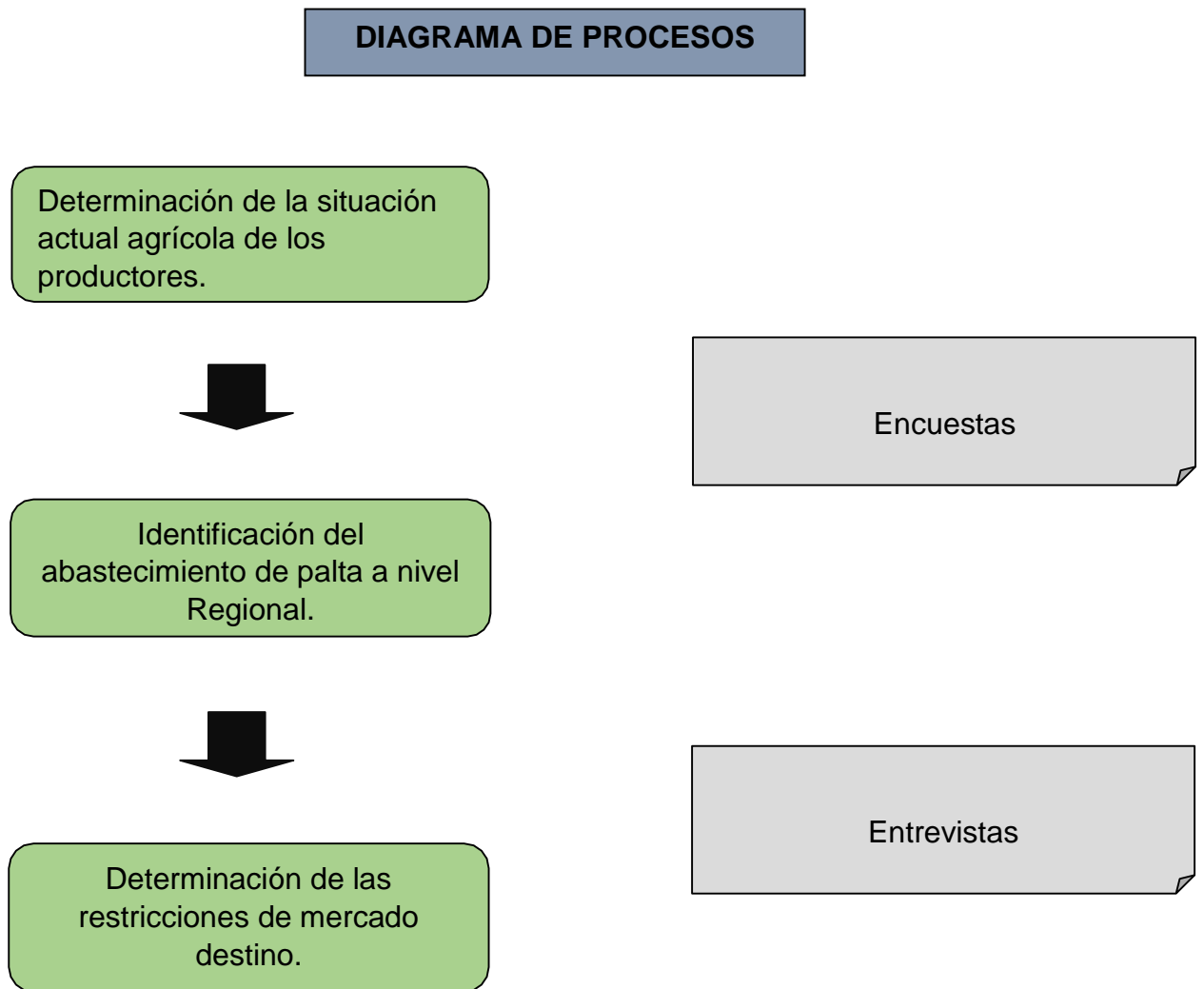
Además de ello se recopiló la información proporcionada por la Municipalidad del Distrito de Motupe, quien nos brindó el directorio de las asociaciones productoras de palta a fin de obtener datos sobre su comercialización, y las operaciones propias de su negocio.

Aplicamos los cuestionarios (encuesta) para recolectar e inferir la información, la cual nos permitió conocer quienes aspiran convertirse en exportadores de manera que mejore su comercialización.

Las encuestas a los productores de palta fueron realizadas personalmente y realizadas bajo un cuestionario por la aprobación de especialistas; previamente elaborado, con la finalidad de obtener información clave acerca de la producción de palta y el tema de exportación.



**Gráfico N° 02: Diagrama de Procesos para la Recolección de Datos**



*Fuente:* Elaboración Propia

## **Descripción de Procesos**

1.- Determinar la situación agrícola de los productores.

En este primer proceso se determinará mediante una encuesta y una entrevista a los productores de Palta Hass en el distrito de Motupe para ver cuáles son las condiciones de su producción lo que nos permitirá a tener resultados para la ejecución de nuestra tesis.

2.-Identificar el abastecimiento de palta a nivel Regional, mediante una entrevista y un estudio de observación se podrá identificar el nivel y la cantidad de palta que tienen las asociaciones para la exportación.

3.- Determinar las restricciones de mercado destino, para poder observar las restricciones que obstaculizan la exportación de la Palta Hass se determinará mediante una encuesta y una entrevista a las asociaciones y trabajadores productores de Palta.

### **3.8. Análisis Estadístico e Interpretación de los Datos**

Una vez recopilada la información, se procedió al análisis de los datos, para el cual se utilizó el programa de software Excel versión 2010 y SPSS versión 17. Con esta herramienta se obtuvieron los resultados, así como el medio para la realización de gráficos.

### 3.9. Criterios Éticos

**Cuadro N° 07: Criterios Éticos**

<b>CRITERIOS</b>	<b>CARACTERÍSTICAS ÉTICOS DEL CRITERIO</b>
Confidencialidad	Se asegurará la protección de la identidad de la institución y de las personas que participaran como medios informantes de la investigación de nuestro proyecto de tesis.
Objetivos	Se realizará un análisis de la situación encontrada y se basará en los criterios técnicos e imparciales. Lo que diga el entrevistado se anotará, no influenciado por el entrevistado.
Originalidad	Se citarán las fuentes bibliográficas de la información obtenida y mostrada, a fin de demostrar la inexistencia de plagio intelectual.
Variabilidad	La información mostrada será fiable y habrá confiabilidad en la información

*Elaboración: Propia*

### 3.10. Criterios de Rigor Científico

Los criterios a tener en cuenta, conciernen a la interpretación correcta de los resultados y se convierte en un soporte fundamental de la investigación.

**Cuadro N° 08: Criterios de Rigor Científico**

<b>Criterios</b>	<b>Características del Criterio</b>	<b>Procedimiento</b>
Validez	Es la cualidad esencial que tienen los instrumentos de carácter científico de datos debido a que garantizan que los resultados que se presenten son de confianza.	El instrumento de recolección de datos fue revisado y validado por especialistas. Mediante un documento de validación, de manera que sean útiles para su aplicación.
Credibilidad	Aproximación de los resultados de una investigación frente al fenómeno observado, el cual garantiza la veracidad de las descripciones realizadas	Los resultados son reconocidos “verdaderos” por los participantes a quienes se aplicó una encuesta.
Consistencia	No es posible la réplica o copia exacta del estudio	Descripción detallada del proceso de recogida, análisis e interpretación.

*Elaboración: Propia*

**CAPÍTULO IV:**  
**ANÁLISIS E INTERPRETACION**  
**DE LOS RESULTADOS**

#### IV. ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

##### 4.1. RESULTADOS EN TABLAS Y GRAFICOS

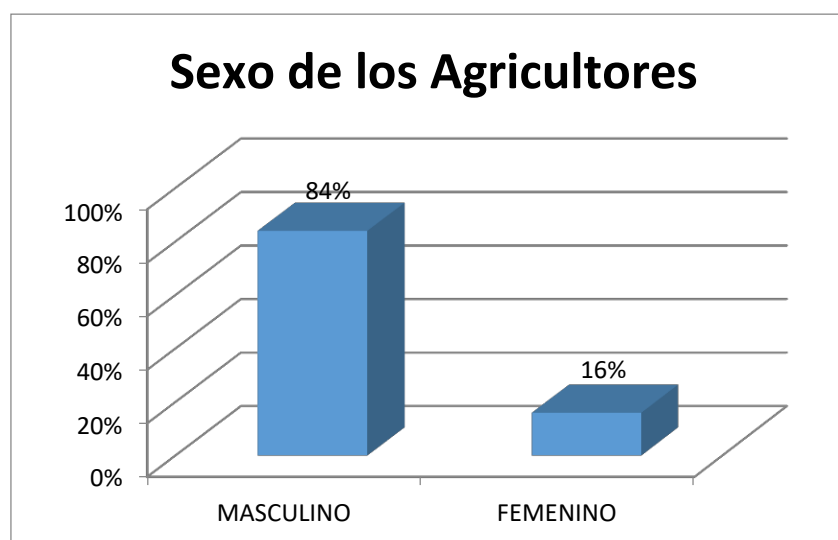
1.- Según el Género de los agricultores Productores de Palta Hass.

**Tabla N° 01: Sexo de los Agricultores Productores de Palta Hass.**

DETALLE	OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Sexo	Masculino	42	48%
	Femenino	8	16%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Gráfico N° 03: Porcentaje del sexo de los Trabajadores Productores de Palta Hass.**



*Fuente: Elaboración Propia*

**INTERPRETACIÓN:** De los productores de Palta Hass del Distrito de Motupe del departamento de Lambayeque en el gráfico se puede observar que el 84% de agricultores son hombres que realizan el trabajo del proceso productivo de la Palta Hass, seguido de mujeres que es un 16% que realizan las mismas funciones.

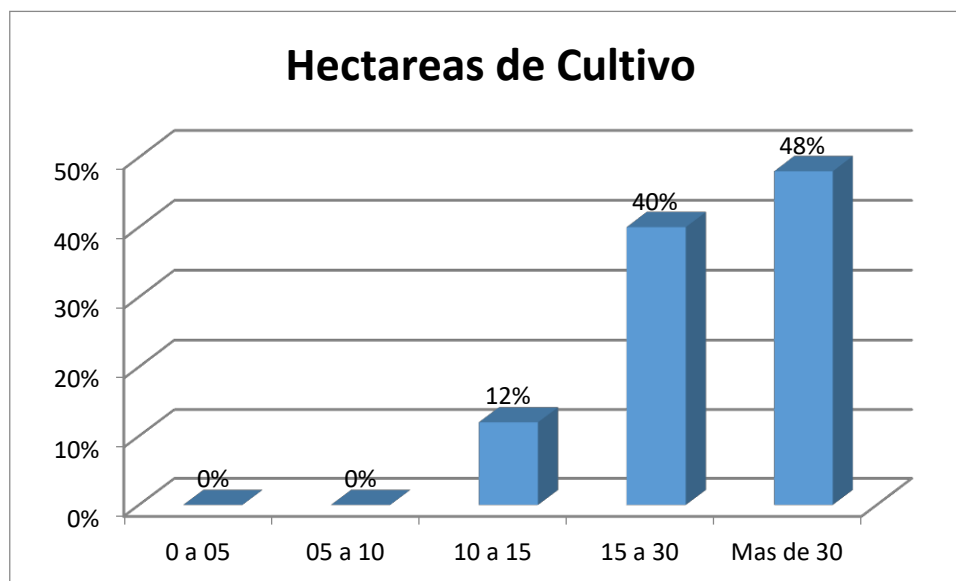
2.- Según su áreas de trabajo: ¿Cuántas hectáreas productoras de Palta tiene Motupe?

**Tabla N° 02: Según las Áreas Productoras de Palta Hass que tiene Motupe.**

DETALLE	OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Hectáreas	0 a 5	0	0%
	5 a 10	0	0%
	10 a 15	6	12%
	15 a 30	20	40%
	Más de 30	21	48%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Gráfico N° 04: Porcentaje de la Cantidad de Áreas Productoras de Palta Hass en Motupe.**



*Fuente: Elaboración Propia*

**INTERPRETACION:** De la producción de Palta Hass en el Distrito de Motupe, Departamento de Lambayeque se vio que el 48% de sus tierras son de producción de Palta es decir que tienen hectáreas de más de 30, seguido de un 40% entre 15 a 30 hectáreas y la más baja con un 12% de producción entre los 10 a 15 hectáreas sembradas.

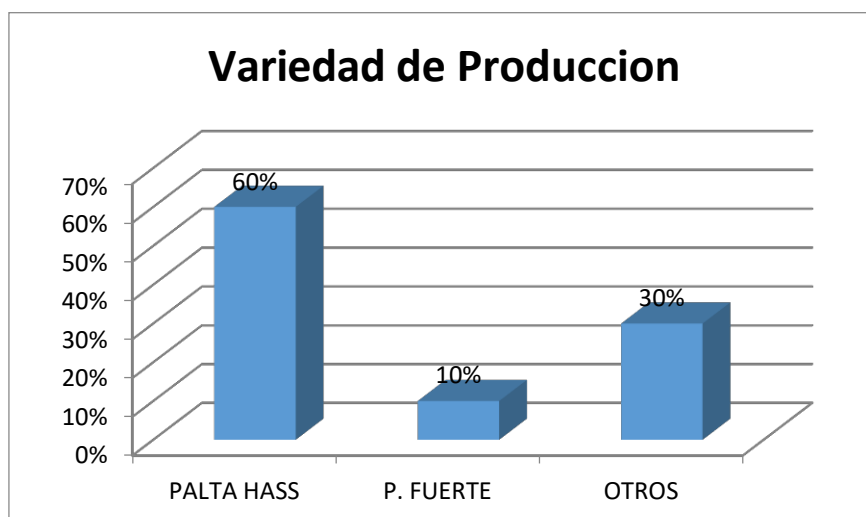
3.- Según su Variedad: ¿Qué variedad de Palta se produce en el Distrito de Motupe?

**Tabla N° 03: Según la Variedad de Palta Hass que se Produce en Motupe.**

DETALLE	OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Variedad	Palta Hass	30	60%
	Palta Fuerte	5	10%
	Otros	15	30%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Gráfico N° 05: Porcentaje de la Variedad de Palta Hass que se Produce en Motupe.**



*Fuente: Elaboración Propia*

**INTERPRETACION:** Motupe en cuanto a su variedad de producción de Palta témenos que el 60% de su mayor producción es de Palta Hass, seguido de un 30% que son entre otras calidades (criolla, mallar) y con un 10% de producción de Palta Fuerte.



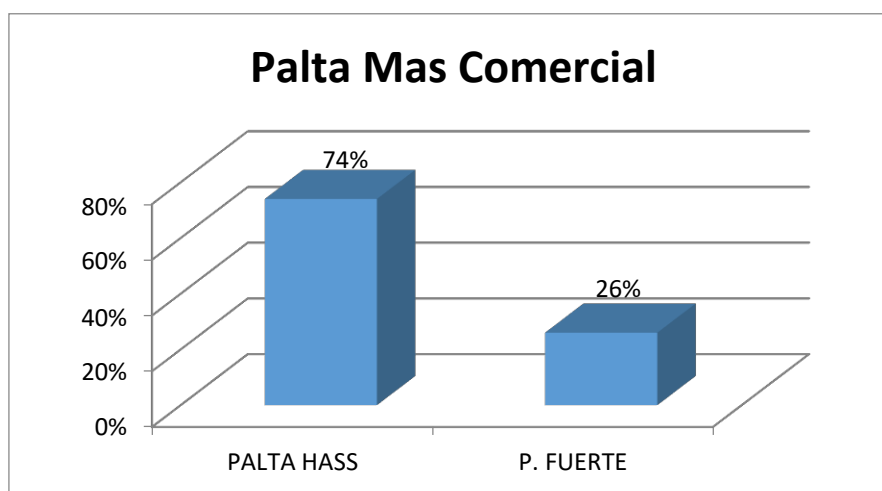
4.- Según su Comercialización: ¿Cuál de ellas es la más comercial?

**Tabla N° 04: Según se Mercado cual es la más Comercial.**

DETALLE	OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Comercial	Palta Hass	37	74%
	Palta Fuerte	13	26%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

***Fuente: Elaboración Propia***

**Gráfico N° 06: Porcentaje de la Palta más Comercial en el Mercado.**



***Fuente: Elaboración Propia***

**INTERPRETACION:** En este grafico podemos observar que la palta de mayor consumo o la más comercial tanto nacional e internacional es la Palta Hass con un 74% de su consumo por su forma, color, sabor, seguido de un 26% la Palta Fuerte para su comercio.

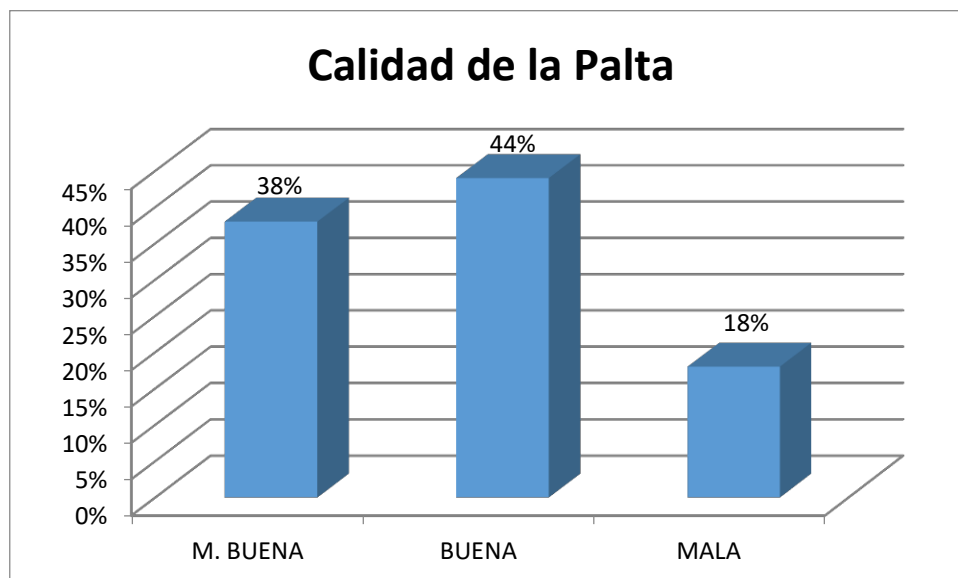
5.- Según su Calidad: ¿Cómo consideras la calidad de Palta que se produce en Motupe?

**Tabla N° 05: Según la Calidad de la Palta Hass.**

DETALLE	OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Calidad	Muy Buena	19	38%
	Buena	22	44%
	Mala	9	18%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Gráfico N° 07: Porcentaje de la Calidad de Palta Hass que se Produce en Motupe.**



*Fuente: Elaboración Propia*

**INTERPRETACION:** De los agricultores del Distrito de Motupe, del Departamento de Lambayeque en cuanto a su calidad de la Palta Hass consideran que el 44% es de buena calidad, seguido de un 38% que consideran de muy buena calidad, y como de una mala calidad un 18% de los agricultores, porque consideran que la palta Hass es un producto que se puede mejorar más es su calidad, tamaño y sabor para poder sacar a un mercado internacional, ya que hay grandes competidores como México y Chile.

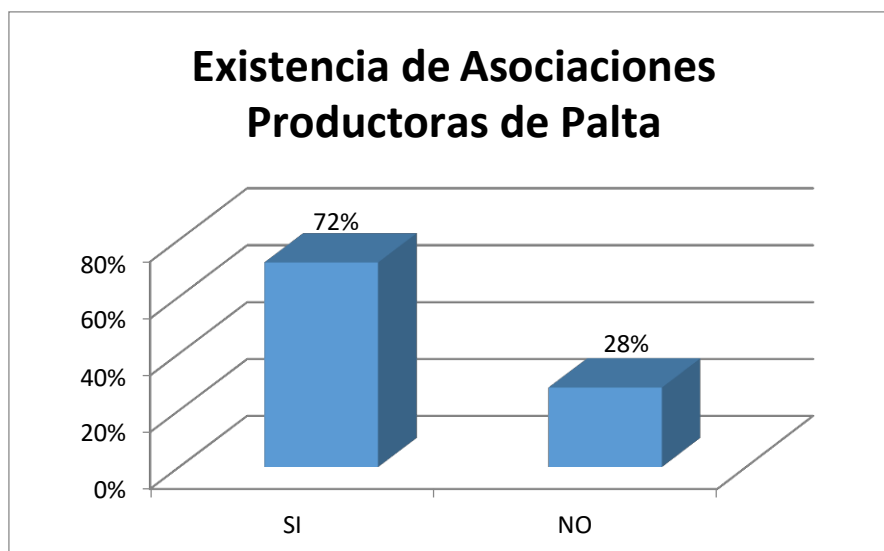
6.- Según Existencias de Asociaciones: ¿Hay Asociaciones de producción de Palta?

**Tabla N° 06: Según Existencias de Asociaciones productoras de Palta Hass**

DETALLE	OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Existencia De Asociaciones	Si	36	72%
	No	14	28%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración Propia.*

**Gráfico N° 08: Porcentaje de Asociaciones Existentes Productoras de Palta Hass.**



*Fuente: Elaboración Propia*

**INTERPRETACION:** En el Distrito de Motupe del departamento de Lambayeque hay producción de Palta formada por empresas, asociaciones de las cuales el 72% afirman que hay asociaciones productoras de Palta, y un 28% de la no existencia.

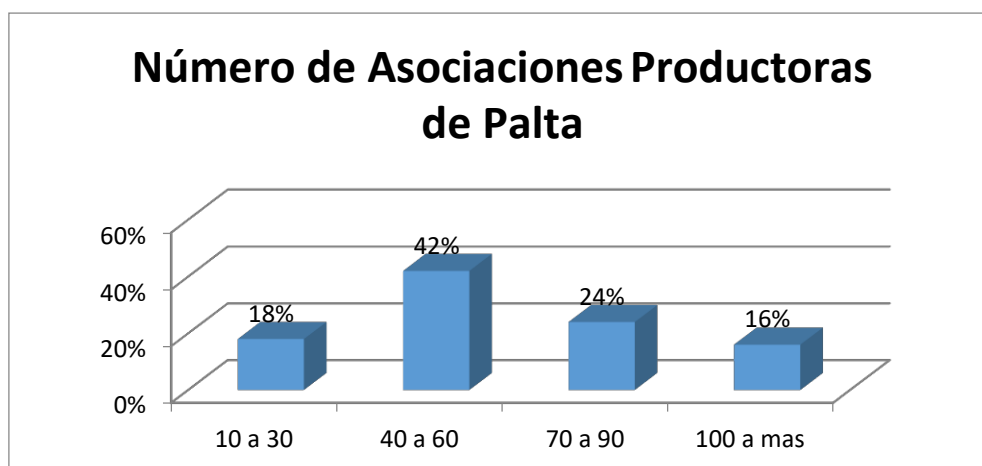
7.- Según Número de Asociaciones: ¿Cuántas Asociaciones Productoras de Palta Hass hay en el Distrito de Motupe?

**Tabla N° 07: Según Número de Asociaciones Productoras de Palta Hass.**

DETALLE	OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Cantidad De Asociaciones	10 a 30	9	18%
	40 a 60	21	42%
	70 a 90	12	24%
	100 a Mas	8	16%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

**Gráfico N° 09: Porcentaje de Número de Asociaciones productoras de Palta Hass.**



**Fuente: Elaboración Propia**

**INTERPRETACION:** De las asociaciones productoras de Palta en el Distrito de Motupe del Departamento de Lambayeque se puede notar que el 42% de las asociaciones son entre 40 a 60, siguiendo de un 24% entre 70 a 90 asociaciones, y con un 18% de 10 a 30 asociaciones productoras de Palta y otras de un 16% con más de 100 asociaciones.

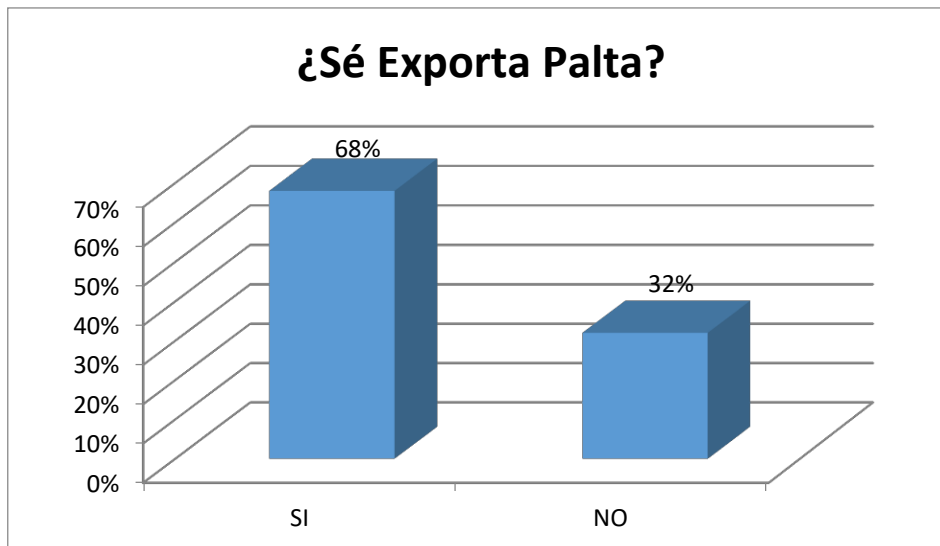
8.- Según su Exportación: ¿Se exporta Palta desde el Distrito de Motupe?

**Tabla N° 08: Según Afirmación de Exportar Palta Hass.**

DETALLE	OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Exportación	Si	34	68%
	No	16	32%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Gráfico N° 10: Porcentaje de Exportación de Palta Hass.**



*Fuente: Elaboración Propia*

**INTERPRETACION:** Según resultados de la encuesta realizada a los Agricultores del distrito de Motupe se puede obtener como resultado que el 68% del producto de la Palta Hass SI se exporta a otros mercados internacionales, seguido con un porcentaje del 32% de su negatividad de exportación.

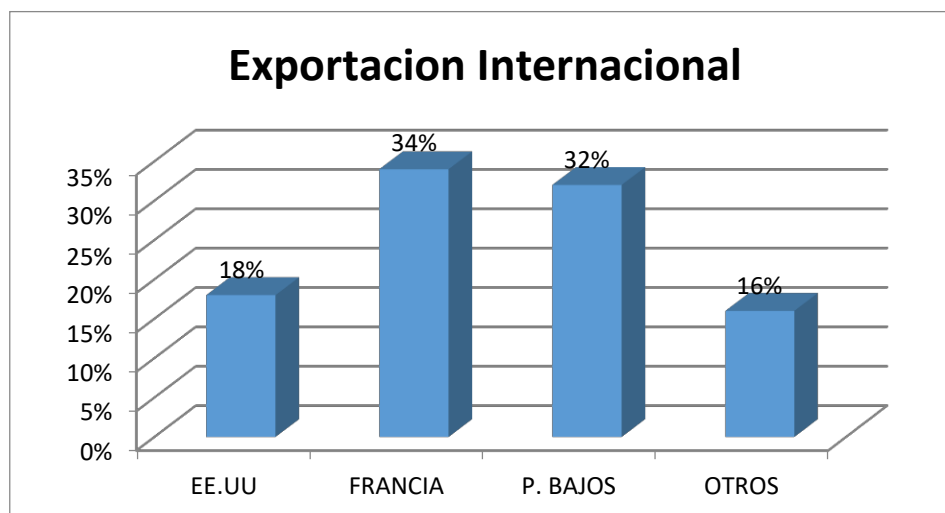
9.- Según Mercados: ¿A qué mercados internacional se exporta este producto de la palta?

**Tabla N° 09: Según Mercado de exportación de la Palta Hass.**

DETALLE	OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Mercados	Estados Unidos	9	18%
	Francia	17	34%
	Países Bajos	16	32%
	Otros	8	16%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

**Gráfico N° 11: Porcentaje de los Mercados de Exportación.**



**Fuente: Elaboración Propia**

**INTERPRETACIÓN:** Motupe en su exportación del producto de la Palta Hass hacia los mercados internacionales va en aumento, el grafico nos muestra que un 34% de su exportación va hacia el mercado de Francia, seguido de un 32% hacia los Países Bajos, también Estados Unidos con un 18% de exportación, con un 16% hacia otros mercados.

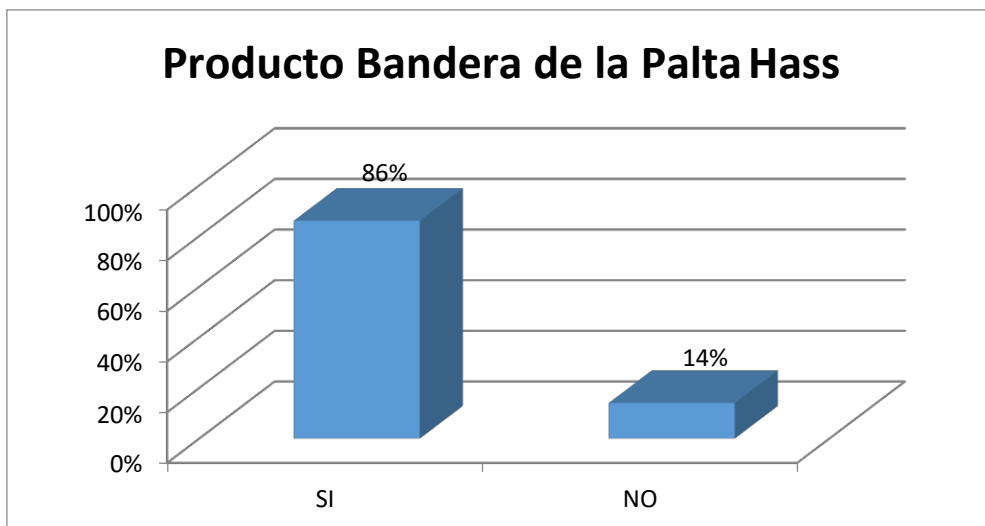
10.- Según Nuestro Producto Bandera: ¿Consideras un producto bandera de exportación a la Palta Hass de Motupe?

**Tabla N° 10: Según Producto Bandera en el Distrito de Motupe.**

DETALLE	OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Producto Bandera	Si	43	86%
	No	7	14%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Elaboración Propia**

**Gráfico N° 12: Porcentaje Numérico del producto de la Palta Hass.**



**Fuente: Elaboración Propia**

**INTERPRETACIÓN:** El grafico nos muestra como resultado de un 86% de que este producto de la Palta Hass es un Producto Bandera el cual los identifica, seguido de un 14% de su negatividad de este producto.

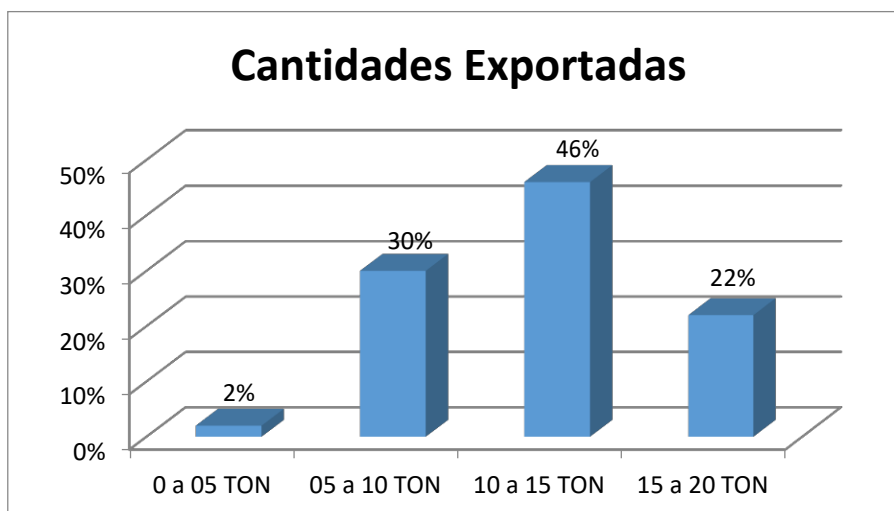
11.- Según Toneladas de Exportación: ¿Las exportaciones son en grandes cantidades de: ?

**Tabla N° 11: Según Toneladas de Exportaciones Realizadas**

DETALLE	OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Toneladas De Exportación	0 a 5	1	2%
	5 a 10	15	30%
	10 a 15	23	46%
	15 a 20	11	22%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Gráfico N° 13: Porcentaje de Exportación en Toneladas**



*Fuente: Elaboración Propia*

**INTERPRETACIÓN:** De los productores de Palta Hass en el Distrito de Motupe del Departamento de Lambayeque las cantidades de exportación en toneladas de mayor cantidad son de un 46% entre los 10 a 15 toneladas, seguidos de un 30% de sus exportaciones entre los 5 a 10 toneladas y de un 2% entre 0 a 5 toneladas para exportación.



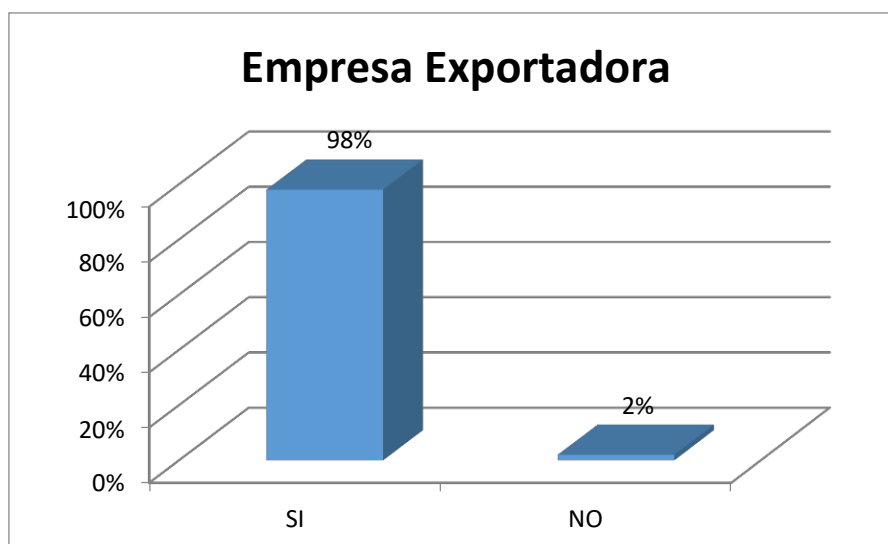
12.- Según la Empresa: ¿Consideras necesario formar una Empresa Exportadora de Palta en Motupe?

**Tabla N° 12: Formar una Empresa Exportadora**

DETALLE	OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Empresa	Si	49	98%
	No	1	2%
<b>TOTAL</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

**Gráfico N° 14: Porcentaje de Formar una Empresa Exportadora**



*Fuente: Elaboración Propia*

**INTERPRETACIÓN:** El cuadro estadístico nos muestra que en el Distrito de Motupe del Departamento de Lambayeque desean un 98% de que se formara una empresa exportadora, y con un 2% en contra de formar una empresa exportadora.

## 4.2. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

### **Objetivos Específicos:**

Se llegó a determinar la situación actual de los productores mediante las encuestas realizadas como instrumento de investigación lo que demostró la producción de Palta Hass en el Distrito de Motupe, Departamento de Lambayeque se vio que el 48% de sus tierras son de producción de Palta es decir que tienen hectáreas de más de 30, seguido de un 40% entre 15 a 30 hectáreas y la más baja con un 12% de producción entre los 10 a 15 hectáreas sembradas.

Motupe en cuanto a su variedad de producción de Palta tenemos que el 60% de su mayor producción es de Palta Hass, seguido de un 30% que son entre otras calidades (criolla, mallar) y con un 10% de producción de Palta Fuerte.

### Abastecimiento:

De los productores de Palta Hass en el Distrito de Motupe del Departamento de Lambayeque las cantidades de exportación en toneladas de mayor cantidad son de un 46% entre los 10 a 15 toneladas, seguidos de un 30% de sus exportaciones entre los 5 a 10 toneladas y de un 2% entre 0 a 5 toneladas para exportación.

### Promoción:

Como resultado de un 86% de que este producto de la Palta Hass es un Producto Bandera el cual los identifica, seguido de un 14% de su negatividad de este producto.

### Otros mercados:

- Reino Unido importó palta Hass desde Lambayeque por un valor FOB de 475,603 dólares, cuya participación fue de 7.75 por ciento, y presenta un incremento de 450.56 por ciento, en comparación del 2011.

/- España, compró por 220,822 dólares, lo que equivale a una tasa de crecimiento del 181.06 por ciento en relación al año 2012 y con una cuota de importación de 3.60 por ciento.

- Hong Kong, que vuelve a convertirse en un destino para este tipo de exportación luego de 5 años de ausencia, registra importaciones de palta fresca Hass por un monto de 76,032 dólares, equivalentes a 42,240 kilos.

- Francia se ubica en quinta posición de los importadores de esta fruta desde Lambayeque con una participación de 0.83 por ciento, comercializando por un equivalente a los 50 mil 688 dólares.

#### Barreras Pararancelarias:

Protocolos fitosanitarios.- Actualmente el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) está trabajando para firmar protocolos fitosanitarios que permitan ingresar la palta peruana a otros mercados, como el caso de China donde se podrá exportar palta Hass peruana a partir de julio. De esta manera diversificarán mercados y se competirá con mejores precios.

En Lambayeque se ha instalado cerca de 300 hectáreas de palta para exportación, lo que significa una gran oportunidad comercial que se tiene que aprovechar para conquistar el continente asiático y el Tratado de Libre Comercio con el llamado 'Gigante Asiático'

El consumo de palta se sitúa en 2 kilos anuales en el mercado interno peruano, índice aún bajo si lo comparamos con otros países productores y exportadores.

El etiquetado y empaquetado debe ser debidamente procesado y aplicado por que son requisitos fundamentales para el envío internacional de la palta indicando su peso, información nutricional, temporada, país de destino, etc.

A continuación se muestra una etiqueta debidamente implementada con destino a Europa:

- **Dentro del Análisis documental pudimos obtener lo siguiente:**

**Lambayeque: 90% de palta lambayecana se exporta a los Países Bajos**

- Los Estados Unidos, primer importador de palta fresca a nivel mundial desde hace 3 años no recibe remesas lambayecanas.
- ***La palta Has es la que más se cultiva en los valles lambayecanos.***
- El 90% de la plata lambayecana se exporta a los Países Bajos, seguido de España con un 9% y Francia y Suiza con el 1% restante informaron en la Asociación de Exportadores de Lambayeque.
- las exportaciones lambayecanas de palta fresca, disminuyeron en un 23,6%, entre enero y abril de 2014, período en que suma un valor FOB de US\$ 924 mil.
- las estadísticas muestran que Estados Unidos, primer importador de palta fresca a nivel mundial, desde hace 3 años no recibe remesas lambayecanas y muy por el contrario, sus exportaciones de palta también llegan a Holanda.

FUENTE: DIARIO GESTION

**LAMBAYEQUE: EXPORTACIONES DE PALTA CRECIERON EN VALOR 208%**

- En cuanto a volumen enviado se tuvo un incremento de 220% en el periodo enero-marzo de este año.
- Durante el primer trimestre del año, el valor de las exportaciones lambayecanas de palta sumaron US\$1.342.287 lo que representó un aumento de 208.32% con respecto a similar periodo en el año 2014 cuando se facturó US\$ 435.356, (Fuente - AREX)

### **Implicancias:**

Dentro de nuestra investigación encontramos que las asociaciones productoras de palta del distrito de Motupe, cuentan con el abastecimiento, producción y diversificación de los tipos de producto a tratar, ya exportan mediante intermediarios a sus Países Destino como el Continente Europeo y también están reingresando en el Continente Asiático, a través de nuestras fuentes de recopilación de datos las cuales fueron encuestas y entrevistas a técnicos y gente propia de la zona arrojaron los datos donde se precisa que si se necesita una empresa exportadora, y una capacitación para poder realizar y tener los conocimientos necesarios cumplir con los requisitos sanitarios y fitosanitarios así como poder acceder a nuevas certificaciones con el fin de enriquecer y poder realizar debidamente las exportaciones de forma directa.

Podemos apreciar también que el material obtenido de nuestras fuentes informativas complementan lo obtenido por nuestras encuestas y entrevistas reforzando así nuestra propuesta de una forma continua y positiva

### **Síntesis**

Dentro de nuestro trabajo de investigación logramos identificar que la palta Hass es un producto con gran acogida en el continente Europeo, siendo sus principales destinos y/o mercados España, Holanda y Francia y como mercados emergentes encontramos dentro del continente Asiático China y Japón, de los cuales ya se ha realizado un envío el último mes de agosto del presente año 2015.

El personal encuestado y entrevistado reconoce que se necesita una empresa exportadora con la capacidad industrial necesaria para poder ayudarlos a realizar exitosamente las exportaciones previamente preparados y entrenados de manera técnica y precisa aplicando nuestro plan de exportación como aporte social y económico.

# **CAPITULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN**

## **V. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN**

### **5.1. Introducción**

La presente propuesta pretende manifestar los diferentes aspectos básicos que debe contemplar un empresario que aspira emprender con una nueva estrategia de negocios bajo el sistema de exportación.

Para introducir una propuesta se ha tenido en cuenta las encuestas hechas a los agricultores – productores de palta y las palabras de especialistas sobre el tema de exportación, todo ello para proponer un plan de como emprender una exportación como alternativa de mejora en la comercialización de un producto, tal como es la palta.

Esta propuesta del Plan de Exportación beneficiará a dos tipos de agentes: a las asociaciones productoras de palta y la comunidad estudiantil. Para el primero, la presente tesis se convertirá en una herramienta de soporte para un mejor entendimiento y análisis del mercado; mientras que para el segundo, cubrirá la necesidad de información, ya que no existen estudios actuales sobre la exportación de palta Hass Holanda (Ámsterdam).

En el Perú el tema sobre el plan de exportación cada día está en un crecimiento enorme, debido a que muchas micro empresas están con el deseo de poder recibir el conocimiento necesario para poder realizar trabajos con la misma comunidad, produciendo productos de muy buena calidad y cantidad para poder satisfacer las necesidades del cliente y así incrementar a un mejor desarrollo socio – económico y socio – cultural.

### **5.2. Objetivos**

#### **5.2.1. Objetivo General**

O.G. Presentar un plan de exportación a las asociaciones productoras de Palta para la comercialización de la palta Hass al mercado de Ámsterdam – Holanda.

### **5.2.2. Objetivos Específicos**

O.E.1. Elaborar un Plan para emprender la exportación de la Palta.

O.E.2. Realizar un análisis Foda sobre la situación del producto de la palta en el Distrito de Motupe.

O.E.3. Detallar y describir los pasos y requisitos necesarios para realizar una exportación de forma correcta y ordenada.

### **5.3. Metodología de Implementación**

En el estudio de la propuesta lo que se busca es dar a conocer un Plan de exportación para llegar al conocimiento de lo que se debe tener en cuenta y saber cómo convertirse en un exportador. La cual puede ser aplicada al sector agrícola y por medio del cual ayude en la mejora de su comercialización y en una mejor calidad de vida para la población del distrito de Motupe.

De manera que se ha tomado información relevante de las respuestas de la encuesta realizada a los productores del distrito de Motupe, quienes buscan alternativas de crecimiento que los ayude a desarrollarse como empresa.

(Llamazares, 2014) Nos conceptualiza los métodos para realizar un plan de exportación mediante ciertos parámetros para una mejor exportación de un producto nuevo a un mercado internacional.

Con esta propuesta de plan de exportación lo que queremos llegar a hacer es explotar una idea de negocio mediante un plan de exportación, que es la exportación de la palta Hass del distrito de Motupe hacia el mercado de Ámsterdam - Holanda.

La idea nace a raíz de que el departamento de La Libertad en su segmento de producción va cada día en aumento, a diferencia de nuestro departamento de Lambayeque, ya que contamos con mayor producción de este producto de la palta Hass, y en base a este



problema nos preguntamos ¿Por qué no exportar nuestro producto Lambayecano al mercado Internacional?

Aquí el participante deberá tener en cuenta ciertos análisis necesarios para optar por este sistema como son:

### **5.3.1. Requisitos para emprender y convertirse en un exportador**

El empresario que desee convertirse en un exportador exitoso necesita de un planteamiento estratégico de crecimiento. Para ello es necesario definir, analizar y valorar esto antes de iniciar cualquier acción de conversión de su negocio.

Es importante asegurarse de que su negocio cuente con las características y condiciones legales para operar en este plan de exportación, pues el negocio debe ser replicable por otras personas y no ser algo que sólo funcione bajo su dominio.

**a.) Informarse: qué es una exportación.** Es importante informarse de todas las peculiaridades, funcionamientos, compromisos, riesgos, oportunidades y elementos esenciales que se incluyen en una exportación. Es recomendable contar, desde el principio y durante el proceso, con un asesor especializado en exportaciones que disponga de conocimientos específicos del sector y del producto; y sea el guía que le apoye a cumplir con los trámites y legalizaciones.

#### **b.)Asesoría Inicial**

De igual forma la persona al poder formar una empresa para poder saber y conocer los procesos a seguir en la formación de la empresa exportadora se debe contar con la guía de un asesor especialista de acuerdo al tipo de empresa que se formara, en este caso hablamos de una exportadora.

#### **C.)Banco de Datos**

Y como empresa formada debemos tener en cuenta que toda empresa debe contar con un banco de datos, el cual le permitirá hacer referencia a un conjunto de datos, de informaciones clasificadas y ordenadas para una buena toma de decisiones.

#### **d.) Selección del Producto**

La empresa ya teniendo como referencia información clasificada y ordenada se procede a una selección del producto que es el de poder analizar e identificar cual es la mejor idea para llegar a una decisión definitiva de comercialización de nuestro producto.

#### **e.) Definir Objetivos**

En base a los procesos anteriores ya mencionados, entonces podemos tomar decisiones definidas como son los objetivos que nos planteamos como empresa con la finalidad de alcanzar nuestros propósitos planificados.

#### **f.) Aspectos Legales**

Dentro de una empresa se pueden realizar directamente los trámites respectivos ante la dependencia gubernamental correspondiente, o se debe recurrir a los servicios de un notario público para que formule la escritura constitutiva de la sociedad y lleve a cabo las gestiones necesarias para su registro.

**g.) Realizar una investigación de mercado.** Estudiar el mercado es ver sus restricciones, condiciones, normas y confirmar si existen los consumidores potenciales para su producto, así como el espacio para nuevos competidores en el mercado.

**H.) Elaborar un folleto informativo.** Esta herramienta transmitirá la imagen corporativa de la marca, facilitando una información inicial básica, que por lo general incluye información de la oferta comercial y la ficha técnica.

**.) Realizar un análisis financiero del negocio.** Para ello es importante basarse en datos reales y en estimaciones objetivas y realistas que detallen el estado del negocio.

**j.) Elaborar un plan financiero de expansión.** Realizar un presupuesto el cual muestre las inversiones que tendrá que realizar su empresa y los costos de gestión que necesariamente deberá hacer frente. Por supuesto, que este estudio deberá realizarse de acuerdo al crecimiento.

**K.) Determinar Partida Arancelaria.** Aprovechar la identificación numérica de cada producto que comercializará para acceder a los beneficios de tratados y acuerdos comerciales. Infórmese sobre los requisitos legales, técnicos y arancelarios que pagará su producto, le permitirá tener un mayor dominio del mercado.

En el caso de la palta Hass el número de partida es el sgte:

**Figura N° 06: Mapa de ubicación de Producción de la Palta Hass.**



Figura N° 07: Cosecha de la Palta Hass

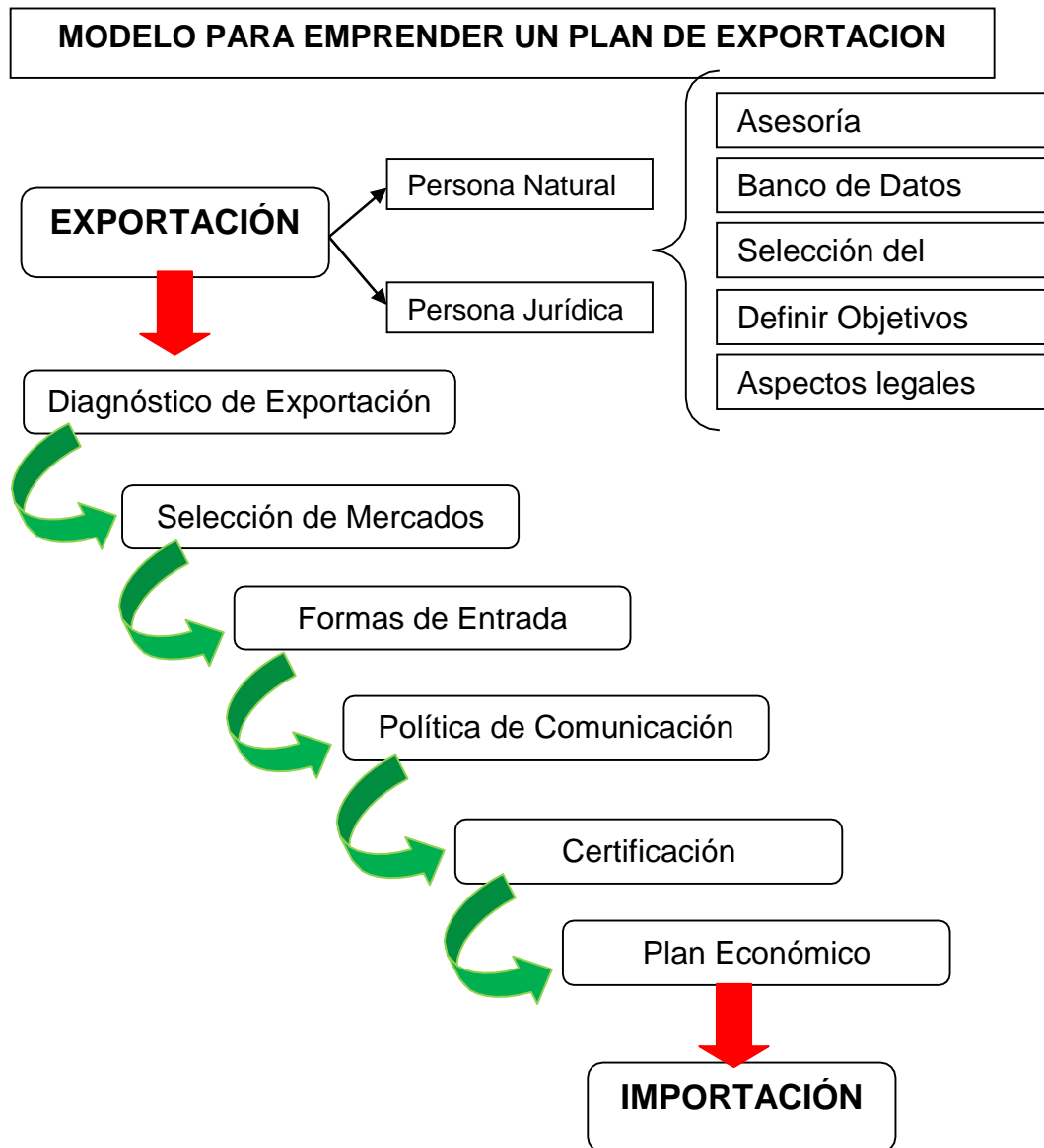


Gráfico N° 15: Cadena Logística



#### 5.4. Diagrama del Plan para realizar una Exportación y la relación entre sus partes.

Gráfico N° 16: Modelo de Plan de Exportación



##### A.) Exportador

Para la elaboración de nuestro plan de exportación podemos decir que un exportador puede ser una persona natural o jurídica, para así poder cumplir con los derechos y obligaciones que la ley manda.

## B.) Diagnostico de Exportación

Para realizar un diagnóstico del plan de exportación se elaboró un cuadro de matriz FODA en donde se realizará un análisis interno de las capacidades de la empresa como son sus fortalezas y debilidades, y el análisis externo como son sus oportunidades y amenazas.

### Análisis de la Situación de los Productores de Palta

**Cuadro N° 09: Análisis FODA**

<b>Análisis de la Situación</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Análisis Interno</b>	<p>Buena calidad del producto (palta Hass).</p> <p>Investigación y desarrollo, producción y cosecha.</p> <p>Calidad de los materiales (químicos).</p> <p>Profesionales en el área de producción y administración.</p> <p>Enfoque de procesos para una mejora continúa.</p>	<p>Infraestructura no adecuada.</p> <p>Acceso a créditos.</p> <p>Escasa cultura para hacer uso de herramientas de la administración moderna y tecnologías para procesos de apoyo.</p> <p>La capacidad de producción no satisface la demanda.</p> <p>Los peruanos no saben apreciar la calidad de la calidad de la producción de palta.</p>
<b>Análisis de la Situación</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
	<p>Motupe cuenta con el prestigio ganado a través de los años.</p>	<p>Sensibilidad de los precios.</p> <p>Captación de nuestros trabajadores por otras empresas.</p>

<p><b>Análisis externo</b></p>	<p>Mala calidad de productos agro (palta), el ingreso de calzados chilena al Perú es una oportunidad para demostrar al mercado Lambayecano que el producto es de buena calidad y a precios adecuados a comparación de estos.</p> <p>Constituye una oportunidad para crecer y lograr.</p> <p>Apoyo del Gobierno a través de programas como por ejemplo capacitaciones.</p>	<p>Estancamiento de la Economía.</p> <p>Fiscalización de organismos reguladores (Ministerio de Trabajo, SUNAT, Defensa civil, etc.).</p> <p>Desaparición del mercado de algunos de los principales proveedores.</p>
--------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

***Elaboración Propia***

**C.) Selección de Mercados**

Para la selección de mercado aplicamos una técnica de investigación que es el SCRIB, el cual nos permitió ver el mercado al cual elegimos para nuestro estudio de investigación de igual forma se realizara métodos estadísticos para ver el nivel de producción de palta en los departamentos y países, así como también las importaciones y exportaciones.

También al estudiar el mercado nos permite ver sus restricciones, condiciones, normas y confirmar si existen los consumidores potenciales para su producto, así como el espacio para nuevos competidores en el mercado.

Una vez que se han preseleccionado las áreas geográficas más favorables, se trata de preseleccionar países que pertenezcan a esas áreas geográficas, finalmente, se trata de seleccionar los países objetivos para realizar las siguientes etapas del Plan.

**Figura N° 08: Departamentos de Producción de Palta**



**Cuadro N° 10: Departamentos de Producción de Palta**

<b>Principales Regiones Productoras de Palta</b>			
<b>(En Toneladas)</b>			
<b>Región</b>	<b>Producción</b>	<b>%</b>	<b>% Acum.</b>
La libertad	74.698	23.53	23.53
Lima	60.107	18.94	42.47
Ancash	54.783	17.26	59.73
Lambayeque	39.439	12.42	72.15
Junín	34.505	10.87	83.02
Otros	53.885	16.98	100
<b>Total</b>	<b>317.418</b>	<b>100%</b>	

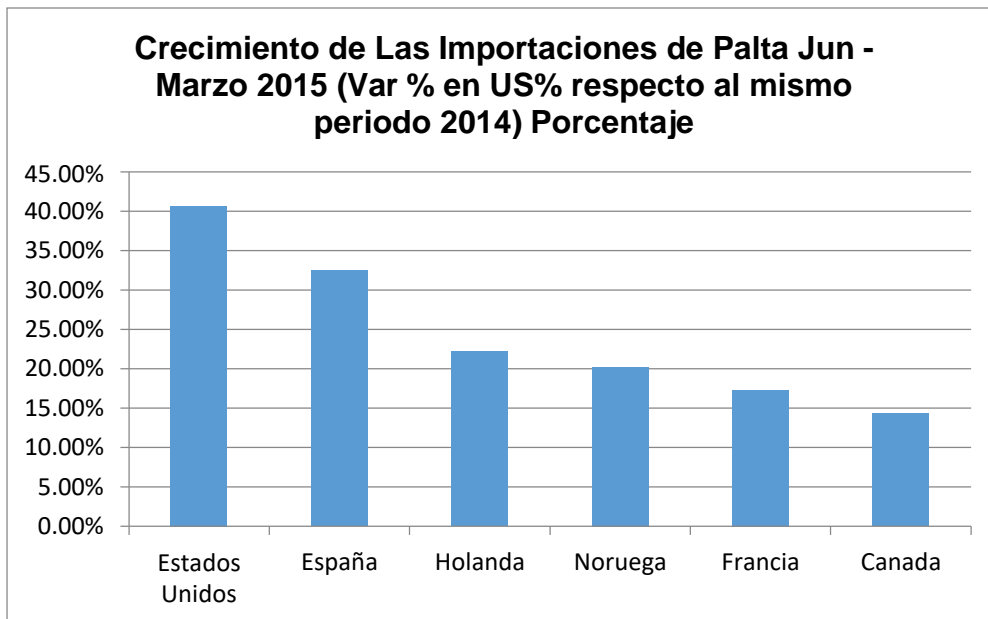
*Fuente: Minagri  
Elaboración: propia*



**Figura N° 09: Países Productores de Palta**



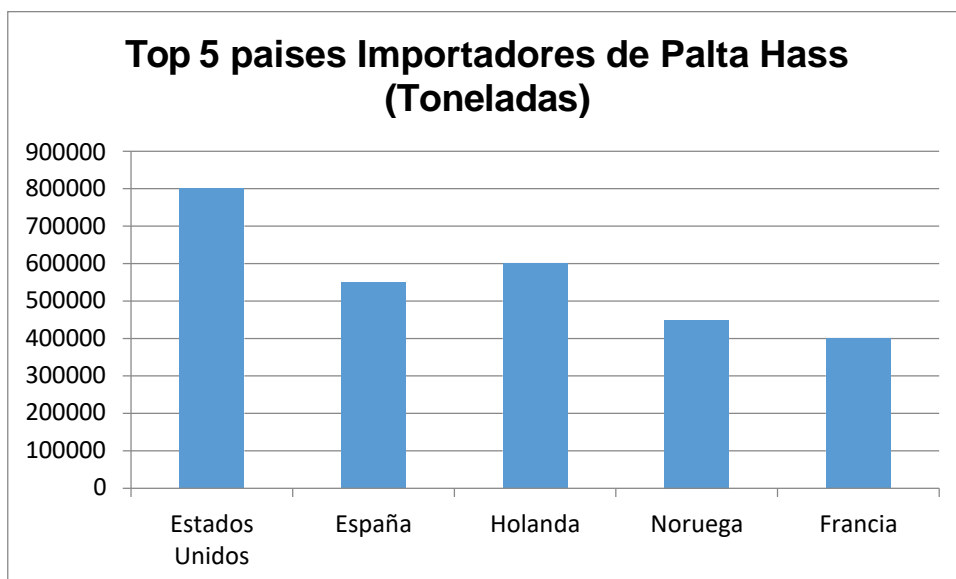
**Gráfico N° 17: Países Productores de Palta**



**Elaboración Propia**

**Fuente: Trade Map**

**Gráfico N° 18: Principales Países Importadores de Palta**



*Elaboración Propia*

*Fuente: Trade Map*

**Gráfico N° 19: Principales Países Exportadores de Palta**



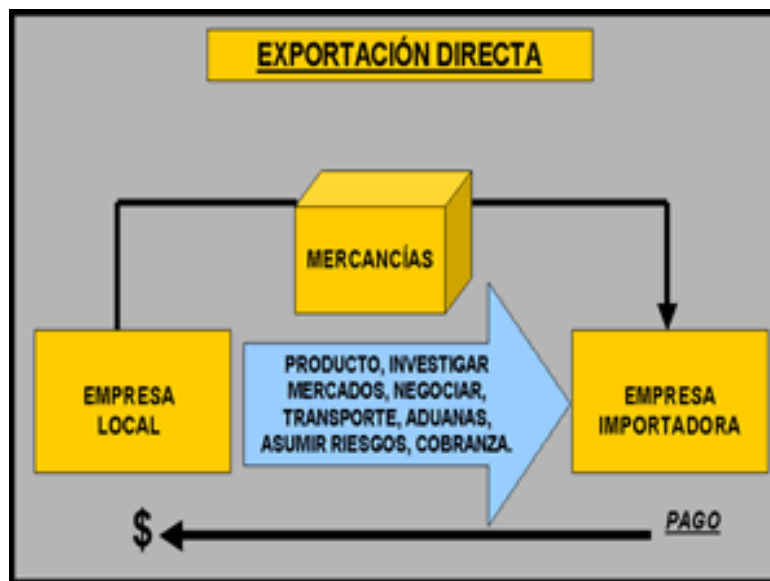
*Elaboración Propia*

*Fuente: Trade Map*

### D.) Formas de Entrada

En cuanto a la forma de entrada hay una gran variedad de alternativas para realizar una exportación de un producto hacia un mercado internacional, para ello se elige utilizar una de las formas más utilizadas que es la entrada por medio de una EXPORTACIÓN DIRECTA, lo que nos permitirá una comercialización y un contacto directo con el importador.

Figura N° 10: Exportación Directa



### E.) Política de Comunicación

Para la elaboración de nuestro plan de exportación es de mucha importancia poder realizar una política de comunicación o un plan de marketing el cual nos permitirá mostrar y dar a conocer nuestro producto hacia los mercados internacionales, para la promoción haremos uso de dos medios importantes que son las ferias internacionales y misiones comerciales, así como también con la ayuda de las redes sociales, páginas web y revistas.

Podríamos clasificarlos en dos grupos: instrumentos de publicidad e instrumentos de promoción.

Entre los primeros se encuentran los anuncios en medios de comunicación y la publicidad a través de Internet mientras que la

promoción incluye la elaboración de documentación y videos promocionales, la asistencia a ferias, la promoción en el punto de venta. etc.

Y lo más importante la participación en ferias y misiones comerciales como: BioFach, FHA, Alimentaria Barcelona, Rosupack, WorldFood, FineFood Australia, Expoalimentaria Lima, entre otras importantes dentro del sector agro comercial.

**Figura N° 11: Ferias Internacionales**



**Figura N° 12: Misiones Comerciales**



### **G.) Plan Económico**

Los objetivos de venta tienen que cumplir al menos tres requisitos:

1.- Delimitación geográfica: Deben fijarse para cada uno de los mercados seleccionados. (En este caso el mercado seleccionado es Holanda como Ciudad Principal Ámsterdam)

2.- Precisión: Deben referirse a un concepto concreto, fácilmente calculable para la empresa exportadora.

3.- Tiempo: Tienen que establecerse para un período de tiempo.

Normalmente los Planes de Exportación deben revisarse anualmente.

Sirve para evaluar el coste de llevar a la práctica el Plan y los rendimientos económicos esperados (margen comercial y saldo de explotación)

Para el caso de una exportación de este producto, la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) establece lo siguiente:

**Cuadro N° 11: Gravámenes**

<b>GRAVÁMENES VIGENTES Y SU VALOR REPRESENTANTE</b>	
Unidad de medida	(KG)
Ad – Valorem	6%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto General a las Ventas	0%
Impuesto de Promoción Municipal	0%
Seguro	2.5%
Sobretasa	0%

***Elaboración: propia***

### **Características del embalaje y paletización empleados:**

Material empleado: Cajas de cartón corrugado

Pueden ser cajas para 4 Kg (Calibres grandes) ó 10 Kg (Calibres pequeños)

En el caso de exportar cualquier variedad de palta desde el Perú a la Unión Europea, se presentan las siguientes medidas impositivas:

Derechos a países terceros:

Derecho de Aduana = 5.1 %

BASE LEGAL (REGLAMENTO) N° 1006/11

Precio unitario (Por cada 100 kg neto) = 130.76 euros

BASE LEGAL (REGLAMENTO) N° 215/06

Preferencias arancelarias = 0 %

BASE LEGAL (REGLAMENTO) N° 732/08

Fuente: Export Helpdesk

Principales requisitos exigidos para la exportación de palta Hass peruana:

Según las empresas que participaron del estudio, la exportación de palta Hass peruana se encuentra supeditada a diversos requerimientos de carácter técnico:

**Cuadro N° 12: Costos para Exportación**

<b>Ítems</b>	<b>Costo (USD)</b>
Certificado Fitosanitario	130
Certificado de Origen	20
Los derechos de Embarque	340
Flete LCC	4965
Tramites Documentarios	246
Gastos Locales Legales	622
Tracción	84
Manipuleo	195
Servicio. Terminal	125
Cuadrilla	130
Posesión Mov	100
Precinto	3
Transmisión (Costo por enumerar la DAM)	18.62
Gastos de Despacho	66.64
Gastos Administrativos	8.7
Aforo Físico (aduana)	33.49
Servicios Complementarios. (transporte interno)	450
<b>TOTAL</b>	<b>7537.45</b>

***Elaboración: Propia***

***Fuente: Trámites Aduaneros***

El envío será a través de un contenedor de atmosfera controlada contratado en cualquiera de los operadores logísticos disponibles y sujetos a sus tarifas y precios al momento de contratarse.

#### **H.) Importador**

Es la persona beneficiada quien requiere de los bienes recibidos por la exportación del país de origen hacia el país destino.

**CAPÍTULO VI:  
CONCLUSIONES Y  
RECOMENDACIONES**



## **6.1. Conclusiones**

El presente proyecto tiene por objetivo establecer una propuesta de plan de exportación a los productores de palta del Distrito de Motupe, conocidos los resultados bajo un minucioso análisis y con el apoyo de las fuentes consultadas se plantea una propuesta acorde a la realidad. La propuesta que se plantea en el presente trabajo es una propuesta de un plan de exportación para las asociaciones productoras de palta, por lo que se dictan ciertos lineamientos bajo los cuales se debe guiar la iniciativa. La propuesta se justifica en que contribuirá a lograr un desarrollo local, beneficiando directamente a los principales protagonistas del proyecto. Al final del estudio se tiene que los productores agrícolas creen que se debe dar impulso al plan de exportación con la finalidad de superar deficiencias y restricciones del sector, convenciéndose así el productor que la exportación es la mejor forma de afrontar su situación actual.

Si bien la palta Hass es un producto que el público consume a veces, una gran parte de ellos ha comprado o escuchado en alguna ocasión sobre dicha variedad; no obstante la palta es considerada un fruto costoso y las personas la adquieren guiándose por el tamaño y color. La palta Hass es una variedad hasta hace unos años desconocida por muchos Holandeses, pero gracias a campañas de promoción emprendidas por empresas Peruanas e internacionales, su consumo ha ido aumentando y además, no existen requisitos para la venta directa de palta al consumidor.

## **6.2. Recomendaciones**

### **1. Para las Asociaciones**

La propuesta de trabajo que se plantea para los productores de palta Hass del Distrito de Motupe es un plan de exportación a las asociaciones productoras, esta permitirá la generación de una visión empresarial necesaria para la conducción efectiva a las asociaciones, la cual les permitirá un desarrollo económico y social no solo de los asociados sino también que sirva como un instrumento crucial para el desarrollo de la localidad.

A efectos de plantear soluciones a las restricciones y deficiencias anteriormente señaladas es que los pequeños productores de palta Hass del Distrito de Motupe señalan que se debe dar impulso a la cooperativa de trabajo asociado con la finalidad de que contribuya a su progreso y desarrollo.

### **2. Para los investigadores:**

Existen suficientes investigaciones y publicaciones académicas sobre exportación de palta fresca. Hacen falta investigaciones específicas por cada variedad y también de productos derivados de la palta; además hay muy pocos trabajos que traten el tema de los productos de agroexportación óptimos para venderle a Holanda (Ámsterdam), la mayoría de investigaciones están enfocadas a los rubros de artesanía y textiles.

### **3. Para la comunidad estudiantil**

Realizar nuevas investigaciones y estudios de mercado cuyo destino sea Holanda (Ámsterdam), ya que es un mercado que el Perú aún no ha explotado completamente, y menos aún si se habla de productos de agroexportación. Se tiene que cambiar poco a poco la idea que Holanda es un país que solamente puede importar del Perú productos textiles y artesanía, se debe plantear futuros planes de negocios que podrían enfocarse a identificar la manera de vender productos agro, lo cual generaría mayores ganancias para el empresariado nacional y local dedicado a este rubro.

## REFERENCIAS

- AGRARIA (2003). Variedad Hass incursiona con éxito en mercados de la Unión Europea. Lima, mayo de 2003. Pp. 6 - 7.
- AGRARIA (2009). La palta en la campaña 2009. Lima, setiembre de 2009. Pp. 8 - 9.
- Agro Noticias (2008). Palto Hass para exportación en vez de arroz. Lima, marzo de 2008. P. 22.
- Agro Noticias (2010). El futuro de la palta Hass. Lima, febrero de 2010. Pp. 36 - 43.
- Arana, J. (2010). Supply chain practices, performance and organizational configuration in the Mexican avocado industry. Tesis de doctorado, Wageningen University.
- Anuncian capacitación a productores de palta (2010, 06 enero). CEPES. Disponible en: <http://www.cepes.org.pe/notiagro/node/521>. Fecha de acceso: 19 de abril de 2012.
- ASVID (2009). Sectores emergentes en fruticultura. Chile. Pp. 13-17.
- Diario El Comercio (2013). Crecimiento de un 28% en las exportaciones nacionales de palta Hass. Lima. 26 de enero de 2012. P. 15.
- Glosario. ExportHelpdesk. Disponible en: [http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=intro%2fintro\\_Glosario.html&docType=main&languageId=es&status=PROD](http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=intro%2fintro_Glosario.html&docType=main&languageId=es&status=PROD). Fecha de consulta: 26 de julio de 2012.
- Llamazares, O. (2014). Plan de Exportación (Guía práctica para empresas).
- Maldonado, R. (2006). Cultivo y producción de la palta. Primera edición. Colección Mi Huerto, Lima.
- MAXIMIXE (2010). Informe de Mercado: Palta - Enero 2010. Disponible en: [www.maximixe.com/alertaeconomica/fichas/Palta%20-%20enero.doc](http://www.maximixe.com/alertaeconomica/fichas/Palta%20-%20enero.doc). Fecha de consulta: 09 de abril de 2012.
- MAXIMIXE (2011). Informe de Estructura y Tendencias del Mercado de Palta Hass - Agosto 2011. Fuente: [http://www.maximixe.com/alertaeconomica/fichas/palta\\_hass.pdf](http://www.maximixe.com/alertaeconomica/fichas/palta_hass.pdf). Fecha de acceso: 10 de mayo de 2012.
- Mejía, E. (2002). Marketing I. Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Pp. 250-252.
- MINCETUR: Perú será el primer exportador de palta en 10 años. (2012, 28 Diciembre). Gestión. Disponible en: <http://gestion.pe/noticia/1354235/peru-primer-exportador-palta-mundo-diez-anos>. Fecha de acceso: 14 de abril de 2012
- Montes, R. (2008). Análisis y estrategias para la exportación de paltas Hass a mercados internacionales. Trabajo monográfico. Facultad de Economía y Planificación. Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima. Perú.

Norma del Codex para el aguacate. Codex Alimentarius. Disponible en: [http://www.codexalimentarius.org/download/standards/321/CXS\\_197s.pdf](http://www.codexalimentarius.org/download/standards/321/CXS_197s.pdf). Fecha de acceso: 11 de noviembre de 2012.

Pro Chile (2006). Perfil de Mercado: Palta - Holanda. Disponible en: [www.prochile.cl/doc2.php?file=la\\_haya\\_paltas\\_2006.pdf](http://www.prochile.cl/doc2.php?file=la_haya_paltas_2006.pdf). Fecha de acceso: 05 de abril de 2012.

16. Pro Chile (2001). Manual para el exportador de productos orgánicos chilenos al Mercado Común Europeo. Chile. 77 pp.

Pro Ecuador (2011). Ficha Comercial de Italia. Ecuador. 30 pp

Rimachi, M. (2007). Cultivo de paltos. Empresa Editora MACRO, Lima.

Sánchez, J. (2009). Cultivo de aguacate: Manejo post cosecha. Asociación agrícola local de productores de aguacate de URUPAN, Michoacán-México.

Tratamiento arancelario por subpartida nacional. Superintendencia Nacional de Administración Tributaria. Disponible en: <http://www.aduanet.gob.pe/itarancel/arancelS01Alias>. Fecha de consulta: 14 de marzo de 2012.

ANEXO

**UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**

**TÍTULO DEL PROYECTO: PROPUESTA DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN A LAS ASOCIACIONES PRODUCTORAS DE PALTA HASS DEL DISTRITO DE MOTUPE – LAMBAYEQUE HACIA EL MERCADO DE AMSTERDAM - HOLANDA 2015 - 2016**

La información que se pide en la siguiente encuesta se manejará bajo absoluta reserva. Por favor responda con sinceridad las preguntas planteadas en esta encuesta.

1.- Sexo:

Masculino ( )

Femenino ( )

2.- Edad: \_\_\_\_\_

3.- Ocupación: \_\_\_\_\_

4.- ¿Cuántas hectáreas productoras de Palta tiene Motupe?

a) 0 a 5

b) 5 a 10

c) 10 a 15

d) 15 a 30

e) Más de 30

5.- ¿Qué variedad de Palta se produce en el Distrito de Motupe?

Palta Hass ( )

Palta Fuerte ( )

Otros ( )

6.- ¿En base a su respuesta de la pregunta 5, cuál de ellas es la más comercial?

Palta Hass ( )

Palta Fuerte ( )

7.- ¿Cómo consideras la calidad de Palta que se produce en Motupe?

Muy Buena ( )

Buena ( )

Mala ( )

8.- ¿Hay Asociaciones de producción de Palta?

SI ( )

NO ( )

9.- ¿Cuántas Asociaciones Productoras de Palta Hass hay en el Distrito de Motupe?

a.) 10 – 30 ( )

b.) 40 – 60 ( )

c.) 70 – 90 ( )

d.) 100 - mas ( )

10.- ¿Se exporta Palta desde el Distrito de Motupe?

SI ( )

NO ( )

11.- ¿A qué mercados internacional se exporta este producto de la palta?

a.) Estados Unidos

c.) Países Bajos

b.) Francia

d.) Otros: \_\_\_\_\_

12.- ¿Consideras un producto bandera de exportación a la Palta Hass de Motupe?

SI ( )

NO ( )

13.- ¿Las exportaciones son en grandes cantidades de: ?

a.) 0 a 5 TON ( )

b.) 5 a 10 TON ( )

c.) 10 a 15 TON ( )

d.) 15 a 20 TON ( )

14.- ¿Consideras necesario formar una Empresa Exportadora de Palta en Motupe?

SI ( )

NO ( )