



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

“Capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región ica en el periodo 2016 - 2020”

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORES

Ochoa Pérez, Diego Alonso (0000-0002-4401-2383)

Infante Bonifaz, Alexandra Voulett (0000-0002-6692-0307)

ASESOR

Cerna Huarachi, Delia Mercedes (0000-0001-8336-4157)

Lima, 12 de agosto de 2021

DEDICATORIA

“Dedicado a mi familia, quienes me brindaron su apoyo incondicional durante todo el proceso para la realización de esta investigación.”

Infante Bonifaz, Alexandra

“Dedico esta investigación a mis padres Buenaventura Ochoa Ruiz y Silvia Pérez Frazer, quienes han sido mi soporte en esta nueva etapa de mi vida.”

Ochoa Pérez, Diego

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecemos a Dios por siempre estar protegiéndonos y más en estos tiempos de pandemia. En segundo lugar, agradecemos a nuestros padres y familiares por ser nuestro soporte en una nueva etapa laboral, académica y personal.

Además, queremos agradecer a nuestra asesora de tesis Delia Cerna por apoyarnos en toda pregunta o consulta que han existido durante el programa de titulación y a las entidades públicas y privadas que gracias a su apoyo se ha podido concretar esta etapa de investigación.

Finalmente, a los representantes y socios de las asociaciones exportadoras por su comprensión y facilidad de tiempo para poder responder las encuestas y entrevistas que fueron necesarias para el desarrollo de una mejor investigación y análisis.

RESUMEN

En los últimos años, las exportaciones de uvas frescas han tenido un constante crecimiento. Las empresas exportadoras se enfrentan a entornos muy dinámicos, es por ello que, para el desarrollo de ventajas competitivas, es necesario adaptarse y adquirir nuevos conocimientos, que les permita abrirse a nuevos mercados.

La presente investigación consiste en exponer a la capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la Región Ica en el periodo 2016-2020.

Por medio de una metodología de tipo mixta, se analizaron los factores mencionados mediante dos análisis: cualitativo, a través de las entrevistas semiestructuradas realizadas a los principales actores clave y expertos en el sector que proporcionan información relevante; y un análisis cuantitativo, mediante encuestas a empresas exportadoras de uvas frescas pertenecientes a asociaciones y/o cooperativas de la Región Ica.

Palabras Clave: Uvas frescas, factores, capacidad gerencial, asociatividad, calidad, exportaciones.

ABSTRACT

In recent years, exports of fresh grapes have had a constant growth. Exporting companies face very dynamic environments, which is why for the development of competitive advantages, it is necessary to adapt and acquire new knowledge, which allows them to open up to new markets.

This research consists of exposing managerial capacity, associativity and quality as factors that are related to the performance of fresh grape exports from the Ica Region in the 2016-2020 period.

Through a mixed type methodology, the aforementioned factors were analyzed through two analyzes: qualitative, through semi-structured interviews carried out with the main key actors and experts in the sector who provide relevant information; and a quantitative analysis, through surveys of fresh grape exporting companies belonging to associations and / or cooperatives in the Ica Region.

Key Words: Fresh grapes, factors, managerial capacity, associativity, quality, exports.

ÍNDICE

INTRODUCCION.....	12
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	14
1.1. Antecedentes de la investigación	15
1.1.1. Antecedentes Internacionales	16
1.1.2. Antecedes Nacionales	35
1.2. Marco Conceptual.....	42
1.3. Bases Teóricas	44
1.3.1. Teorías de Internacionalización.....	44
1.3.1.1. Modelo Uppsala	45
1.3.1.2. Enfoque de Redes Internacionales	47
1.3.1.3. Modelo de Innovación.....	48
1.3.2. Modalidades de Exportación	50
1.3.2.1. Factores de Exportación	50
1.3.2.1.1. Capacidad Gerencial.....	51
1.3.2.1.2. Asociatividad.....	52
1.3.2.1.3. Calidad	53
1.4. Uvas frescas	54
1.4.1. Historia de las uvas frescas	54
1.4.2. Medidas normativas de la uva fresca	55
1.4.3. Región Ica	57
1.5. Exportación de uvas frescas.....	57
1.5.1. Exportación de uvas frescas peruanas	57
1.5.2. Exportación de uvas frescas en la Región Ica	59
CAPÍTULO II. PLAN DE INVESTIGACIÓN.....	61
2.1. Realidad Problemática	61
2.2. Formulación del Problema.....	66
2.2.1. Problema Principal	66
2.2.2. Problemas Específicos.....	66
2.3. Objetivos	67
2.3.1. Objetivo General	67
2.3.2. Objetivos Específicos.....	67
2.4. Hipótesis	67

2.4.1.	Hipótesis General	67
2.4.2.	Hipótesis Específicas.....	68
2.5.	Justificación o relevancia de la investigación.....	68
2.5.1.	Justificación Teórica	69
2.5.2.	Justificación Práctica.....	73
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE TRABAJO		75
3.1.	Enfoque de la investigación	75
3.1.1.	Alcance de la investigación.....	78
3.1.2.	Diseño de la investigación.....	80
3.1.3.	Limitaciones de la investigación	81
3.2.	Operalización de las variables	82
3.3.	Proceso de muestreo: Tamaño y selección de la muestra.....	85
3.3.1.	Población de estudio.....	86
3.3.2.	Tamaño y selección de la Muestra	87
3.4.	Mapeo de actores clave (MAC).....	93
3.5.	Instrumentación	97
3.5.1.	Técnica de recolección de datos: Investigación Cualitativa.....	97
3.5.2.	Técnica de recolección de datos: Investigación Cuantitativa.....	99
3.5.3.	Confiabilidad del instrumento cualitativo y cuantitativo	100
3.6.	Aspectos éticos de la investigación.....	102
CAPÍTULO IV. DESARROLLO Y APLICACIÓN.....		103
4.1.	Desarrollo Cualitativo.....	103
4.1.1.	Perfil de los entrevistados	103
4.1.2.	Análisis y resultados de las entrevistas	106
4.1.2.1.	Análisis y resultados de las entrevistas	107
4.2.	Desarrollo cuantitativo: Análisis de datos	117
4.2.1.	Desarrollo del método estadístico elegido.....	118
4.2.2.	Análisis Cuantitativo	118
CAPÍTULO V. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS		135
5.1.	Validación de Hipótesis General	136
5.1.1.	Validación de Hipótesis Específica N° 1	141
5.1.2.	Validación de Hipótesis Específica N° 2	145
5.1.3.	Validación de Hipótesis Específica N° 3	148
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		152
6.1.	CONCLUSIONES	152

6.2. RECOMENDACIONES.....	153
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	156
ANEXOS.....	164

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Exportaciones de Uvas en el periodo 2016-2020, valores FOB en Millones de US\$, según el BCRP. Elaboración propia.</i>	<i>58</i>
<i>Figura 2. Principales productos no tradicionales exportados desde la región Ica en el periodo 2016-2020. Elaboración propia.</i>	<i>59</i>
<i>Figura 3. Valor porcentual mensual de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020. Elaboración propia.</i>	<i>60</i>
<i>Figura 4. Principales productos no tradicionales exportados desde la región Ica en el periodo 2016-2020. Elaboración propia.</i>	<i>62</i>
<i>Figura 5. Exportaciones de Uvas en el periodo 2016-2020, según el BCRP. Elaboración propia</i>	<i>74</i>
<i>Figura 6. Diseño de investigación no experimental, según Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018.</i>	<i>80</i>
<i>Figura 7. Logotipo de la Cooperativa Agro Paracas</i>	<i>89</i>
<i>Figura 8. Logotipo de la Agrícola Chapi.....</i>	<i>90</i>
<i>Figura 9. Logotipo de la Corporación Frutícola de Chincha</i>	<i>90</i>
<i>Figura 10. Logotipo del Consorcio de Productores de Fruta S.A.</i>	<i>91</i>
<i>Figura 11. Logotipo de la asociación Uvica S.A.C.....</i>	<i>91</i>
<i>Figura 12. Logotipo de la asociación Agroser</i>	<i>92</i>
<i>Figura 13. Logotipo de la asociación PROUVAS.....</i>	<i>92</i>
<i>Figura 14. Logotipo de la asociación Agrícola Riachuelo</i>	<i>92</i>
<i>Figura 15. Logotipo de la asociación Agro Victoria</i>	<i>93</i>
<i>Figura 16. Logotipo de la asociación Agrícola La Venta.....</i>	<i>93</i>
<i>Figura 17: Códigos creados en Atlas.ti 9 según las entrevistas a expertos. Elaboración Propia, obtenido de Atlas.ti 9.....</i>	<i>106</i>
<i>Figura 18: Gráfico de red del Desempeño de exportaciones según las entrevistas a expertos. Elaboración Propia, obtenido de Atlas.ti 9.....</i>	<i>107</i>
<i>Figura 19: Gráfico de red de la Capacidad Gerencial según las entrevistas a expertos. Elaboración Propia, obtenido de Atlas.ti 9.....</i>	<i>110</i>
<i>Figura 20: Gráfico de red de la Asociatividad según las entrevistas a expertos. Elaboración Propia, obtenido de Atlas.ti 9.....</i>	<i>112</i>

<i>Figura 21: Gráfico de red de la Calidad según las entrevistas a expertos. Elaboración Propia, obtenido de Atlas.ti 9.....</i>	115
<i>Figura 22. Acceso a los mercados ha aumentado en los años 2016-2020 Elaboración propia obtenida del SPSS.</i>	120
<i>Figura 23. El volumen de exportación ha incrementado en los años 2016-2020. Elaboración propia obtenida del SPSS.</i>	121
<i>Figura 24. La proximidad geográfica con el país de destino es importante. Elaboración propia obtenida del SPSS.</i>	122
<i>Figura 25. La experiencia en el sector agrícola por parte de los directivos es un factor decisivo para el desempeño de las exportaciones de uvas frescas. Elaboración propia obtenida del SPSS.</i>	124
<i>Figura 26. El nivel de conocimiento de mercado de los directivos de la empresa influye en el incremento de las exportaciones de uvas frescas. Elaboración propia obtenida del SPSS.</i>	125
<i>Figura 27. La inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas. Elaboración propia obtenida del SPSS.</i>	127
<i>Figura 28. La promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas. Elaboración propia obtenida del SPSS.</i>	128
<i>Figura 29. La asociatividad ayuda a mejorar el desempeño de las exportaciones en la región Ica. Elaboración propia obtenida del SPSS.</i>	130
<i>Figura 30. Contar con proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas. Elaboración propia obtenida del SPSS.</i>	131
<i>Figura 31. El control de calidad de las uvas frescas en los procesos productivos, influye de manera positiva en las exportaciones del producto. Elaboración propia obtenida del SPSS.</i>	133
<i>Figura 32. Una mejora en los procesos productivos aumentaría la exportación de las uvas frescas. Elaboración propia obtenida del SPSS.</i>	134
<i>Figura 33. Proceso de Investigación</i>	135

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Palabras clave para la búsqueda de fuentes bibliográficas</i>	16
<i>Tabla 2: Antecedentes Internacionales</i>	38
<i>Tabla 3. Antecedentes Nacionales</i>	¡Error! Marcador no definido.
<i>Tabla 4. Cuadro Resumen de la realidad problemática</i>	65
<i>Tabla 5. Delimitación de la población de estudio</i>	87
<i>Tabla 6. Asociaciones exportadoras de uvas frescas de la región Ica</i>	89
<i>Tabla 7. Mapeo de Actores Clave</i>	95
<i>Tabla 8. Expertos entrevistados</i>	105
<i>Tabla 8: Acceso a los mercados ha aumentado en los años 2016-2020</i>	119
<i>Tabla 9: El volumen de exportación ha incrementado en los años 2016-2020</i>	120
<i>Tabla 10: La proximidad geográfica con el país de destino es importante</i>	122
<i>Tabla 11: La experiencia en el sector agrícola por parte de los directivos es un factor decisivo para el desempeño de las exportaciones de uvas frescas</i>	123
<i>Tabla 12: El nivel de conocimiento de mercado de los directivos de la empresa influye en el incremento de las exportaciones de uvas frescas.</i>	125
<i>Tabla 13: La inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas</i>	126
<i>Tabla 14: La promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas.</i>	128
<i>Tabla 15: La asociatividad ayuda a mejorar el desempeño de las exportaciones en la región Ica</i>	129
<i>Tabla 16: Contar con proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas</i>	131
<i>Tabla 17: El control de calidad de las uvas frescas en los procesos productivos, influye de manera positiva en las exportaciones del producto.</i>	132
<i>Tabla 18: Una mejora en los procesos productivos aumentaría la exportación de las uvas frescas.</i>	133
<i>Tabla 19. Grado de relación según coeficiente de correlación.</i>	139
<i>Tabla 20: Comprobación de la relación entre la variable desempeño de las exportaciones y los factores: capacidad gerencial, asociatividad y calidad.</i>	140
<i>Tabla 21: Comprobación de la relación entre la variable Capacidad Gerencial y el Desempeño de las Exportaciones de Uvas Frescas.</i>	143
<i>Tabla 22: Comprobación de la relación entre la variable asociatividad y el Desempeño de las exportaciones de uvas frescas.</i>	147
<i>Tabla 23: Comprobación de la relación entre la variable asociatividad y el Desempeño de las exportaciones de uvas frescas.</i>	150

INTRODUCCION

A nivel mundial el comercio de productos no tradicionales se ha vuelto más sólido en cuanto a la exportación y existen estrategias que complementan y hacen más competitivo un producto o región frente al resto del mundo. Estas nuevas técnicas y estrategias se deben a que estos productos no tradicionales pueden ser cultivados y producidos en diversas partes del mundo; por lo tanto, existen factores como la calidad que se ha convertido en una ventaja competitiva en el mercado internacional. Asimismo, para que una empresa pequeña, mediana o grande pueda exportar a otros mercados debe tener una buena gestión de internacionalización. Bajo esta premisa, el presente estudio se enfoca al sector agrícola, específicamente en uvas frescas.

Para la investigación que lleva como título: Capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020, se han desarrollado algunos papers de investigación que muestran coincidencias con los factores señalados. En el Capítulo I, se observan dichas fuentes entre nacionales e internacionales. También, se señalan las teorías de internacionalización, como el Modelo Uppsala, enfoque de redes internacionales y el modelo de innovación, las cuales hacen referencia a los factores capacidad gerencial, asociatividad y calidad, respectivamente. Adicionalmente, se menciona todo lo relacionado a la uva fresca, entre: su historia, medidas normativas, región Ica y las exportaciones de dicho producto.

Para el segundo capítulo, se puede observar la realidad problemática y la formulación del problema, el cual se basó en los antecedentes antes mencionados teniendo en cuenta la realidad problemática indicando los factores y contrastando a Perú con otros mercados. Además, se plantea el objetivo general, el cual es: Determinar si la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad están relacionadas con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020. También se plantean sus objetivos específicos, hipótesis y su respectiva justificación. En el capítulo III, que corresponde a la metodología, se desarrolla el enfoque de la investigación el cual es no experimental con un diseño transeccional o transversal de tipo correlacional causal; la operacionalización de las variables, que muestra como variable independiente a los factores: capacidad gerencial y asociatividad, y a la dependiente: el desempeño de las exportaciones de uvas frescas; el proceso de muestreo, que determina como población de estudio a las 12 empresas

exportadoras de Ica pertenecientes a asociaciones o cooperativas; se definen los actores claves, los cuales son expertos dentro del sector agrícola de uva frescas; y por último, se definen las técnicas de recolección de datos, tanto cualitativa, por medio de entrevistas a los expertos antes mencionados y cuantitativa, por medio de encuestas a empresas exportadoras de uvas fresca que se encuentran dentro de la población de estudio.

Para el capítulo IV, se desarrolla y aplica el método cualitativo y cuantitativo. Para el cualitativo, se señala el perfil de los 8 entrevistados de distintas entidades entre públicas y privadas, como: SENASA, MINAGRI, PromPerú, Adex, Provid, Sierra y Selva exportadora y empresas exportadoras. Y se obtiene los resultados de sus opiniones y perspectivas mediante el software Atlas.ti 9. Para el cuantitativo, se obtiene los resultados de las encuestas realizada a las 12 empresas exportadores, pertenecientes a asociaciones y/o cooperativas, posterior a la recolección de información cuantitativa, se procedió a analizar la información desde el programa SPSS. En el capítulo V, se muestra el análisis de los objetivos mencionados, y la validación de las hipótesis indicadas en el capítulo II, contrastando los resultados obtenidos bajo el enfoque de la metodología mixta y los papers mencionados anteriormente.

Finalmente, se analizaron factores que se encuentran directamente relacionados con el producto y los agentes del sector como: la calidad, la asociatividad y la capacidad gerencial. Se presentan conclusiones y recomendaciones, las cuales sirven de apoyo para futuras empresas o cooperativas que intenten ingresar a este mercado para que puedan tener un mejor punto de vista sobre lo que es necesario y lo que genera un impacto positivo o negativo, y además, facilita la información para otros sectores y otros productos dentro del país, ya que se podría emular en otras áreas estos resultados, teniendo en cuenta el contexto y las diferencias del sector.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

El aporte de los antecedentes para el conocimiento de un tema en específico es una parte fundamental para el proceso de investigación. Es por ello que, en este capítulo se analizaron los antecedentes internacionales y nacionales; así como las bases teóricas que sirven como marco de referencia bibliográfica con el objetivo de interpretar los hallazgos existentes de autores que realizaron investigaciones similares anteriormente.

En primer lugar, se mencionan y analizan los antecedentes internacionales relacionados con el tema de investigación, que tengan como enfoque a los factores del tema de investigación y una metodología detallada sobre la conclusión de los hallazgos. Además, se tienen en cuenta los antecedentes nacionales que tengan como punto inicial la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad de productos en su proceso de internacionalización.

En segundo lugar, se mencionan las bases teóricas presentes en el tema de investigación, utilizando las diversas teorías sobre negocios internacionales. Asimismo, se tendrá en cuenta las teorías de internacionalización que ayuden y complementen a justificar la investigación de los factores antes mencionados; por lo tanto, se mencionarán teorías como la de Uppsala, la teoría de redes y la teoría de innovación.

En tercer lugar, se indican las modalidades de exportación con respecto a cada producto dependiendo si es necesario o no una inversión extranjera directa y otro tipo de modalidad. Asimismo, se detallan los factores de exportación que serán analizados en la presente investigación como la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad.

En cuarto lugar, se realiza una investigación profunda sobre la uva fresca con respecto a la historia de este producto y su constante cambio en cuanto a la forma de producción o exportación. En adición, se mencionan las diversas normas que existen para poder exportar y producir este producto, enfocándose en la región Ica.

Finalmente, se realiza un análisis sobre la industria de las uvas frescas en la región Ica mediante el señalamiento de las características y la descripción de la región. Asimismo, un comparativo entre la exportación a nivel mundial de la uva y la exportación de la región Ica para poder identificar diferencias y similitudes que se han

venido dando en los últimos años, para ser específicos, entre el año 2016 y 2020 debido a que es el periodo de tiempo de investigación de la presente investigación.

1.1. Antecedentes de la investigación

Los antecedentes de una investigación son importantes porque sirven como referencia o guía para el tema en cuestión y ayuda a estabilizar la investigación por medio de bases con argumentos sólidos. Según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), el dominio de contenido de una variable normalmente está definido o establecido por la literatura que se refleja en la teoría y en antecedentes. A continuación, se procede a presentar un resumen de los documentos que sirvieron como recursos de investigación.

Las fuentes internacionales se obtuvieron a través de los recursos de investigación otorgados por el Centro de Información de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). En adición, se obtuvo información de diversos boletines anuales o mensuales de entidades estatales como SUNAT o el BCRP. Asimismo, las bases de datos más usadas en este tipo de fuentes fueron: Ebsco, Kopernio, Proquest, Scopus y ScienceDirect; los repositorios nacionales de universidades como UPC, USIL, ESAN, entre otras.

Asimismo, los repositorios fueron muy importantes frente a la búsqueda de antecedentes y conclusiones que engloben los factores de materia de estudio. Por lo tanto, se tuvo que investigar no solo en universidades nacionales, sino también en universidades del exterior porque el producto en cuestión, que son las uvas frescas, también es exportado por otros países y regiones.

En adición, se pueden encontrar similitudes y contrastes en cuanto a lo que sucede en el contexto peruano y lo que sucede en otros países cercanos como Chile o lejanos como China. Sin embargo, a pesar de la diferencia en cuanto al contexto, se pueden analizar factores que se puedan repetir en el país en un futuro cercano.

Para acceder a la información de manera eficiente, se utilizaron las siguientes palabras clave:

Tabla 1: Palabras clave para la búsqueda de fuentes bibliográficas

Palabras Clave	
Calidad	Uvas frescas
Asociatividad	Experiencia
Exportación	Agro
Internacionalización	Estrategias Internacionales
Infraestructura	Comercio Exterior
Ica	Competitividad
International alliances	Multinational enterprises
Joint Ventures	Export performance

Nota: Lista de palabras clave para la búsqueda de fuentes bibliográficas

1.1.1. Antecedentes Internacionales

Felzensztein (2019), en su paper mencionó los efectos del nivel de compromiso de la empresa con las asociaciones comerciales ubicadas en el mercado de exportación de la empresa sobre el desempeño de las exportaciones.

La presente investigación utilizó un modelo cuantitativo con una metodología de modo lineal general utilizando datos primarios mediante una encuesta en 2015-2016 con el objetivo de explorar los efectos de la participación de asociaciones de comercio exterior en el rendimiento de las exportaciones y los efectos moderadores de la participación de asociaciones de comercio exterior en la incertidumbre ambiental.

El estudio de investigación utilizó variables independientes como: Compromiso de la Asociación y la incertidumbre ambiental sobre las necesidades del cliente. Asimismo, tuvo variables dependientes que reflejaban el nivel de exportación como la intensidad de comercio internacional y el porcentaje de beneficio generado por exportaciones para poder descubrir cuál o cuáles de las variables independientes eran las que más influían en la exportación.

Finalmente, el aporte de la investigación analizada es conocer la importancia de cada factor que estuvo involucrado y poder determinar su influencia para las exportaciones. Es por ello que el paper investigado tuvo como resultado que un mayor compromiso con las asociaciones comerciales ubicadas en el mercado de exportación de la empresa tiene un efecto positivo en el desempeño de las exportaciones.

Este antecedente es relevante para la presente investigación debido a el factor investigado como lo es el compromiso de la asociatividad, ya que tiene una relación directa con las cooperativas y asociaciones que existen en la región Ica y permite relacionar o emular lo que se realiza en el marco internacional.

Montero (2017) en su paper sobre la asociatividad analizó las cadenas productivas para determinar una mejoría en la gestión de calidad.

Esta investigación utilizó un modelo cualitativo con variables independientes como la asociatividad, la confianza en la comunidad, el trabajo colectivo para el impulso de las exportaciones. Asimismo, tuvo como resultado que la asociatividad maneja dos elementos trascendentales como el compromiso y la confianza para impulsar una mejor gestión en el modelo exportador y que, a su vez, empodera todos los procesos empresariales o de producción para una mejor toma de decisiones de manera más participativa.

El aporte de esta investigación analizada es conocer a profundidad cómo en otros mercados, la asociatividad juega un papel importante tanto para la exportación de productos como para el incremento en la calidad de vida de los productores.

Asimismo, este antecedente ayuda a la presente investigación a demostrar que la asociatividad sí se relaciona positivamente con el desempeño de las exportaciones en el sector agro; por lo tanto, este factor debe ser analizado con respecto a la exportación de uvas en la región Ica para determinar si ocurre lo mismo.

Según Romano (2018) en su paper se enfocó en el desarrollo de las asociaciones en Ucrania y cómo estas generan un mejor desarrollo en el ámbito de las exportaciones. Asimismo, este paper desarrolló un método mixto en cuanto a la descripción general de su formación y financiamiento, la implementación de proyectos en cooperativas orgánicas en diferentes países brinda una base poderosa para formular recomendaciones sobre cómo evitar errores y elegir las mejores soluciones para cooperativas en Ucrania

Se tuvo como participantes a diversas empresas pequeñas y grandes para poder entrevistar y encuestar sobre la asociatividad y sus beneficios en las exportaciones.

Esta investigación obtuvo como resultado, un conjunto especial de recomendaciones. En particular, se indicaron las siguientes condiciones importantes para el éxito de la actividad de las cooperativas de agricultores orgánicos, como fidelidad a la idea de producir productos orgánicos; planificación del tiempo óptimo para la implementación del proyecto; la importancia de la formación en educación financiera y la necesidad de considerar las opiniones de todos los miembros de la cooperativa.

El aporte de esta investigación antes mencionada es poder conocer el éxito y la influencia que tiene la asociatividad en cuanto a las exportaciones de un producto basándose en cooperativas consolidadas en el mercado como en diversos países de la Unión Europea. Lo cual ayudará a la presente investigación a relacionar cómo se desarrolla el factor asociatividad en otros países con respecto al Perú y poder emular los aspectos positivos.

Jiménez (2019), en su paper titulado “Sinaloa: The Future Of Agricultural Smes Before The New Agricultural Policy” indexado en la plataforma ProQuest presenta a las PYMES agrícolas en el estado de Sinaloa, México, como tema de estudio en un escenario donde; a partir de sus características, se analizan los problemas que enfrenta la internacionalización.

El aporte de esta investigación analizada es entender los obstáculos que existen para el ingreso a los mercados externos y cómo la integración empresarial o asociación exportadora influyen en eliminar esos bloqueos u obstrucciones para la internacionalización.

Pérez y Galdeano (2015) en su paper indexado en la plataforma Web of Science desarrollan la evidencia sobre la cooperación de las empresas y cómo se relaciona con el desempeño de los proveedores.

En el paper analizado se observa una descripción detallada de la cadena de suministro de hortalizas de Europa y se utiliza una regresión jerárquica con un índice de intensidad de cooperación, moderado por las ventas minoristas y la concentración del mercado. Los autores prueban las hipótesis utilizando datos de panel sobre un conjunto de 118 empresas de comercialización hortícola en el sureste de España para el período 2009-2011.

En la investigación se concluye que las estrategias de cooperación sí tienen efectos positivos en las exportaciones mediante la creación de mercado, promoción, calidad, capacitación, compras conjuntas de suministros y proyectos de investigación.

Barrientos (2019) en su paper sobre la estrategia de integración del pequeño agricultor que está indexada en la plataforma Science Direct se enfocó en la evaluación de pequeños agricultores peruanos y cómo se integran para ingresar en el proceso de internacionalización. Este paper en su investigación cuantitativa, utilizó variables como: la integración de productores, el incremento de competitividad y la capacidad de producción para poder visualizar la influencia que tenía en la cadena de exportaciones.

Verter & Hasíková (2019) en su paper titulado “The performance of grape production in the Czech Republic” publicado en la revista *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis* se enfocó en la producción y exportación de uva en Chequia y compararlo con el desempeño del país y algunos de los principales países productores del mundo.

Esta investigación utilizó un método cuantitativo mediante variables independientes como la superficie cosechada, los rendimientos, el precio en la explotación y una variable dependiente que era la exportación de uvas y derivados como el vino. Asimismo, se concluyó que las exportaciones de uva y sus derivados como el vino de los países se han concentrado en unos pocos mercados dentro del mercado único de la UE debido a la calidad del producto.

El aporte de la investigación analizada facilita un mayor aprendizaje sobre la importancia de la calidad y la forma de cultivo para la exportación de un producto debido a una mayor competitividad y consolidación en mercados exteriores.

Pedreño y Ramirez (2021) en su paper titulado “Sobre el “espíritu” de la calidad y la nueva racionalización de la producción de frutas y uvas en la Región de Murcia” publicado en la *Revista Española de Sociología* analizó los sistemas de calidad que se han implantado en el campo de la fruticultura intensiva en la Región de Murcia.

La metodología utilizada en este paper es cualitativa ya que se utiliza y presenta la historia de vida de un empresario pionero de la exportación de fruta en el municipio de Abarán y; a su vez, se presentan los resultados de un amplio trabajo de campo de entrevistas en profundidad a técnicos de producción y de calidad de las empresas frutícolas.

Se concluyó que la calidad sí define el intercambio mercantil y es fundamental en el proceso de exportación porque para los países más desarrollados, la calidad del producto es un requisito indispensable para la permanencia en la actividad económica.

El aporte de esta investigación analizada es la de poder conocer la importancia de la calidad para las exportaciones en cuanto al punto de vista objetivo y cómo se relaciona estrechamente con la aceptación de un producto en mercados exteriores.

Triviño y Villena (2019) en su tesis titulada “La industria del maíz y su incidencia en la matriz productiva del Ecuador en el período 2013-2017” publicado en el repositorio de la Universidad Tecnológica ECOTEC, tuvo como objetivo principal analizar la industria del maíz en el Ecuador y su incidencia en la matriz productiva exportadora.

Asimismo, utilizó un modelo mixto y con tres tipos de investigación que son exploratorio, descriptivo y correlacional mediante análisis estadístico y con un modelo matemático de regresión lineal utilizando variables como exportaciones, producto interno y calidad del producto.

Las conclusiones de esta tesis estuvieron enfocadas en el logro de la diversificación de las exportaciones mediante el producto a base de maíz que estuvo asociado en un aumento de la producción nacional mediante la adición de un valor agregado al producto y su calidad.

Young, Choudhury y Gubler (2020) en su paper titulado “Brown spot in table grape Redglobe controlled in study with sulfur dioxide and temperature treatments” publicada en la revista California Agriculture y posicionada en la plataforma Scopus, analizó la calidad y las variables que dificultan los sistemas de exportación.

Asimismo, se analizaron mediante un método cuantitativo las variables independientes normas de certificación, calidad y tecnología con la variable dependiente de las exportaciones de uvas Redglobe obteniendo como resultado que el “Brown spot” durante el almacenamiento a largo plazo y la exportación de uvas de mesa Redglobe sí influye en las exportaciones e internacionalización del producto.

Esta investigación analizada contribuye con el plan de investigación en el factor calidad debido a diversos factores que obstaculizan en el sistema de producción de la uva y que inciden en una futura exportación del producto. Es por ello que se ejemplifica con datos estadísticos la importancia de una óptima cadena de valor para el proceso de internacionalización.

Alves, Gómez, Almeida y Gonçalves (2014) en su paper titulado “Impacto da Regulamentação SPS e TBT nas Exportações Brasileiras de Uva no Período de 1995 a 2009” publicado en la revista Revista de Economia e Sociologia Rural analizó los obstáculos del comercio internacional en el sector agrícola, así como en todo el sector

frutícola, con respecto a la imposición de varias medidas no arancelarias como sanitarias, fitosanitarias y técnicos.

Asimismo, se utilizó un modelo cuantitativo con un método gravitacional para medir la influencia de las variables como: normas de certificación, calidad y las medidas sanitarias, fitosanitarias y técnicas. En la investigación se pudo concluir que las medidas sanitarias y fitosanitarias, tienen una relación positiva con las exportaciones de uva, es decir, estas medidas ayudaron al comercio, Asimismo, los efectos de las medidas técnicas sobre las exportaciones fueron nulos.

Estas conclusiones ayudan a la presente tesis en el ámbito de calidad y capacitaciones para la capacidad gerencial de una empresa ya que se debe tener en cuenta aspectos que se piden y son competitivos en modelos internacionales como las medidas de sanidad y las mismas certificaciones que debe tener el producto para poder ingresar a mercados internacionales.

Valencia y Duana (2019) en su paper titulado “The competitiveness of grape trade in the international market and in the United States: the case of Mexico and Peru” analizó la competencia existente del comercio en los países antes mencionados y el desarrollo internacional.

En esta investigación se utilizó un modelo cuantitativo con un método de regresión lineal para poder determinar el nivel de influencia que tienen las variables de ventaja competitiva relativa con la cuota de exportaciones de uvas frescas en los mercados Perú y México para internacionalizarse y poder ingresar a Estado Unidos. Se obtuvo como resultado que en el Perú existe una mayor especialización; por lo tanto, esto implica que otros países competidores están perdiendo participación en el mercado. Asimismo, al existir una mayor diversidad de mercados internacionales para exportar, no existe una dependencia total de EEUU.

Esta investigación contribuye a la presente tesis en el factor de capacidad gerencial y calidad porque al existir una mayor especialización por parte de las empresas peruanas en cuanto al cultivo, el proceso de producción y certificación; también existe un aumento en la competitividad en mercados extranjeros. Lo cual conlleva a una óptima consolidación de las exportaciones de uvas.

Caiza (2016) en su tesis titulada “Factores que limitan la asociatividad del Programa Hilando el Desarrollo en la Economía Social y Solidaria” publicado en el repositorio de la Universidad de Ambato en Ecuador tuvo como principal objetivo

analizar la competitividad y asociatividad para la exportación de artesanía desde el mercado ecuatoriano.

El enfoque de la investigación fue cuantitativo y tuvo diversas modalidades como de observación, transversal y analítico para determinar y analizar la asociatividad y su influencia en las exportaciones. Asimismo, la unidad de investigación fueron los integrantes del Programa Hilando el Desarrollo que han participado en los últimos 3 años en la provincia de Tungurahua.

Se concluyó que cada asociación se basa en los conocimientos, experiencias y prácticas organizativas, productivas y comerciales, con el fin de prestar apoyo al gobierno. Asimismo, las asociaciones deben comprender y tener una óptima visión, estructura empresarial, jerarquía, cargos y responsabilidades gerenciales consolidadas. El aporte de la investigación analizada es poder determinar si el factor de asociatividad y el factor de capacidad gerencial son influyentes para la exportación.

Bissona y Tang Tong (2018) en su paper titulado “Investigating the competitive intelligence practices of Peruvian fresh grapes exporters” publicado en la revista *Journal of Intelligence Studies in Business* e indexado en la plataforma Scopus tuvo como principal objetivo, delinear la tipología conductual y operativa de la inteligencia competitiva en prácticas gerenciales.

Para esta investigación se utilizó un modelo con tipología conductual y operativa práctica aplicada a las PYME. Se analizaron variables como el comportamiento gerencial, la inteligencia competitiva, la ubicación de la empresa y su influencia en las exportaciones peruanas en el sector agro de uvas. La investigación concluyó que existen comportamientos positivos con respecto a la capacidad gerencial pero no se pueden aprovechar al máximo debido a la falta de sistemas tecnológicos, falta de conocimiento y dedicación en las estructuras organizacionales.

Finalmente, el aporte de la investigación analizada es conocer la importancia de cada factor que estuvo involucrado y poder determinar en un orden categórico, cuáles tienen una mayor influencia en las exportaciones. La investigación facilitó el resultado de la capacidad gerencial y la asociatividad a pesar de diversos obstáculos como falta de conocimiento y tecnología en el mercado peruano para complementar esta influencia.

Ho (2017) en su paper titulado “Three essays on food safety regulations and international trade of agricultural products” investigó las regulaciones de seguridad alimentaria y el comercio internacional de productos agrícolas.

Este artículo adopta un modelo de ecuación estructural (SEM) para estimar los efectos de liberalización comercial del empleo debido a varias ventajas econométricas mediante el análisis de las variables como las regulaciones de seguridad alimentaria, la exportación de hortalizas, las barreras fitosanitarias no arancelarias y la calidad del producto. Se tuvo como resultado del análisis que las regulaciones de seguridad alimentaria del país de origen y la calidad misma del producto se pueden considerar como un catalizador para aumentar competitividad en los mercados internacionales.

Este antecedente es útil para la presente investigación debido a los factores estudiados que facilitan e influyen una mayor cercanía con la internacionalización para las medianas y pequeñas empresas. Además, permite tener una visión general sobre lo importante que es para una empresa, la capacidad gerencial para obtener los certificados, permisos y un óptimo proceso de producción.

Sandman (2017), en su tesis titulada “City of Fresno Business Leaders’ Management Style versus China’s Business Leaders’ Management Style for Handling California’s Drought and its Impact on the Agricultural Industry” tuvo como objetivo principal realizar entrevistas exhaustivas con Fresno, los agricultores y los funcionarios del Distrito de Agua de Fresno para ayudar a comprender mejor el obstáculo de la sequía que está experimentando California y cómo afecta en la exportación del sector agrícola.

Esta tesis utilizó una metodología cuantitativa teniendo como variables a analizar: calidad, sistemas de producción, cultura de gestión, capacidad de gestión y las exportaciones del sector agrícola en el Estado de California.

Se entrevistó a un total de 40 participantes en este evento de Sequía de California, ya que se tuvo que realizar un estudio a tres diferentes sectores de la industria agrícola: Agricultores Departamento y Empleados del agua, representantes agrícolas y líderes locales para analizar su capacidad gerencial en el rubro agrícola. Es por ello que, se concluyó que el Estado de California necesita invertir más dinero en la tecnología y capacitaciones gerenciales para ayudar a mejorar la gestión en el sector agrícola.

Este antecedente ayuda al tema de estudio en cuanto a la forma de analizar la capacidad gerencial óptima que se debe tener por parte de todos los socios claves que conforman el área de exportación para obtener un mejor y mayor ingreso a mercados internacionales.

Dimitri (2019) en su tesis titulada “Correlational analysis – effectiveness and efficiency of customer relationship management for leadership development” e indexada en la plataforma ProQuest, tuvo como objetivo principal examinar las opiniones de los líderes minoristas y gerentes que cayeron bajo la clasificación generacional millennial con referencia a sus prácticas de liderazgo y cómo esas prácticas de liderazgo se relacionan con la eficacia y la eficiencia.

Se realizó una investigación de tipo cuantitativa que involucró el examen de las opiniones del liderazgo millennial, prácticas de los gerentes y líderes minoristas y la relación con la efectividad y eficiencia. Asimismo, se concluyó que los líderes deben estar orientados a mejorar la productividad, pero también a fomentar un enfoque transformacional donde la inspiración está complementada con la visión de los trabajadores.

Este antecedente ayuda a la presente tesis en confirmar que la capacidad gerencial y los diversos componentes como liderazgo, eficiencia y eficacia que son importantes para poder analizar la influencia de este factor en las exportaciones o el modelo de internacionalización para un sector.

J. Schaefer (2017) en su tesis titulada “Incoterms® Use in Buyer-Seller Relationships: A Mixed Methods Study analizó la importancia que tiene la comunicación en la colaboración gerencial; así como, la óptima comunicación entre compradores y vendedores y las transacciones de empresa a empresa. Se desarrolló una investigación mixta con diversas variables para determinar los factores más influyentes en las acciones de compra y bienes de empresas mediante la utilización de Incoterms para mercados internacionales. Se utilizaron variables como: liderazgo, colaboración gerencial y negociación.

La tesis tuvo como resultado que la negociación y comunicación de decisiones de gestión logística entre los compradores y vendedores de bienes son fundamentales para una gestión eficaz de la cadena de suministro. Este antecedente ayuda al tema de estudio en cuanto al factor de capacidad gerencial debido a la gran cantidad de aristas que existen para realizar de forma óptima una gestión de internacionalización para una empresa.

Sultan (2018) en su tesis titulada “Success Factors of Entrepreneurship in Emerging Rural Economies” analizó la situación financiera estrategias que incorporan los líderes de las pequeñas empresas para ayudar a asegurar el crecimiento de las pequeñas empresas.

Se realizó una investigación cualitativa mediante encuestas a diversos sectores y empresas con respecto a las estrategias que emplean para una óptima toma de decisiones gerencial en el sector agrícola. Se concluyó que la buena planificación financiera y los servicios comerciales que se comparten con los participantes del sector son debido a un conocimiento sólido y percepciones gerenciales hacia el éxito.

En segundo lugar, Xue Gao (2020) en su paper titulado “Examining export trade and corporate innovation: A multiphase difference-in-differences method” analizó la relación que existe entre la exportación de productos agrícolas y la capacidad de la empresa en cuanto a la innovación, infraestructura, tecnología y calidad del producto.

La presente investigación utilizó un modelo mixto multifásico ya que este estudio investiga la relación entre el comercio de exportación y la composición de la empresa que incluye la innovación tecnológica corporativa de sociedades cotizadas. Asimismo, revela que participar en el comercio de exportación aumenta entrada y salida de innovación, así como la experiencia del exportador.

El estudio de investigación utilizó variables independientes como: R&D intensity, Total number of workers, high-tech, location, experience, nature of ownership, entre otros. Asimismo, tuvo variables dependientes que reflejaban el nivel de exportación para poder descubrir cuál o cuáles de las variables independientes eran las que más influían en la exportación.

Finalmente, el aporte de la investigación analizada es conocer la importancia de cada factor que estuvo involucrado y poder determinar en un orden categórico, cuáles tienen una mayor influencia en las exportaciones. La investigación facilitó el resultado de la “nature of ownership” y el factor “quality”. Por lo tanto, esta investigación refleja la importancia de estos factores para la exportación de productos agrícolas, a pesar de tener un sistema consolidado para la internacionalización.

Villagómez (2021) en su tesis titulada “Uso de la inteligencia de negocios como herramienta para la exportación e internacionalización de las Pymes de banano en Ecuador” publicada en Keiser University, analizó el uso de los sistemas de inteligencia de negocios en las decisiones de exportación de las pymes, en la industria del banano en Ecuador.

La investigación se realizó desde un enfoque cuantitativo y tuvo una muestra constituida por 353 empresas que se enfocó en la recolección de datos en empleados y trabajadores tales como: personal de tiempo completo en varios niveles jerárquicos.

Asimismo, se diseñó una encuesta para la recopilación de datos, que estuvo configurada en la plataforma SurveyMonkey, con una participación individual a través de internet. La encuesta estuvo dirigida, por tratarse de pequeñas y medianas empresas, a los propietarios, gerentes y directivos, considerando que estas personas toman las decisiones de internacionalización.

La investigación tuvo como resultado la determinación del nivel académico de los directivos ya que se observó que ésta tiene una influencia directa en el uso e implementación de la inteligencia de negocios en las empresas. Así, el nivel académico de los gerentes y administradores, principalmente de las medianas empresas, que de acuerdo con el estudio un 36 % de los gerentes y administradores poseen título de tercer y cuarto nivel, es un factor que juega un papel importante en el uso e implementación de la inteligencia de negocios, para la internacionalización de las operaciones, mediante la exportación.

Este antecedente es útil para la presente investigación debido a los factores estudiados que facilitan e influye una mayor cercanía con la internacionalización para las medianas y pequeñas empresas. Además, permite tener una visión general sobre lo importante que es para una empresa, tener a alguien calificado ocupando un puesto importante dentro de la institución para una óptima toma de decisiones.

En cuarto lugar, Serrano (2017) en su tesis titulada “The agroecological movement as a development actor in Puerto Rico: A study on the role of short food production chains in the promotion of agroecology as an alternative model of local development” publicado en Faculty of the Graduate School of Arts and Sciences of Georgetown University, indexado a la Plataforma ProQuest, tuvo como objetivo principal el describir y analizar las capacidades que tiene el movimiento agroecológico para la promoción de un modelo alternativo de desarrollo local.

Como resultado de la investigación, se pudo observar que la experiencia de las cadenas productivas cortas de la agroecología en Puerto Rico enfrenta los mismos retos que otros países en cuanto al rezago en el acceso a los mercados. Asimismo, las dificultades de los canales de distribución y el rezago tecnológico por falta de acceso a capital para la inversión debido a la falta de capacitación y de una óptima toma de decisiones para la inversión, afectan e influyen de forma negativa con las exportaciones.

Lo que sucede en Puerto Rico es importante porque el acceso a los mercados internacionales engloba diversas aristas para el acceso o la consolidación, Por lo tanto,

se pudo observar que la experiencia de las cadenas productivas es primordial para no solo ingresar en un mercado internacional, sino para consolidarse y abarcar mayor terreno que mejore la competencia en ese sector.

Asimismo, la promoción de un modelo alternativo al desarrollo local se puede comparar con lo que sucede en la región Ica actualmente, ya que teniendo en cuenta que el producto mencionado en la presente investigación son las uvas frescas. Se debe tener en cuenta que la región Ica no es la única que desarrolla este producto; por lo tanto, también existe una competencia interna.

Esto demuestra que la empresa o asociación que se encuentre interesada en desempeñarse productivamente para poder competir internacionalmente, necesita de una base sólida en cuanto a volumen, experiencia y calidad de su producto para crecer en el extranjero.

Finalmente, este antecedente ayuda al tema de estudio en cuanto a la forma de remediar estas dificultades de internacionalización. Es por ello que se resumirán los antecedentes internacionales antes mencionados en un cuadro resumen.

Tabla 2. Antecedentes Internacionales

TITULO	AUTOR	FUENTE	OBJETIVO	VARIABLES	CONCLUSIONES	TIPO DE DOCUMENTO
Exporting firm's engagement with trade associations: Insights from Chile	José Brache & Christian Felzensztein	Science Direct	Este estudio tiene como objetivo, abordar los efectos del nivel de compromiso de la empresa con las asociaciones comerciales ubicadas en el mercado de exportación de la empresa sobre el desempeño de las exportaciones.	Exportaciones, Asociatividad, Necesidades del cliente	Los resultados muestran que un mayor compromiso con las asociaciones comerciales ubicadas en el mercado de exportación de la empresa tiene un efecto positivo en el desempeño de las exportaciones.	Paper de Investigación (2019)
Associativity and Productive Chain, important factors in the development of international trade. Transformation of borojo into a natural energizing drink	Celio Fabian Guayasamin Segovia & Gladis Alicia Montero Espinoza	Web of Science	Demostrar que la implementación de cadenas productivas impulsa las exportaciones y una mejor gestión en la calidad de vida de pobladores de La Ceiba.	Desarrollo económico Trabajo colectivo, Asociatividad, Enfoque participativo	La asociatividad surge como alternativa para lograr una exportación, mejorar sus ingresos y calidad de vida principalmente en los países de menor desarrollo económico	Paper de Investigación (2017)
Development Of Organic Farmers' Cooperatives: The Usa, The Eu, And Ukraine	Bezus Romano e Ihor Bilotkach	Web of Science	Analiza el desarrollo de cooperativas orgánicas en Ucrania basadas en la experiencia de cooperativas exitosas en Estados Unidos y la Unión Europea.	Cooperación entre agricultores Desempeño en las operaciones	La cooperación agrícola permite satisfacer la demanda a gran escala de un producto e incrementa el volumen de ventas, gracias a la promoción conjunta. La cooperación entre agricultores es una posible solución a las barreras que imposibilitan que un productor acceda a comercializar sus productos en mercados extranjeros.	Paper de Investigación (2018)

Sinaloa: The Future Of Agricultural Smes Before The New Agricultural Policy	Jaime Jiménez Santos	ProQuest	Analiza la situación de las PYMES agrícolas y el escenario donde, según sus características, enfrentan los problemas de internacionalización y la importancia de las acciones del gobierno ante estos.	Estrategias asociativas de las PYMES fomentadas por el Estado, Capacidad de internacionalización	Se presentan diversos obstáculos que restringen las posibilidades de las PYMES para su ingreso a los mercados externos. Apto Mediante la integración empresarial o asociación para la exportación, las PYMES pueden desarrollar estrategias que les permita aumentar su competitividad. La hace a Se pueden llevar a cabo los esquemas organizacionales denominados consorcios de exportación y operacionalizados en PYMES agrícolas para mejorar las capacidades de producción, innovación, experiencia, entre otros.	Paper de Investigación (2019)
Collaborative firms managing perishable products in a complex supply network: an empirical analysis of performance	Juan Carlos Pérez Mesa y Emilio Galdeano Gómez	Web of Science	Analiza cómo la cooperación se relaciona con el desempeño de los proveedores y estudia la es fundamental relación entre proveedores, para su supervivencia.	Gracias a la cooperación los proveedores se impulsan hacia una estrategia más rentable y competitiva, resultados positivos en el desempeño de la empresa.	La cooperación se relaciona con el desempeño de los proveedores, las empresas exportadoras constituyen una red de suministro compleja y compuesta por una variedad de agentes. Gracias a la cooperación los proveedores se impulsan hacia una estrategia más rentable y competitiva, resultados positivos en el desempeño de la empresa.	Paper de Investigación (2015)

Estrategia de integración del pequeño agricultor a la cadena de exportaciones	Pedro Barrientos Felipa	ScienceDirect	Evaluación de la situación de los pequeños agricultores peruanos y determinar las acciones necesarias para su integración a la cadena de exportaciones.	Integración de productores, Incremento de Competitividad y Capacidad de producción	La asociación les permitirá superar estas barreras, los productores tienen mejor relación con el conocimiento de las innovaciones y los cambios del mercado. La integración ayuda a mejorar la calidad de la producción, la obtención del valor agregado y hacerlos más competitivos.	Paper de Investigación (2019)
The performance of grape production in the Czech Republic	Nahanga Verter & Lea Hasíková	Scopus	Describir los factores que influyen de manera positiva y negativa en la exportación de uvas y productos derivados.	Integración de productores, Calidad de la uva, Capacidad de producción	La promoción de las exportaciones debe fomentarse y diversificarse más allá de los mercados de la UE. La calidad de la uva influye en la producción y en la cadena de exportación.	Paper de Investigación (2019)
Sobre el “espíritu” de la calidad y la nueva racionalización de la producción de frutas y uvas en la Región de Murcia	Andrés Pedreño Cánovas & Antonio J. Ramírez Melgarejo	Scopus	Analizar los sistemas de calidad que se han implantado en el campo de la fruticultura intensiva en la Región de Murcia.	Normas de certificación, Calidad de la uva, Sistema de calidad	La calidad no es un valor intrínseco al producto, sino que se define en el intercambio mercantil como una relación social de validez. Para el productor integrado en los intercambios de los mercados de exportación o cadenas globales, la calidad es una norma para la permanencia en la actividad económica	Paper de Investigación (2020)

La industria del maíz y su incidencia en la matriz productiva del Ecuador en el período 2013-2017	Triviño Veintimilla, Ana Belén & Villena Izurieta, Nadia Priscila	Universidad Tecnológica ECOTEC	Analizar la industria del maíz en el Ecuador y su incidencia en la matriz productiva exportadora.	Calidad, Matriz productiva, exportaciones, producción nacional	Con el aumento de la producción nacional se puede lograr la diversificación de las exportaciones mediante productos hechos a base de maíz, pero con un valor adicional agregado.	Tesis para optar Licenciatura (2019)
Brown spot in table grape Redglobe controlled in study with sulfur dioxide and temperature treatments	Cassandra A. Young, Robin A. Choudhury, W. Douglas Gubler	Scopus	Analizar la calidad y las variables que dificultan los sistemas de exportación.	Normas de certificación, Calidad de la uva, Tecnología	Los resultados de la investigación se enfocaron en la "Brown spot" durante el almacenamiento a largo plazo y la exportación de uvas de mesa Redglobe.	Paper de Investigación (2020)
Impacto da Regulamentação SPS e TBT nas Exportações Brasileiras de Uva no periodo de 1995 a 2009	Alves, Greigiano José , Gomes, Marília Fernandes Maciel, Almeida, Fernanda Maria , Gonçalves, Lílian Valeriano	Scopus	Analizar los obstáculos del comercio internacional en el sector agrícola, así como en todo el sector frutícola, con respecto a la imposición de varias medidas no arancelarias como sanitarias, fitosanitarios y técnicos.	Normas de certificación, Calidad, Medidas sanitarias, fitosanitarias y técnicas.	Se concluyó que las medidas sanitarias y fitosanitarias, tienen una relación positiva con las exportaciones de uva, es decir, estas medidas ayudaron al comercio, Asimismo, los efectos de las medidas técnicas sobre las exportaciones fueron nulos.	Paper de Investigación (2014)

The competitiveness of grape trade in the international market and in the United States: the case of Mexico and Peru	Valencia Sandoval, Karina Duana Avila, Danae	Web of Science	Analizar la competitividad del comercio de uva de México y Perú en el mercado internacional y, específicamente, a los Estados Unidos por tratarse de un mercado en franco crecimiento.	Cuotas de exportación, Índice de Ventaja Comparativa Revelada, Ventaja Comparativa de Exportaciones	Se concluyó que existe una mayor especialización, lo que implica que otros países competidores están perdiendo participación en el mercado; por lo tanto, se debe a que no existe una dependencia total de EEUU	Paper de Investigación (2019)
Factores que limitan la asociatividad del Programa Hilando el Desarrollo en la Economía Social y Solidaria	Caiza Rivera, Lilibeth Maricel	Universidad Técnica de Ambato	Analizar la competitividad y asociatividad para la exportación de artesanía desde el mercado ecuatoriano.	Asociatividad, Competitividad, Exportación, Estructura empresarial	Se concluyó que cada asociación se basa en los conocimientos, experiencias y prácticas organizativas, productivas y comerciales, con el fin de prestar apoyo al gobierno. Las asociaciones deben comprender y tener una óptima visión, estructura empresarial, jerarquía, cargos y responsabilidades gerenciales consolidadas.	Tesis para optar licenciatura (2016)
Investigating the competitive intelligence practices of Peruvian fresh grapes exporters	Bissona Christophe , Tang Tong, Maria Mercedes	Scopus	Delinear la tipología conductual y operativa de la inteligencia competitiva en prácticas gerenciales.	Comportamiento Gerencial, Inteligencia competitiva, Exportación de uvas, Tamaño de la empresa	Se concluyó que existen comportamientos positivos con respecto a la capacidad gerencial pero no se pueden aprovechar al máximo debido a la falta de sistemas tecnológicos, falta de conocimiento y dedicación en las estructuras organizacionales	Tesis para optar licenciatura (2018)

Three essays on food safety regulations and international trade of agricultural products	Jun Ho Seok	ProQuest	Investigar las regulaciones de seguridad alimentaria y el comercio internacional de productos agrícolas	Regulaciones de seguridad alimentaria, Exportación de hortalizas, Barreras fitosanitarias, no arancelarias, Calidad del producto	Las regulaciones de seguridad alimentaria del país de origen y la calidad misma del producto se pueden considerar como un catalizador para aumentar competitividad en los mercados internacionales.	Paper de Investigación (2017)
City of Fresno Business Leaders' Management Style versus China's Business Leaders' Management Style for Handling California's Drought and its Impact on the Agricultural Industry	SANDMAN, BRIAN R.	ProQuest	El propósito de este estudio de caso es realizar entrevistas exhaustivas con Fresno, los agricultores y los funcionarios del Distrito de Agua de Fresno para ayudar a comprender mejor el obstáculo de la sequía que está experimentando California y cómo afecta en la exportación	Calidad Sistemas de producción. Cultura de gestión Capacidad de gestión	Se concluyó que el Estado de California necesita invertir más dinero en la tecnología y capacitaciones gerenciales para ayudar a mejorar la gestión en el sector agrícola.	Paper de Investigación (2017)
Correlational analysis – effectiveness and efficiency of customer relationship management for leadership development	Dimitri Mouboukila-Poha	ProQuest	Examinar las opiniones de los líderes minoristas y gerentes que cayeron bajo la clasificación generacional millennial con referencia a su prácticas de liderazgo y cómo esas prácticas de liderazgo se relacionan con la eficacia y la eficiencia	Liderazgo Capacitaciones. CRM	Se concluyó que los líderes deben estar orientados a mejorar la productividad, pero también a fomentar un enfoque transformacional donde la inspiración está complementada con la visión de los trabajadores	Tesis para optar licenciatura (2019)

Incoterms® Use in Buyer-Seller Relationships: A Mixed Methods Study	J. Schaefer Thomas	ProQuest	Analizar la importancia que tiene la comunicación en la colaboración gerencial; así como, la óptima comunicación entre compradores y vendedores y las transacciones de empresa a empresa.	Liderazgo Colaboración gerencial CRM Negociación	La negociación y comunicación de decisiones de gestión logística entre los compradores y vendedores de bienes son fundamentales para una gestión eficaz de la cadena de suministro.	Tesis para optar maestría (2017)
Success Factors of Entrepreneurshi	Sultan Tahir Mehmood	ProQuest	Determinar la situación financiera estrategias que incorporan los líderes de las pequeñas empresas para ayudar a asegurar el crecimiento de las pequeñas empresas	Estrategia financiera Calidad del producto Visión estratégica gerencial	Se concluyó que la buena planificación financiera y los servicios comerciales que se comparten con los participantes del sector son debido a un conocimiento sólido y percepciones gerenciales hacia el éxito.	Tesis para optar maestría (2018)

Nota: Elaboración propia

1.1.2. Antecedes Nacionales

A continuación, se mencionan y analizan los antecedentes nacionales que permiten conocer el contexto de los factores de la presente tesis con respecto a la exportación de uvas frescas. De esta forma, esta investigación en conjunto con los antecedentes, contribuyen en la simplificación de la realidad problemática.

En primer lugar, según Reyes y Santana (2020) en su tesis titulada “Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014 – 2018” se utilizó un modelo de investigación mixto y tuvo como variables independientes a la calidad, capacitación y asociatividad; asimismo, tuvo como variable dependiente a la exportación de café.

Se concluyó que los factores sí guardan relación con las exportaciones de café especial, pues el nivel es significativo y correlacionado. Asimismo, esta investigación ayudó en la presente tesis en el tema de exportaciones de productos agrícolas y la relevancia de las variables como capacitación y asociatividad.

Por lo tanto, este antecedente ayuda a la presente investigación a identificar cómo factores como la calidad y la asociatividad son importantes para el sector agro, ya que el producto en investigación también pertenece a este sector y se ve directamente relacionado con los factores antes mencionados. Asimismo, se puede observar la relación entre las capacitaciones y la capacidad gerencial que se está investigando para determinar su relación con las otras variables.

Según Gutiérrez (2017) en su tesis sobre las Cooperativas cafetaleras, en esta tesis se utiliza un método cualitativo mediante entrevistas y personas calificadas con respecto al rubro cafetalero del sector. Los hallazgos de esta tesis se centran en el comportamiento y la toma de decisiones de las personas encargadas de la ampliación en el plano internacional con respecto al producto.

Este antecedente es importante para el tema de estudio debido al factor de capacidad gerencial y cómo se ve relacionado con la asociatividad y exportación de un producto hacia mercados internacionales. Además, ayuda a obtener un mayor conocimiento sobre los beneficios de las cooperativas para los pequeños agricultores y los obstáculos que existen en la creación de una asociación o cooperativa para el sector agro en el Perú.

Según Regalado (2018) en su tesis sobre la asociatividad evaluó el proceso y los beneficios de la utilización de un factor importante como la asociatividad en Rodríguez de Mendoza. En esta tesis, se realizó un método mixto y diseño no experimental ya que las variables independientes no fueron manipuladas y tuvo como población de estudio a 92 agricultores, de los cuales 10 pertenecen a la cooperativa de agricultores en Rodríguez de Mendoza y 82 productores independientes no asociados.

Este antecedente contribuye al tema de investigación porque se ejemplifica cómo la asociatividad permite que los agricultores y pequeñas empresas se puedan unir para formar un frente más fuerte en su proceso de internacionalización. Asimismo, al generar una asociación, no solo se ve un beneficio con respecto a las exportaciones de su producto, sino que mejora la calidad de vida.

Además, en la tesis de Montes (2018) sobre la asociatividad que tuvo como principal objetivo demostrar que la asociatividad es utilizada como una estrategia para ingresar a mercados extranjeros que es utilizada por productores del VRAEM.

Como resultado se obtuvo que la asociatividad permite que las cooperativas y agrupaciones generen un frente más sólido para poder obtener una mayor producción mediante la adquisición de una más amplia cantidad de recursos y facilidades para cumplir con los estándares internacionales, lo cual es más difícil de alcanzar de forma individual.

El aporte que se obtiene de esta investigación es el conocimiento de los estándares internacionales y la capacidad productiva para poder ser competitivos en mercados extranjeros y cómo la asociatividad es importante para que una empresa individual que no puede internacionalizarse, lo pueda hacer mediante la asociatividad.

Según Villegas y Yarlaqué (2018) en su tesis titulada “Factores que inciden en las exportaciones de jugo de maracuyá en la Región Lambayeque, periodo 2011-2016” tuvo como principal objetivo analizar factores para determinar cuáles son importantes para la exportación y; a su vez, cuáles podrían servir como guía para las empresas en la región Lambayeque con respecto al proceso de internacionalización.

El tipo de investigación fue no experimental y longitudinal. El diseño de la investigación fue descriptiva explicativa y el diseño de muestra fue constituido por las empresas exportadoras en la región Lambayeque.

Se concluyó que los factores externos que han incidido en las exportaciones de jugo de maracuyá del periodo 2011-2016 de las empresas analizadas han sido las competencias de cada empresa en cuanto a su capacidad gerencial y la calidad que se emplea en los sistemas de producción.

Este antecedente es importante para el tema de investigación debido a su enfoque de investigación ya que se realizaron encuestas y entrevistas que evidenciaron la importancia de la calidad de un producto y cómo las empresas deben estar capacitadas y formadas para poder tener un mayor impacto internacional. Es por ello que, este antecedente tiene una relevancia directa con la presente investigación debido a la similitud de factores que analizaron y las conclusiones que se pueden obtener y emular en otras regiones como Ica.

Según Carpio y Sandoval (2017) en su tesis titulada “TLC Perú-China: un análisis de los factores no arancelarios que afectaron las exportaciones de uvas frescas a China durante los años 2009 y 2016” analizó el proceso en el que se desarrollan las exportaciones de uvas frescas al país asiático China.

Asimismo, la presente tesis ha realizado una investigación exploratoria basada en el conocimiento general de los factores y las variables tanto dependientes como independientes.

Se concluyó que los requisitos fitosanitarios existente son indispensables para el ingreso de productos a mercados exteriores. Es por ello que el Gobierno peruano realiza capacitaciones a empresas para que las uvas frescas peruanas ingresen sin problemas al mercado chino.

Este antecedente es importante para el tema de investigación porque se debe tener en cuenta que algunos factores que están relacionado con la capacidad gerencial como las capacitaciones o certificaciones sanitarias, sí influyen para la exportación de un producto y su ingreso a un mercado extranjero.

Tabla 3: Antecedentes *Nacionales*

TITULO	AUTOR	FUENTE	OBJETIVO	VARIABLES	CONCLUSIONES	TIPO DE DOCUMENTO
Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014 – 2018	Carlos Víctor Reyes Tigre & Godofredo Martín Santana Cárdenas	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Analizar los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial Chanchamayo, Junín - Perú en el periodo 2014 - 2018.	Calidad Capacitaciones Asociatividad Exportaciones	Se concluyó que los factores guardan relación con las exportaciones de café especial, pues es nivel es significativo y correlacionado	Tesis para optar la Licenciatura (2019)
Análisis de los factores que dificultan la asociatividad en las Cooperativas Agrarias Cafetaleras del distrito de Perené provincia de Chanchamayo y el impacto en su gestión empresarial sostenible	Erika Karina Canchari Mendoza, Manolo Félix Carhuanchin Romaní	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Analizar los factores que dificultan la asociatividad en las cooperativas agrarias cafetaleras (CAC) del distrito de Perené provincia de Chanchamayo y el impacto en su gestión empresarial sostenible	Supervisión Alineamiento entre los objetivos de los socios Asociatividad	Concluimos que uno de los factores que dificultan al modelo de negocios cooperativo es el comportamiento oportunista de los socios	Tesis para optar Licenciatura (2017)

Asociatividad de productores rurales de café orgánico en la provincia de Rodríguez de Mendoza para la exportación	Carlos Alexander Regalado Diaz	Universidad César Vallejo	Evaluar como la asociatividad de productores rurales de café en Rodríguez de Mendoza permitirán la exportación directa de café.	Asociatividad Exportación	La asociatividad de los agricultores de café en Rodríguez de Mendoza será sostenible solamente si la demanda específica del mercado al que se orienta cuenta con precios atractivos que retribuyan la inversión y gestiones realizadas, optimando su nivel de ingreso y por ende la calidad de vida que llevan.	Tesis para optar Licenciatura (2018)
La asociatividad en los productores cacaoeros del VRAEM como estrategia de internacionalización	Ruth Katherine Montes Gálvez	Universidad de Ayacucho Federico Froebel	Demostrar que la asociatividad es la estrategia de internacionalización idónea para los productores cacaoeros del VRAEM.	Perfil productor agrícola VRAEM Estrategias de internacionalización Asociatividad Internacionalización	Se concluyó que la asociatividad es la única estrategia de internacionalización que se adecua al perfil del productor cacaoero del VRAEM, en la medida que permite la agrupación de los medios de producción posibilitando contar con los recursos necesarios para la adaptación de los productos a los estándares internacionales y la capacidad productiva suficiente para lograr la internacionalización, lo que es imposible de alcanzar a nivel individual, dado que el productor cacaoero del VRAEM no cuenta con los recursos adecuados.	Tesis para optar Licenciatura (2018)

Factores que inciden en las exportaciones de jugo de maracuyá en la Región Lambayeque, periodo 2011-2016	Villegas Chero, Rober Alfredo & Yarlaqué Cajusol, Leysi Verónica	Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo	Determinar cuáles son los factores de mayor incidencia en las exportaciones de jugo de Maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011 – 2016.	Factores de exportación: Exportaciones	Los factores externos que han incidido en las exportaciones de jugo de maracuyá del periodo 2011-2016 de las empresas analizadas han sido las características del sector a nivel local pues se apreció evidencia de una evolución de exportaciones fuertemente concentrada en Quicornac SAC y es la que tiene una tendencia más afín con la oferta peruana.	Tesis para optar Licenciatura (2018)
TLC Perú-China: un análisis de los factores no arancelarios que afectaron las exportaciones de uvas frescas a China durante los años 2009 y 2016	Carpio Gomez, Martha Olga & Sandoval Zegarra, Fernando Daniel	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Analizar la causa de la tendencia negativa en el dinamismo de las exportaciones de uvas frescas a China, luego de alcanzado un arancel de 0%	Factores no arancelarios: Fluctuación del dinamismo de las exportaciones de uvas, Exportaciones peruanas de uvas	Los requisitos fitosanitarios son indispensables para el ingreso de productos a mercados exteriores. Es por ello que el Gobierno peruano realiza capacitaciones a empresas para que las uvas frescas peruanas ingresen sin problemas al mercado chino.	Tesis para optar Licenciatura (2017)

Experiencia y capacidad gerencial en el cuadro directivo y su influencia en las exportaciones de uva fresca peruana 2001 - 2016	Aguilar Rojas, Katterine & Cachuan Torres, Yashira	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Determinar si la experiencia y las capacidades gerenciales del cuadro directivo de las empresas exportadoras tienen un efecto positivo en las exportaciones de la uva fresca peruana durante el periodo 2001- 2016.	Formación académica del cuadro directivo Capacitación del cuadro directivo, Manejo de idiomas, Experiencia, Exportaciones de uvas	Se concluyó que la experiencia y la capacidad gerencial del cuadro directivo, influyen de manera positiva en las exportaciones de la uva fresca peruana durante el periodo 2001-2016.	Tesis para optar Licenciatura (2017)
Planeamiento Estratégico para la Uva Fresca	Iván Montesinos Jiménez & Manuel Flores Izquierdo	Pontificia Universidad Católica del Perú	Desarrollar un Planeamiento Estratégico del Sector Agroindustrial de la Uva Fresca en el Perú, mediante la identificación de los principales factores de eficiencia en su producción y exportación a través de estrategias.	Asociatividad Exportación Eficiencia Calidad	La asociatividad es una oportunidad para la exportación en la región Ica mediante clústers.	Tesis para obtener el grado de Magíster (2017)
La eficiencia del mercado de bienes en la competitividad global y las exportaciones de uva fresca del 2011 al 2017	Cuadros Reyes, Ilvia Daret	Universidad César Vallejo	Determinar la relación entre el pilar eficiencia del mercado de bienes en el Índice de Competitividad Global y el volumen de exportaciones de uva fresca a nivel internacional del 2011 al 2017	Asociatividad Exportación Competitividad Experiencia en el mercado.	La asociatividad es una oportunidad para la exportación en la región Ica mediante clústers. La competencia local existente y los costos de las políticas agrícolas para poder asociarse son factores que influyen directamente con el proceso de internacionalización de una empresa.	Tesis para optar la Licenciatura (2018)

Nota: Elaboración propia

1.2.Marco Conceptual

En este punto se definen los principales conceptos que abarca la presente investigación, las cuales son un soporte fundamental para el entendimiento del presente estudio.

- **Capacidad Gerencial:** La capacidad gerencial es definida como la facultad de una buena toma de decisiones para decidir y concretar un objetivo a corto o largo plazo en la organización para mejorar en la internacionalización empresarial (Miranda-Tortoló, 2016). Según Cardona (2006), la capacidad gerencial es la capacidad para dirigir personas logrando buenos resultados, creando estabilidad organizativa y cambio y mejora. Lopez (2018) señala a la capacidad gerencial como la habilidad para utilizar de forma efectiva los conocimientos, técnica y los atributos mentales propios, o se dice que es la destreza, la precisión, la iniciativa e ingenio del gerente o los gerentes directivos, con el fin de alcanzar el objetivo propuesto y los objetivos que se ha plasmado la organización.
- **Asociatividad:** La asociatividad es un mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas, cada empresa decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común (MINCETUR, 2008). La asociatividad de empresas o personas como agricultores se definen como la estrategia para competir o enfrentar los mercados globalizados y la creciente competencia entre empresas del país y el exterior (UNCTAD, 2018).
- **Cooperativa:** La cooperativa de empresas es la manera de obrar de forma conjunta con otro organismo con un mismo fin, según la Agencia Peruana de Cooperación Internacional – APCI (2015). MINCETUR (2008) señala a las cooperativas como un conjunto de empresas que comparten información y procesos, sin renunciar a funcionar de manera independiente. No existe una relación de subordinación. Mantienen distintos vínculos cooperativos para realizar acciones conjuntas coordinadas.
- **Calidad:** Según MINAGRI, la calidad es el conjunto de propiedades y características de un bien o un servicio que satisfacen las necesidades

de los usuarios o consumidores. La calidad para una empresa exportadora es una opción estratégica a corto y largo plazo que le proporciona a la institución de la organización una ventaja competitiva frente al modelo de internacionalización (Alcalde, 2007).

- **Exportaciones:** Las exportaciones de un producto agropecuario es una modalidad de los negocios internacionales que facilita el proceso de internacionalización de mercancías nacionales o nacionalizadas. (SUNAT, 2019).
- **Internacionalización:** El proceso de internacionalización es un mecanismo de compromiso incremental de aprendizaje basado en la acumulación de experiencia y fallo-error de decisiones para una consolidación en el comercio exterior (Cabral, 2017). Según Quiroa (2019), la internacionalización permite el acceso a otros mercados, lo que hace posible el crecimiento económico e intensifica el proceso del intercambio de cualquier tipo de bien entre los diferentes países.
- **Medidas sanitarias:** Las medidas sanitarias y fitosanitarias son medidas aplicadas por el Gobierno que tienen con objetivo el proteger la vida y salud de las personas, salud y vida de los animales, preservación de vegetales de los riesgos resultantes de la entrada o propagación de plagas (OMC, 2020). Según la FAO, unos de los factores clave de éxito son las medidas sanitarias, y se debe cumplir con un control efectivo, mediante un sistema de vigilancia y control de alimentos.
- **Desempeño exportador:** Se define como desempeño al rendimiento de una actividad específica. En cuanto al desempeño exportador, es el alcance que se obtiene al utilizar todos los recursos necesarios para poder acceder a nuevos mercados y desarrollar de forma adecuada el proceso de internacionalización (Rubio & Málaga, 2018).
- **Capacitaciones:** Las capacitaciones se dan como estrategia para lograr los objetivos de una empresa, estas fortalecen la calidad de los servicios que se brindan y sirve de estímulo para un buen rendimiento y trayectoria de los trabajadores, atribuyendo nuevos conocimientos (MEF, 2020). El INTAGRI (Instituto para la Innovación Tecnológica

en Agricultura) señala que la agricultura está condicionada por el ambiente en el que se desarrolla debido a las técnicas y procedimientos que varían según la zona y clima. Por ello existe la premisa de “Producir más y mejor con el menor recurso natural y económico posible”.

- **Competitividad:** La competitividad internacional, se refiere a la capacidad de las empresas para lograr un mejor rendimiento ante sus competidores en mercados extranjeros y así diferenciarse de manera positiva (Serrano, 2013). Es importante señalar que la competitividad es considerada como un factor diferenciador para el éxito en los negocios internacionales.

1.3. Bases Teóricas

Según Criado (1999), se entiende por internacionalización de carácter empresarial, toda operación que facilite un vínculo directo o indirecta entre la empresa y los mercados internacionales. Asimismo, Barber (2002) indica que, el proceso de internacionalización tiene diversos pasos y una cadena de procedimientos para que las empresas pueden categorizarse según su actitud frente a la exportación

De acuerdo con lo expuesto, a continuación, se explica el proceso de internacionalización y se detallan los conceptos y teorías que se encuentran relacionadas y que permiten determinar los factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas en la región Ica en el periodo 2016-2020.

1.3.1. Teorías de Internacionalización

Actualmente, existen diferentes conceptos de internacionalización. Desde el simple ingreso de las empresas en la economía global hasta el proceso que implica el desarrollo de capacidades por parte de unidades productivas. Cuando se hace referencia a pequeñas y medianas empresas, no se puede considerar un único esfuerzo de exportación o internacionalización (Welch y Loustarinen ,1988).

Según Cardozo (2007), la teoría clásica del comercio internacional es el origen de la internacionalización ya que indica que la especialización es la forma regular para empezar a ingresar en el sector exportador, ya que con la división de trabajo y la

especialización se genera un menor costo de producción y; por lo tanto, permite generar una mayor rentabilidad en las exportaciones.

Asimismo, Zazo (2000) indica que, para obtener un óptimo proceso de internacionalización con un producto agrícola, se debe tener un control sobre las variables y factores que facilitan el proceso mediante una generación de economías de escala o la contratación en el mercado.

La teoría de internacionalización, según Daniels (2010), en su libro “Negocios Internacionales: Ambientes y Operaciones” indica que las empresas siguen un proceso de internacionalización de acuerdo a cuatro factores según las estrategias utilizadas en su proceso de expansión:

- A. Modo de operaciones.
- B. Grado de semejanza entre el país de origen y el país anfitrión.
- C. Número de países extranjeros en los que la empresa hace negocios.
- D. Manejo interno o externo de las operaciones en el exterior.

El proceso de internacionalización es considerado un mecanismo de compromiso incremental de aprendizaje, basado en la acumulación de conocimientos que brindan un aprendizaje en base a experiencias y experimentos; y también en el incremento de recursos comprometidos en los mercados exteriores.

Estas teorías soportan el ideal de cómo, cuándo y por qué diversas empresas estrictamente nacionales tienden a convertirse en empresas internacionales, lo que conforma un grado más alto de internacionalización (Dalgic, 2004).

Finalmente, la internacionalización sirve para ampliar las posibilidades de desarrollo empresariales; sin embargo, la inexperiencia en el sector o el desconocimiento de los requerimientos legales en otros países podría dificultar el proceso de internacionalización (Botero, 2014).

1.3.1.1. Modelo Uppsala

Según Chiavegatti (2011) el modelo Uppsala, es un enfoque de la perspectiva del proceso de internacionalización que ayuda a que una empresa, a través de un proceso gradual, pueda llegar y consolidarse en mercados exteriores.

Asimismo, según Dal-Soto (2014) el modelo Uppsala contiene etapas progresivas para que una empresa ejecute el modelo de internacionalización, ya que

primero se debe empezar realizando actividades esporádicas o no regulares de exportación como un inicio en el trayecto de internacionalización. Luego, se deben realizar exportaciones a través de representantes independientes que conlleven en el mediano plazo al establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero.

A partir de la observación del proceso de internacionalización de cuatro empresas suecas, Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) identificaron que estas empresas se internacionalizaron con inversiones y poco a poco tendieron a aumentar su presencia primero y luego, las empresas realizaron ventas directas en el extranjero.

Lo anteriormente mencionado explica que los aspectos estáticos afectan directamente las decisiones sobre el compromiso de los recursos para con los mercados extranjeros y la forma en que se realizan las actividades actuales, así como también estos mismos se ven afectados por las actividades comerciales actuales y las decisiones de compromiso. En otras palabras, los cuatro elementos son interdependientes para llevar a cabo una internacionalización exitosa (Johanson y Vahlne, 1990).

Dentro de los distintos modelos o enfoques de internacionalización destaca el modelo Gradual o Uppsala. Dicho enfoque es uno de los más aceptados, ya que explica las fases de la internacionalización de las nuevas empresas o de menor tamaño. Los autores Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) y Johanson y Vahlne (1977), analizaron el comportamiento de empresas al aplicar a la internacionalización y reconocieron que la ausencia de recursos y conocimientos de estas sobre los mercados extranjeros, genera incertidumbre. Por ello, según Rialp (1999) dicho modelo explica la internacionalización como un modelo gradual que desarrollan las empresas en distintas fases durante un periodo determinado, con el fin de crecer en los mercados exteriores.

Los autores concuerdan en que los aportes de mayor relevancia del Modelo Uppsala el conocimiento del entorno internacional, el aprendizaje y la percepción sobre los mercados. Así como también, los posibles obstáculos que pueden impedir una internacionalización exitosa. Este proceso se da mediante distintas fases que se detallarán a continuación:

Como primera etapa, se realizan actividades esporádicas o no regulares de exportación. El proceso se realiza con escasa información o conocimiento del mercado de destino. La finalidad de esta fase es la adquisición de conocimientos sobre el mercado. La segunda fase son las exportaciones por medio de representantes

independientes o agentes comercializadores, mediante los cuales se obtiene información del mercado. Esta fase es relevante ya que las empresas, poco a poco, acceden a un mayor conocimiento e información del mercado.

Una vez que se obtenga más experiencia en el proceso de exportación y más control sobre las ventas, se da la tercera fase. Se obtiene mayor presencia comercial y la empresa tiene una visión internacional más amplia, analizando costos y beneficios del mercado. Su objetivo es saber el comportamiento del mercado, estableciendo diferencias con los distintos competidores.

La última fase es la estructuración de unidades productivas en el país extranjero, es decir, que la empresa realiza una inversión colocando plantas de producción en el mercado externo, lo cual ayudará a controlar las ventas, producción y obtiene conocimiento de una forma directa del mercado y del comportamiento de los consumidores con respecto al producto.

Las capacidades o habilidades gerenciales se relacionan con el modelo Uppsala. Dicho factor es uno de los más condicionantes en la expansión de las exportaciones, ya que describe el tipo de visión, el interés por aprender nuevos conocimientos que desarrollen la toma de decisiones por parte de los directivos por contar con una estrategia de exportación. Cabe señalar, que sin una verdadera visión estratégica, la internacionalización sería un proceso complicado y muy engorroso (Villavicencio,2006).

Los emprendedores, directivos, o ejecutivos con creatividad y determinación por aprender y desarrollar sus capacidades gerenciales, son los que serán capaces de iniciar nuevas actividades empresariales e incursionarán en nuevos negocios a nivel internacional. El hecho de no disponer de dichas habilidades, podría destinar a las empresas a mantenerse en los mercados locales de forma permanente. Por ello, es importante la comprensión de las prácticas comerciales a nivel internacional y tener interés en desarrollar y conocer paso a paso los procesos de exportación (Villavicencio, 2006).

1.3.1.2.Enfoque de Redes Internacionales

El enfoque de redes está considerado como uno de los modelos no tradicionales de internacionalización. Dicho enfoque le da relevancia a las redes interorganizaciones e interorganizaciones, con el objetivo de tener un proceso

exitoso de internacionalización (Ruzzier, 2006). Por su parte, Pla y León (1997) señalan que las empresas multinacionales se rigen por un amplio conjunto de interacciones, las cuales son fundamentales para plantear sus estrategias. Todo el proceso de relaciones comerciales, informativas y sociales, se conectan con los distintos miembros de un mismo sistema o sector industrial, lo que definen como red o network.

Por otro lado, Coviello y Munro (1997) señalan como las pymes seleccionan el mercado y modo de entrada por medio del establecimiento de redes durante el proceso de externalización de sus actividades. Además, afirman que la internacionalización está influenciada por diferentes tipos de relaciones las cuales se desarrollan en las redes. Para formar relaciones financieras, tecnológicas y de mercado con otros miembros pertenecientes a las redes, las empresas deben extender sus conexiones con otras empresas.

El enfoque de redes ayuda a facilitar las actividades del desarrollo del producto y la diversificación del mercado. Las relaciones de red existentes, así como las formas para establecer nuevas relaciones de red, deberían considerarse como una capacidad competitiva clave. De acuerdo a Johanson y Watson (1993) el proceso de internacionalización de las empresas se da a partir de la intersección de las ventajas competitivas de estas y las ventajas competitivas de las redes que conforman.

La asociatividad se relaciona con el enfoque de redes, debido a que dicho factor es el medio para enlazar a los productores no organizados y a las pequeñas y medianas empresas al acceso a nuevos mercados con ventajas empresariales, tecnológicas y con la oportunidad de generar mejores ingresos. Es por ello que una de las tareas más importantes es iniciar políticas de desarrollo agrario que promuevan la asociatividad para generar economías de escala, mejorar la productividad de la tierra, contribuir a mayor disponibilidad de alimentos o materias primas agrícolas de buena calidad y favorecer a un funcionamiento más competitivo de los mercados que mejore las condiciones y retos propios del sector (MINAGRI,2014).

1.3.1.3. Modelo de Innovación

El modelo de innovación es considerado un modelo tradicional, el cual señala que la internacionalización se da como resultado de una serie de innovaciones de gestión dentro de las empresas. Según el Manual Frascati, la innovación se define

como “la transformación de una idea en un producto vendible, nuevo o mejorado, en un proceso operativo en la industria y en el comercio o en un nuevo método de servicio social”. Según Porter, a través de la innovación, las empresas desarrollan una ventaja competitiva, teniendo en cuenta el aprendizaje, esto les permite competir en mercados globales de forma exitosa.

Bilkey y Tesar (1977), señalan que el tamaño de la empresa no es de importancia para el comportamiento exportador, ya que se toma en cuenta la calidad y el dinamismo de los procesos productivos. La autora Annick Lecer, sostiene que, en las Pymes, la capacidad de innovación está asociada a los recursos disponibles. Es por ello, que estos recursos permiten aumentar la capacidad de inversión y la exportación facilita el acceso a nuevas redes de negocio.

Según Cavusgil (1980), existen diferentes etapas en el Método de Innovación, las cuales de dividen en:

- Comercialización local: La empresa solo vende en el mercado local.
- Etapa de pre-exportación: La empresa busca información y evalúa la factibilidad de emprender exportaciones.
- Participación experimental: La empresa comienza a exportar sobre una base limitada a algunos países cercanos psicológicamente.
- Participación activa: Exportación a nuevos países, exportación directa, aumento en el volumen de ventas.
- Participación comprometida: Los directivos constantemente hacen elecciones en la disposición de los recursos limitados entre los mercados locales y extranjeros.

El enfoque de innovación se relaciona con el factor de calidad. Según el INIA-Minagri, la innovación agraria es la mayor herramienta que tiene el Perú, para superar los retos a nivel nacional, regional y mundial del sistema agroalimentario. El potencial agroexportador, posee en la innovación agraria un medio para potenciar la calidad, competitividad y oportunidad de las diferentes cadenas productivas.

Asimismo, el MINAGRI junto con el Banco Mundial, han desarrollado 600 proyectos de investigación, de los cuales 376 están relacionados a consolidar la calidad

de los cultivos con enfoque en la agro exportación. Otras de las medidas para impulsar el desarrollo de la innovación agraria son: actualizar la legislación en materia de semillas, plántones y reproductores de calidad junto con la normatividad internacional, reforzar las capacidades técnicas y operativas para la certificación de producción del comercio de productos agrarios.

1.3.2. Modalidades de Exportación

Teniendo en cuenta que la modalidad de negocios internacionales son transacciones entre mercados extranjeros, existen diferentes modalidades de negocios internacionales, las cuales promueven el crecimiento económico, la inversión local y extranjera, aumenta la competitividad entre las empresas, aumenta la cantidad y calidad de los productos en el mercado, genera nuevos puestos de trabajo, fomenta el intercambio cultural y difunde la innovación tecnológica.

Dentro de las modalidades de negocios internacionales se encuentra: la importación de bienes y servicios, que es el ingreso de mercancías desde el exterior al territorio aduanero. También encontramos la inversión extranjera directa, que es la colocación de capital de una empresa determinada en un mercado extranjero, dentro de ésta, se encuentran las licencias, franquicias y contrato llave en mano. También los Joint Ventures se definen como una asociación estratégica entre dos o más empresas, cuyo objetivo o fin es apoyarse entre ellas para lograr una meta en común.

Por último, la exportación es un régimen aduanero que permite sacar del territorio mercancías nacionales o nacionalizadas para consumo en el exterior, éstas no generan tributo alguno (SUNAT, 2019). Dicha modalidad es la que se analizará en la presente investigación, tomando como referencia la exportación de uvas frescas.

Según un boletín del MINAGRI “Análisis económico de la producción nacional de uvas frescas” El proceso internacional de las uvas han crecido favorablemente en valor FOB pasando de 25,9 mil toneladas en el 2007 a 285,6 mil toneladas en el 2016.

1.3.2.1. Factores de Exportación

Las empresas exportadoras se enfrentan a entornos muy dinámicos e inciertos, por ello es imprescindible, para el desarrollo de ventajas competitivas, la habilidad de adaptarse y aprender a las situaciones que puedan presentarse en el entorno. Adquirir

nuevos conocimientos es una forma de ser activo en el entorno, no solo basta con coleccionar y analizar la información (Forsgren ,2000; citado por Sandoval, 2018).

El presente trabajo de investigación está orientado a analizar los factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región de Ica. Entre los factores a presentar se encuentran: la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad.

1.3.2.1.1. Capacidad Gerencial

Según las nuevas exigencias y tendencias globales, las habilidades y capacidades del área gerencial han cambiado, para poder llegar a niveles más altos de competitividad, las organizaciones necesitan líderes más aptos, y en un mercado cada vez más dinámico, tienen la necesidad de ser más ágiles e innovadoras. Es por ello, que las personas que dirigen y forman parte de las empresas deben contar con habilidades gerenciales idóneas para crear un mayor valor y competitividad, especialmente en un ambiente donde las habilidades directivas son cada vez más limitadas (Aparicio & Medina, 2015).

Actualmente, cualquier nivel gerencial se enfoca en que las personas o individuos que forman parte del entorno de su organización, posean la capacidad de integrar sus habilidades y conocimientos a los distintos procesos que se desarrollan en la empresa a la que pertenecen. De esta manera, se desea descubrir sus capacidades, las cuales las guiarán al logro y al cumplimiento exitoso de los objetivos organizacionales (Aparicio & Medina, 2015).

Según el artículo “La capacidad gerencial del sector empresarial agropecuario en Cuba. Situación actual y brechas de formación”, se señala que los productores y empresarios, identifican algunas necesidades al interior de cada organización como por ejemplo la necesidad de contar con recursos, infraestructura técnica, y movilidad para desarrollar su actividad económica, seguido de una capacitación constante para adaptarse a los cambios del mercado y a los nuevos modelos de negocio. Además, también se ven en la necesidad de desarrollar nuevas formas para la gestión de talento humano y capacitación técnica. (Miranda, Ortega, Machado & Sardiñas, 2016).

Según el artículo “El sistema de gestión de la calidad como aporte para el desarrollo de habilidades y capacidad gerencial en las Pymes de Bogotá” se afirma que las empresas se interesan más por responder a las auditorias de seguimiento y

certificaciones que les brindan reconocimiento, que a fortalecer sus procedimientos de gerencia con el fin de ser parte de una renovada gestión. Por ello, es necesario que las empresas se centren en construir un sistema de gestión de calidad, basándose en las capacidades de los gerentes para una mejor actividad futura dentro del sector al que pertenecen (Tejada, 2009).

Por lo antes mencionado, se tiene como indicadores del factor de capacidad gerencial a la experiencia en el sector y las capacitaciones, las cuales están motivadas por el aprendizaje colaborativo, favorecen la creatividad y mejoran las habilidades para enfrentar posibles dificultades que se puedan enfrentar en el día a día. Mediante esto, los empleados ofrecen soluciones y resuelven conflictos, gracias a la toma de decisiones y las formas innovadoras de responder al entorno, lo cual determina el éxito de la empresa. Es por dichas razones que los directivos estén preparados para el cambio, tanto a nivel de mercados como de productos y a la tecnología, así como también a los estilos de dirección o gestión que posee la empresa (Villena, 2016).

El proceso de exportación se basa en la comercialización de productos en mercados internacionales. En dicho proceso existen algunas dificultades como los trámites aduaneros, formas y medios de pago, legislación e idiomas, entre otras (Villena, 2016). Es necesario resaltar que, si la empresa no cuenta con conocimientos de exportación o del sector, o con las capacitaciones necesarias, el proceso de internacionalización será difícil de realizar.

1.3.2.1.2. Asociatividad

La asociatividad, se plantea como una estrategia para hacer frente a los mercados globalizados y la alta competencia entre empresas de los distintos países. Por ello, se buscan socios con valores y habilidades semejantes y que se complementen, con el fin de beneficiarse, generando relaciones comerciales en el tiempo, compartiendo riesgos y reduciendo costos.

Para las Pymes es complicado actuar de forma individual, debido a su tamaño y dificultades operativas, lo cual no les permite llegar a resultados exitosos. Es por ello, que la asociación surge como un mecanismo de cooperación para hacer frente a dichos problemas que surgen en el proceso de globalización, afrontando amenazas y aprovechando oportunidades que se presenten. La asociatividad surge como un modelo que busca crear valor, mediante la solución y vencimiento de obstáculos, que se dan

por la falta de escala, ya sea por el tamaño de la empresa, la falta de nuevas tecnologías, la entrada a nuevos mercados, entre otros (Liendo & Martinez, 2001).

Según Vania Salas (2015) en su investigación “La asociatividad como motor de la agricultura” Uno de los principales problemas del sector agropecuario peruano es el escaso desarrollo comercial de los pequeños y medianos productores. Por este motivo, señala que el reto del Estado es incrementar los niveles de asociatividad que promuevan el desarrollo empresarial en el sector para, de esta manera, aprovechar las nuevas oportunidades de agronegocios.

Por lo mencionado anteriormente, se tiene como indicadores del factor de asociatividad a la cantidad de socios, la viabilidad y la promoción de la asociatividad. Con respecto a la cantidad de socios, es importante señalar que, al agrupar un gran volumen de asociados, se contará con un volumen relevante de exportación, además de la ayuda que se desarrollará entre los miembros de una misma asociación o cooperativa, ya que buscarán cumplir con metas y objetivos en común. (Santana & Reyes, 2020).

Por otro lado, con respecto a la viabilidad y promoción de la asociatividad, es necesario señalar que los promotores de la asociatividad empresarial rural deben centrarse su intervención orientándose al mercado, sin olvidar que sus acciones o funciones no solo brinda resultados a nivel de pequeña y mediana agricultura, sino que tiene un gran impacto en el desarrollo de las cadenas productivas agrarias y territorios rurales y ahí se basa su importancia estratégica (Santana & Reyes, 2020).

1.3.2.1.3. Calidad

Según el artículo del MINAGRI “Importancia de la calidad en las agro exportaciones” señala que la calidad en dicho sector, es un factor relevante en cuanto a la decisión de compra. El comprador final necesita tener la certeza de que el proveedor le brindará un producto que cumpla con todos los requisitos. Las empresas exportadoras, deben tener claro que mientras más se ajusten las especificaciones a lo que el consumidor quiere, se está hablando de calidad.

Dicha publicación, también señala que existe una tendencia creciente en los mercados de productos agroindustriales a exigir que tanto los productores como exportadores, puedan garantizar la inocuidad del producto desde su origen hasta el consumidor final. Esto se refleja, principalmente, en los mercados más desarrollados,

ya que se han implementado diversas normas y códigos de práctica en los procesos productivos para asegurar la calidad e inocuidad de los productos y la protección ambiental.

Lobato y Caiña (2018), en su tesis “Propuesta del proceso de gestión de calidad e inocuidad, basado en la gestión por procesos, para el incremento de la productividad de las MYPES agrícolas de palta Hass de la asociación Agroinka” señalan que el factor determinante que demandan los mercados, es la calidad de los productos agrícolas. Asimismo, la certificación fitosanitaria, es de gran ayuda para los productores para cumplir con los requisitos necesarios y mejorando los procesos de producción.

Las certificaciones de calidad se consideran un factor relevante de competitividad, ya que agrega valor e incrementa la confianza de los compradores, facilitando el ingreso a nuevos mercados. Actualmente, los clientes son más conscientes y exigentes con la calidad y con que se cumplan las normas, para sentirse seguros con lo que consumen.

1.4.Uvas frescas

La uva fresca, cuenta con 10,000 variedades conocidas en el mundo, independientemente de su uso: vino, de mesa, pasas, entre otras. Además, algunas de las variedades internacionales que existen en otros países son: la Cabernet Sauvignon, la cual es la más plantada en el mundo, seguida de la Sultanina, Merlot, Tempranillo y Airén. El cultivo de la uva en el mundo se ha visto afectado por cambios considerables en los últimos 15 años, debido a la reestructuración del viñedo, esto a causa de que algunas variedades tradicionalmente se alta producción no concuerda con los gustos y preferencias de los consumidores o de los mercados, disminuyendo en gran medida las áreas de superficie. Según FAOSTAT (2018), la producción de uva a nivel mundial muestra un incremento de 16,8% en el periodo de 2000-2017, es decir un crecimiento promedio anual de 0,9%, que está relacionado al incremento en el consumo mundial.

1.4.1. Historia de las uvas frescas

La uva fresca, también llamada de mesa, es el fruto que crece formando racimos de la vid común o vid europea. La vid es originaria de Asia, su cultivo se inició desde el Neolítico y se expandió a Europa y al continente americano. La vid es originaria del Cáucaso, una región situada entre Europa Oriental y Asia Occidental, y

se estima que ya era cosechada en el Paleolítico. A medida que pasaba el tiempo, se fueron desarrollando mejores especies o variedades, llegando a vides actuales con frutos grandes (Frutas y Hortalizas, 2000).

La uva llegó al territorio peruano en el siglo XVI desde las Islas Canarias, se dice que fue traída por el Marqués Francisco de Caravantes, en una hacienda de del Cuzco, lugar donde se produjo la primera vinificación en Sudamérica; sin embargo, fue en los valles de la región Ica que los cultivos se expandieron como consecuencia de las óptimas condiciones climáticas del lugar, por dicha razón es una zona en la que desarrollo en mayor medida dicho producto, y también la industria del vino.

1.4.2. Medidas normativas de la uva fresca

La Comisión de Reglamentos Técnicos y Comerciales-Indecopi, presenta oficialmente la como Norma Técnica de uvas frescas a la: NTP 011.012:2005, la cual reemplaza a la NTP 011.012:1975. Dicha norma insta los requisitos mínimos, clasificación por calibres, tolerancias, presentación, marcado y etiquetado, contaminantes e higiene que deben cumplir los racimos de variedades comerciales de uvas de mesa obtenidas del género *Vitis* de la familia Vitaceae para su comercialización.

Con respecto a la clasificación, los racimos de uva de mesa se clasifican en 3 categorías:

- **Categoría “Extra”:** Las uvas deben ser de calidad superior, presentar la forma y color característicos, teniendo en cuenta la variedad y la zona de cultivo. Deben estar exentas de defectos, a menos que sean solo superficiales muy leves y que no perjudiquen la apariencia del producto, ni su estado, calidad ni presentación del envase.
- **Categoría I:** Las uvas deben ser de buena calidad, y presentar forma y color característicos teniendo en cuenta la variedad y zona de cultivo. Sin embargo, podrán permitirse algunos defectos en cuanto a la forma y coloración y un abrasado muy ligero que solo afecte a la piel.
- **Categoría II:** Esta categoría comprende las uvas de mesa que no pueden clasificarse en categorías superiores. Pueden mostrar defectos en la forma y color tomando en cuenta la variedad y la zona de cultivo. Podrán

permitirse algunos defectos como: en la forma, coloración, abrasado, magulladuras ligeras, así como también leves defectos en la piel.

Con respecto a las disposiciones sobre la clasificación de calibres, los racimos de uva deben tener un tamaño mínimo de granos: Las variedades con semillas debe ser de 15.9 mm y las variedades sin semillas deben ser de 14.3 mm. El peso mínimo de los racimos de uva debe ser el siguiente: para la categoría Extra, entre 150 a 200 gramos; para la categoría I, entre 100 a 150 gramos; y para la categoría II, entre 75 a 100 gramos.

En cuanto a las disposiciones sobre la coloración de los granos, el porcentaje mínimo de coloración debe ser el siguiente: un 80% para variedades rosadas a rojas, un 90% para variedades negras, y un 100% para variedades blancas.

Por otro lado, con respecto a la certificación fitosanitaria de la uva de mesa destinada a la exportación, SENASA señala que las responsabilidades del exportador, empacadoras y productoras son las siguientes:

- Cumplir con las normas legales vigentes en materia de la sanidad agraria.
- Garantizar que la uva destinada a la exportación debe proceder de un lugar de producción certificado y donde se haya realizado un manejo fitosanitario para minimizar la presencia de plagas.
- Brindar al SENASA las facilidades y apoyo necesarios para ejecutar adecuadamente la vigilancia de moscas de la fruta y otras plagas reguladas, para la certificación de lugares de producción, cuando esta medida sea requerida.
- Cosechar, procesar y almacenar uva, solo de lugares de producción certificados.
- Mantener un programa de para desinfectar las áreas internas y externas de la empacadora.
- Asegurar que todas las cajas o envases a exportar lleven el etiquetado con los códigos del lugar de producción, empacadora, departamento de origen del producto e información acorde con las especificaciones establecidas por el país de destino.

- Asegurar la integridad del precinto de seguridad colocado por SENASA, el mismo que será verificado y aperturado únicamente por personal autorizado del SENASA o de la ONPF del país de destino.

1.4.3. Región Ica

En el año 2019, el Valor Agregado Bruto (VAB) de la región, registró un 3,9% con respecto al año anterior y aportó un 3,5% del VAB nacional. Dentro de las actividades más importantes de la economía de Ica, están: la manufactura; extracción del petróleo, gas y minerales; agropecuario; construcción y otras, lo que en total contribuyen al 74,7% del VAB departamental del 2019, según el BCRP.

La tercera actividad con mayor contribución al VAB del 2019 pertenece al sector agropecuario. Ica cuenta con 254 mil hectáreas de tierra agrícola. Para los cultivos de consumo local, destaca el riego por inundación; mientras que, para las plantaciones con fines de exportación, destaca el adecuado riego tecnificado, el cual aprovecha las aguas del subsuelo. Por el lado agrícola, resaltan los cultivos de exportación y agroindustria como el espárrago, uva, palta, cebolla, cítricos, paprika, tomate, alcachofa y algodón. Por superficie cosechada, sobresale el maíz amarillo duro, espárragos, algodón y uva.

1.5. Exportación de uvas frescas

Al respecto MINAGRI en su estudio “La uva peruana: una oportunidad en el mercado mundial”, indica que las exportaciones de uvas frescas constituyen el 6% de la producción mundial, en el cual países como Chile representa el 14.40% de la exportación global, seguida Estados Unidos (10.79%) e Italia (9.29%), encontrándose entre los tres primeros lugares del ranking de exportación de este producto. Asimismo, también refiere que otros países como Países Bajos, Perú y China, han ocupado puestos abajo, pero igual situándose dentro de los diez primeros como exportadores de este producto.

1.5.1. Exportación de uvas frescas peruanas

Según el informe “LA UVA PERUANA: Una oportunidad en el Mercado Mundial” del Minagri, menciona que el despegue de las exportaciones de uva fresca se dio a principios del 2010, cuando se toma la decisión de cultivar uvas de variedades exportables para competir en los mercados internacionales. Además, el aumento de la

oferta exportable también se debe a mejores precios del mercado, la preferencia por la demanda y la calidad.

Según informó el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri), las exportaciones agrarias siguen incrementándose, a pesar del impacto del nuevo coronavirus. En el periodo de enero a julio del 2020, las exportaciones de uvas frescas obtuvieron ventas por US\$ 439 millones, con un 23% en comparación al mismo periodo del 2019, cuando alcanzó US\$ 357 millones. Se colocó en el exterior 192,454 toneladas de uvas aproximadamente, en los primeros meses del 2020. Dicho volumen representa un incremento del 14% en comparación al 2019, cuando se registró 168,568 toneladas exportadas.

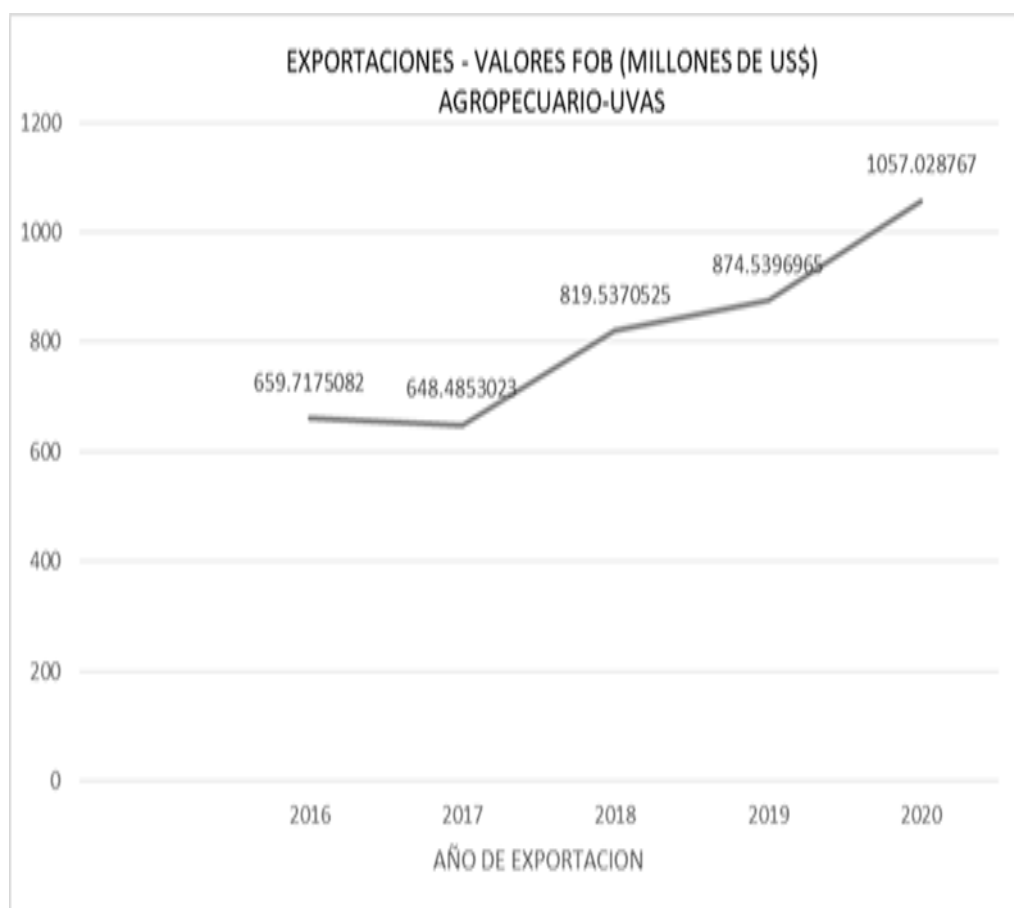


Figura 1. Exportaciones de Uvas en el periodo 2016-2020, valores FOB en Millones de US\$, según el BCRP. Elaboración propia.

1.5.2. Exportación de uvas frescas en la Región Ica

Con respecto a los productos no tradicionales, hasta el año 2020 el Perú fue considerado el tercer país exportador mundial de uvas frescas, contando con más de 20,000 hectáreas certificadas para la exportación de esta fruta, según COMEX (2020). A nivel nacional, durante el periodo 2016-2020, las uvas frescas fueron el principal producto no tradicional con mayor número de exportaciones en la región Ica.

Partida	Descripción Arancelaria	Peso Neto (Tn)							Crec.% 2020/2016
		2016	2017	2018	2019	2020	Var.% 2020/2019	Part.% 2020	
0806100000	UVAS FRESCAS	118,434	142,869	141,300	174,666	204,114	16.86%	27.36%	14.58%
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	62,181	56,812	63,545	59,866	50,087	-16.33%	6.71%	-5.26%
0804400000	AGUACATES (PALTAS), FRESCAS O SECAS	29,833	32,785	55,353	57,248	59,612	4.13%	7.99%	18.89%
0805299000	WILKINGS E HÍBRIDOS SIMILARES DE AGRIOS (CÍTRICOS) EXCEPTO TANGELO	0	38,112	40,770	50,235	61,181	21.79%	8.2%	0.0%
0703100000	CEBOLLAS Y CHALOTES, FRESCOS O REFRIGERADOS	96,825	123,376	145,779	173,063	177,514	2.57%	23.79%	16.36%

Figura 2. Principales productos no tradicionales exportados desde la región Ica en el periodo 2016-2020. Elaboración propia.

Asimismo, estas técnicas y paquetes tecnológicos para mejorar los procesos de producción de los productos como las uvas frescas en la región Ica, se ven delimitados por los meses de cosecha y exportación. En el periodo 2016-2020, en la región Ica existen meses en donde se exporta grandes cantidades de uvas frescas que son entre los meses de noviembre y marzo; sin embargo, desde abril hasta octubre no existe gran cantidad de volumen exportado, ya que no se llega ni a 1% del total.

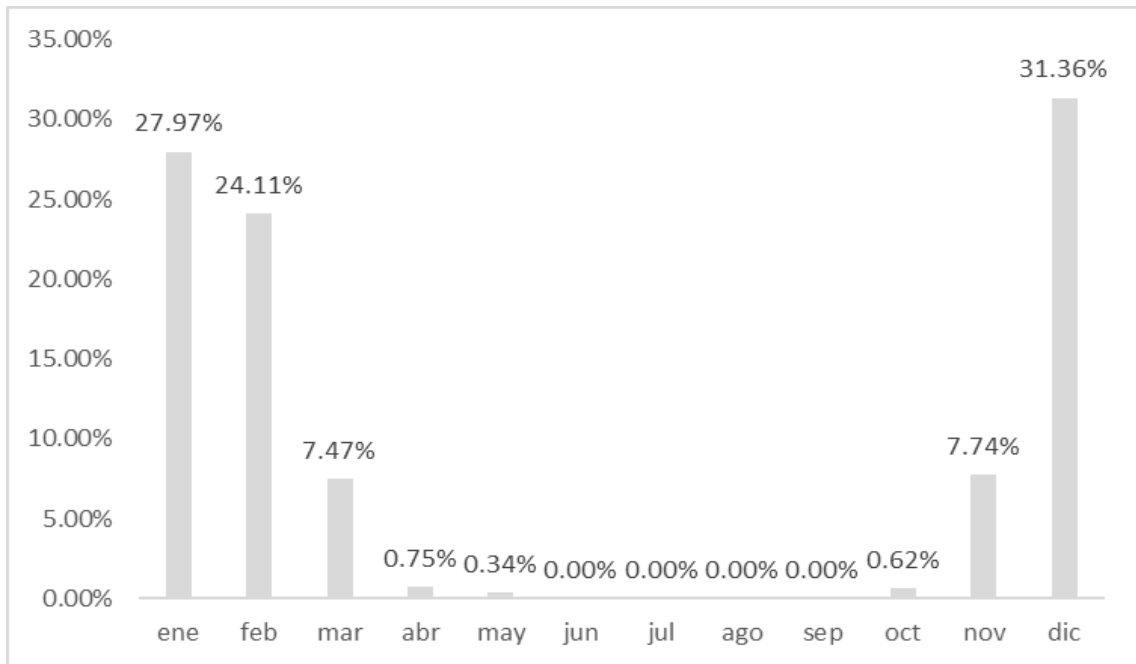


Figura 3. Valor porcentual mensual de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020. Elaboración propia.

Esta figura demuestra que existe alto valor porcentual con respecto a las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo de tiempo de estudio. Sin embargo, existe una gran diferencia entre los meses que se exporta el producto y los meses que no. Por lo tanto, sí existe una gran importancia con respecto a qué acciones se pueden realizar tanto individual como colectivamente para que no exista una gran diferencia entre los meses productivos y los que no lo son.

CAPÍTULO II. PLAN DE INVESTIGACIÓN

2.1. Realidad Problemática

Según lo indicado por Arias (2006) en su libro titulado “El proyecto de la investigación: Introducción a la metodología científica”, indica que, para realizar una realidad problemática, se debe tener en cuenta que un problema de investigación es una incógnita sobre un tema o aspecto que se desconoce y que la solución es un nuevo conocimiento o aprendizaje que se obtiene mediante la investigación.

Asimismo, existen dificultades para el planteamiento de un problema porque el entorno puede ser muy cambiante; por lo tanto, la solución puede ser efectiva en un momento determinado y luego, esto puede variar (Arbaiza, 2014). Hernández Sampieri (2018) indica que para poder identificar exactamente qué se desea investigar, se debe tener en cuenta y en consideración todos los elementos relacionados que ayuden con el enfoque de investigación.

Debido a lo antes mencionado, en la presente investigación se busca conocer la relación entre la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020.

Según la OMC (2020) existen varios indicadores económicos y estadísticas comerciales que indican y determinan un constante debilitamiento del comercio y la producción desde el año 2016. Esto ha afectado el crecimiento interanual de las exportaciones e importaciones mensuales de mercancías, ya que han sido débiles en los últimos 5 años. Por esta razón, los gobiernos incentivan mediante programas de apoyo a las pequeñas empresas o pequeños productores a juntarse y convertirse en cooperativas y asociaciones que tengan una ventaja competitiva en el proceso de internacionalización (Busson, 2012).

En el panorama internacional, se pueden observar casos de asociatividad como en el país de Chile, ya que existen diversos programas brindados por el servicio dependiente del Ministerio de Agricultura que apoya los proyectos y emprendimientos desarrollados por pequeños productores. El director regional de INDAP (Instituto de Desarrollo Agropecuario), Juan García, destacó que a través de la asociatividad los pequeños agricultores pueden enfrentar de mejor forma los problemas de mercado internacional y comercialización (EL RANCAGÜINO, 2021).

El impacto de la asociatividad en Chile ha venido siendo importante para los agricultores y pequeñas empresas, ya que a través de instrumentos de financiamiento como el PDI Frutales que sucedió en el 2017, grupos de agricultores se pudieron asociar y entre ellos desarrollaron un proyecto de riego tecnificado con panel solar mixto que ayude en el bombeo de agua y aplicación de riego en uvas. Este proyecto incluyó a productores de Coinco que se asociaron para fortalecer la producción desde el sistema de riego hasta el envío. Además, este proyecto benefició a 54 agricultores y un total de 180 hectáreas (EL RANCAGÜINO, 2021).

A nivel local, en el Perú desde el año 2016 ha existido un panorama positivo con respecto a los productos tradicionales y no tradicionales, ya que el ministro de Comercio Exterior y Turismo, Edgar Vásquez (2020) indica que las exportaciones no tradicionales alcanzaron la cifra de US\$ 13,791 millones en el 2019, lo cual representó el 30% del total de envíos del Perú al exterior y que, en comparación con el año 2018, hubo un incremento de 4.1%. Durante el periodo 2016-2020, las uvas frescas fueron el principal producto no tradicional con mayor número de exportaciones en la región Ica (Véase figura 4)

Partida	Descripción Arancelaria	Peso Neto (Tn)							
		2016	2017	2018	2019	2020	Var.% 2020/2019	Part.% 2020	Crec.% 2020/2016
0806100000	UVAS FRESCAS	118,434	142,869	141,300	174,666	204,114	16.86%	27.36%	14.58%
0709200000	ESPARRAGOS, FRESCOS O REFRIGERADOS	62,181	56,812	63,545	59,866	50,087	-16.33%	6.71%	-5.26%
0804400000	AGUACATES (PALTAS), FRESCOS O SECAS	29,833	32,785	55,353	57,248	59,612	4.13%	7.99%	18.89%
0805299000	WILKINGS E HÍBRIDOS SIMILARES DE AGRIOS (CÍTRICOS) EXCEPTO TANGELO	0	38,112	40,770	50,235	61,181	21.79%	8.2%	0.0%
0703100000	CEBOLLAS Y CHALOTES, FRESCOS O REFRIGERADOS	96,825	123,376	145,779	173,063	177,514	2.57%	23.79%	16.36%

Figura 4. Principales productos no tradicionales exportados desde la región Ica en el periodo 2016-2020. Elaboración propia.

Actualmente, según SUNAT (2021), desde el año 2016, en la región Ica, ha existido un incremento en el número de asociaciones y cooperativas, ya que existen más de 32 empresas exportadoras de uvas frescas y, del total de estas, 12 son cooperativas y asociaciones de agricultores. El crecimiento del número de

asociaciones exportadoras de uvas de la región Ica, va de la mano con el aumento exportaciones de la región en el periodo 2016-2020.

Con respecto a la capacidad gerencial, se debe tener en cuenta que existen diversos programas y actividades que ayudan a que un empresario, institución o país participe plenamente en el sistema de comercio mundial. Según la OMC (2021), la mejora de la capacidad gerencial se promueve mediante el asesoramiento a empresarios sobre cómo aprovechar las oportunidades comerciales en el mercado mundial. Es por ello que se debe asegurar que los directivos tengan las competencias y condiciones para poder tomar buenas decisiones y desarrollar la capacidad de liderazgo frente al comercio internacional (OECD, 2020).

A nivel internacional, existen casos de capacidad gerencial en países como República Dominicana, según el diario CDN (2017), para mejorar la capacidad gerencial en la exportación de los agronegocios, existen acuerdos comerciales entre; por ejemplo, la Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO) y la asociación americana International Executive Service Corps (IESC). Esto demuestra que ya existe un reforzamiento en la formación técnica de los agricultores de ese país para fortalecer la capacidad de producción y cumplir con los estándares internacionales exigidos.

A nivel local, en el Perú existen empresas del sector agro que están participando activamente en programas y capacitaciones para poder complementar y mejorar la competitividad en el mercado internacional. Por ejemplo, en el período 2016-2020 la Dirección Regional Agraria de Ica ha venido capacitando a pequeños agricultores para la elaboración de planes de negocios del Programa de Compensaciones para la Competitividad – AGROIDEAS del Ministerio de Agricultura (MINAG). Asimismo, son 186 productores agrarios de la región Ica que desde el 2016, se han capacitado y llevado un programa para la orientación profesional de la Dirección de Promoción Agraria (MINAGRI, 2020).

Con respecto a la calidad, se debe tener en cuenta que existe una tendencia que involucra la exigencia en los mercados de productos agroindustriales, ya que el sector público y privado implementan diversas normas y códigos de prácticas para asegurar la calidad de los productos exportados (MINAGRO, 2020). Asimismo, a nivel mundial, las certificaciones de calidad son consideradas un factor de competitividad que añade valor para una mejor facilidad en el acceso a mercados internacionales.

Asimismo, según la OMC (2020) desde el año 2015, los miembros siguen realizando negociaciones y adoptaron la decisión histórica de establecer normas para otras formas de implementación de calidad en exportación de productos agroindustriales para los países menos desarrollados. De esta forma, se crea una mayor competitividad a nivel internacional y se establece un sistema de comercio más equitativo que mejore los medios de subsistencia de los agricultores en todo el mundo.

Por tal motivo, el gobierno de cada país trabaja en conjunto con las organizaciones que se puedan ver beneficiadas con las implementaciones de calidad en los productos agroindustriales. De esta forma, se pueden enfocar en la calidad del producto, la infraestructura, la innovación tecnológica, entre otros. En el panorama internacional, se encontró casos que involucran a la calidad con el sector agroexportador; por ejemplo, en Ecuador existe una visión política sostenible e inclusiva basada en la innovación y diferenciación por calidad, orientada al proceso de internacionalización (Vistazo, 2021).

Desde el año 2015, el gobierno ecuatoriano trabaja de la mano con los agricultores y productores mediante ejes estratégicos que abarcan la calidad, la productividad y el comercio internacional. De esta forma, con el apoyo de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), se genera una ventaja competitiva de estos productos agrícolas frente al mercado internacional y los estándares que se requieren para la exportación (El Telégrafo, 2021).

A nivel local, en el Perú, según cifras de ADEX (2018), Ica es una zona solicitada para producir frutas ya que compite con otras regiones en cuanto a la calidad de sus productos debido a que el clima contribuye a que las frutas tengan una mayor cantidad de azúcares y esto genera que el producto tenga una mejor presentación. Asimismo, la gerente comercial del Vivero Los Viñedos, Mercedes Auris, afirmó que en la región Ica existen pequeños empresarios agrarios que desean aprender sobre los mercados internacionales estratégicos y la forma de sacarle provecho a la calidad de las uvas con respecto a otras regiones y países (El Economista, 2018).

Desde el año 2016, el El Instituto Nacional de Innovación Agraria -MIDAGRI (2020) ha transferido guías técnicas, paquetes tecnológicos, semillas de alta calidad genética y tecnología agrícola con la finalidad de mejorar la calidad de las uvas y su

proceso de internacionalización frente a otras regiones locales. De esta forma, se puede competir con otros mercados vecinos, ya que la calidad va de la mano con la toma de decisiones de la organización y cómo ésta se encuentra conectada con otros actores claves para hacer posible el proceso de internacionalización.

Finalmente, teniendo en cuenta lo que sucede en países como Chile, República Dominicana y Ecuador; en donde ya se vienen desarrollando diversas técnicas y estrategias que sirven para un mejor y más sólido proceso de internacionalización del sector agrario; la presente investigación tiene como finalidad conocer la relación existente entre la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas en la región Ica en el periodo 2016-2020.

Tabla 4. Cuadro Resumen de la realidad problemática

Cuadro resumen de la realidad problemática		
FACTORES		
CAPACIDAD GERENCIAL	ASOCIATIVIDAD	CALIDAD
PERU	PERU	PERU
Capacitaciones para mejorar la competitividad en el mercado internacional	Se incrementó el número de asociaciones y cooperativas	Debido a que el clima contribuye a que las frutas tengan una mayor cantidad de azúcares y esto genera que el producto tenga una mejor presentación
Se han llevado a cabo programas para la orientación profesional de la Dirección de Promoción Agraria	Generó un aumento en las exportaciones	INAI ha brindado guías técnicas, paquetes tecnológicos, semillas de alta calidad genética y tecnología agrícola con la finalidad de mejorar la calidad de las uvas y su proceso de internacionalización
REPUBLICA DOMINICANA	CHILE	ECUADOR
Mejora de la capacidad gerencial mediante acuerdos comerciales	Brindan programas que apoyan a los pequeños productores	Política sostenible e inclusiva basada en la innovación y diferenciación por calidad, orientada al proceso de internacionalización
Reforzamiento de la formación técnica de los agricultores para mejora de la producción y cumplir estándares	Agricultores enfrentan mejor los problemas del mercado internacional	Gobierno trabaja de la mano con los agricultores y productores mediante ejes estratégicos que abarcan la calidad, la productividad y el comercio internacional
	Permitió desarrollar un proyecto de riego tecnificado entre los agricultores	

Nota: Cuadro resumen de la realidad problemática indicando factores y contrastando Perú y otros países. Elaboración propia.

2.2. Formulación del Problema

Según Arbaiza (2014), señala que el problema de investigación se caracteriza por las diferentes maneras de darle solución, y es el rol del investigador tomar la decisión sobre cuál será dicha solución. Además, la solución debe tener validez científica, y se necesita mostrar las discrepancias entre lo teórico y lo práctico, para poder corroborar la teoría en relación a la realidad problemática de una nación (Vara, 2012).

Por otro lado, Gómez (2002) plantea que el problema de investigación está conformado por tres elementos importantes: objetivos, preguntas de investigación y justificación del estudio. Asimismo, Rojas (2002) señala que el problema de investigación debe involucrar examinar causas, analizar comportamientos, explorar y determinar factores.

Según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), la investigación puede ser exploratoria o descriptiva, pero, que el proceso de la investigación tiene como base los antecedentes que se han podido hallar y el problema en sí.

Con respecto a la presente investigación, se basa en la existencia de factores como la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas y cómo estos factores favorecen en gran medida a la mejora y desarrollo de dicho sector, y la internacionalización del producto.

2.2.1. Problema Principal

¿La capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad son factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la Región Ica en el periodo 2016- 2020?

2.2.2. Problemas Específicos

Problema Específico 1: ¿Es la capacidad gerencial un factor que se relaciona con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la Región Ica en el periodo 2016-2020?

Problema Específico 2: ¿Es la asociatividad un factor que se relaciona con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la Región Ica en el periodo 2016-2020?

Problema Específico 3: ¿Es la calidad un factor que se relaciona con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la Región Ica en el periodo 2016-2020?

2.3. Objetivos

Según Vara-Horna (2010), un objetivo debe estar planteado de manera coherente en un enunciado de afirmación y no de pregunta. Por lo tanto, teniendo en cuenta que tanto la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad influyen directa e indirectamente en la exportación de uvas frescas en la región Ica en el periodo 2016-2020, se procederá a desarrollar un objetivo principal y tres objetivos específicos.

2.3.1. Objetivo General

Determinar si la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad están relacionadas con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020

2.3.2. Objetivos Específicos

Objetivo Específico 1: Determinar si la capacidad gerencial está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020

Objetivo Específico 2: Determinar si la asociatividad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020

Objetivo Específico 3: Determinar si la calidad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020.

2.4. Hipótesis

Se define a las hipótesis como una respuesta o supuesta solución a las preguntas realizadas en un tema de investigación. Las hipótesis se proponen de forma afirmativa, como respuesta al problema de investigación (Vara-Horna et al., 2010).

2.4.1. Hipótesis General

La capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad se relacionan positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020.

2.4.2. Hipótesis Específicas

Hipótesis Específica 1: La capacidad gerencial se relaciona positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020.

Hipótesis Específica 2: La asociatividad se relaciona positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020.

Hipótesis Específica 3: La calidad se relaciona positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020.

2.5. Justificación o relevancia de la investigación

Respecto a la justificación de la investigación, Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) indica que es necesaria, ya que se debe explicar las razones del por qué y para qué del estudio. Además, de los objetivos y preguntas de la investigación, es importante mostrar el propósito de la realización del estudio, así como los beneficios que se obtendrán.

Por otro lado, Creswell (2009) señala que, para la justificación, es necesario realizar una historia de la evolución de los métodos mixtos e incluir conceptos o definiciones, ya que son nuevos en la ciencia de la investigación. Sin embargo, Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) difieren de ello. Los autores consideran que solo debe realizarse cuando el planteamiento del problema se presenta frente a una comunidad que esta poco familiarizada con dicho tipo de investigación.

Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) también señalan que la justificación debe responder sobre el aporte del estudio y el porqué es importante realizarlo, esto en forma de propuestas y de informes. Además, el autor menciona que una investigación se convierte en provechosa cuando soluciona un problema social, formula teorías u origina nuevas oportunidades o inquietudes de investigación. Para evaluar la conveniencia del estudio se constituyen criterios, mediante preguntas como: ¿Qué tan útil es la investigación? ¿Cuál es su trascendencia en la sociedad y quienes son los actores de que beneficiarán? ¿Resolverá algún problema real?

Por lo mencionado anteriormente, la presente investigación analiza los factores capacidad gerencial, asociatividad y calidad y su relación con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas en la región de Ica en el periodo 2016-2020. La presente tesis tiene como iniciativa, ayudar a toda persona productora de uvas frescas y agentes involucrados en este sector para poder utilizar y tomar buenas decisiones basadas en las aristas expuestas en este estudio.

Asimismo, a partir de los aportes teóricos, con el problema de investigación y los factores antes mencionados se desea formular una guía que sirva como modelo para las futuras empresas exportadoras y para las que están consolidadas en el sector. A pesar que el presente estudio se enfoca en la región Ica, se puede emular en diferentes partes y regiones del país donde se produzcan uvas frescas adaptando las realidades, circunstancias y contextos de cada lugar.

Se espera ayudar a los agricultores integrantes de cooperativas y asociaciones que intentan salir adelante mediante el proceso de internacionalización, ya que, a partir de la presente investigación y el análisis de los factores anteriormente expuestos, se puede generar un mejor y más sólido sistema para poder competir a nivel internacional y llegar a más mercados.

A continuación, se realiza la justificación teórica y práctica para el desarrollo de esta investigación y cómo aporta tanto al sector agropecuario, como a las empresas involucradas y el proceso de ingresar a nuevos mercados.

2.5.1. Justificación Teórica

Bernal (2010) menciona que cuando existe un propósito de estudio que genere una reflexión o debate, contraste de resultados o un contraste de teorías hay una justificación teórica, así como también cuando se busca brindar soluciones a un modelo. López Cerezo (1988) afirma que, en alguna medida, toda investigación tiene doble aplicación: teórica y práctica. Una investigación puede plantear nuevos paradigmas o hacer una reflexión a nuevos conocimientos, es ahí que se vuelve una justificación teórica, aunque al aplicarla se convierta en una justificación práctica.

La presente investigación tiene una justificación teórica porque se basa en papers y tesis que ya han demostrado la influencia de los factores como capacidad gerencial, asociatividad y calidad en el desempeño de las exportaciones de productos agrícolas como las uvas, el café, espárragos, entre otros.

J. Schaefer (2017) en su tesis titulada “Incoterms® Use in Buyer-Seller Relationships: A Mixed Methods Study” e indexada en la plataforma ProQuest, desarrolló una investigación mixta, tuvo como finalidad analizar la relevancia que tiene la comunicación en la colaboración gerencial; así como, la óptima comunicación entre compradores y vendedores y las transacciones de empresa a empresa. Se usaron distintas variables para determinar los factores que más influyen en las acciones de compra de bienes de empresas mediante el uso de Incoterms en mercados extranjeros como: Liderazgo, colaboración gerencial y negociación.

La tesis en mención, tuvo como resultado que la negociación y comunicación de decisiones de gestión logística entre los compradores y vendedores de bienes que son fundamentales para una gestión eficaz de la cadena de suministro. Esto aporta al tema de estudio en cuanto al factor de capacidad gerencial, debido a las distintas formas de realizar una óptima gestión de internacionalización para las empresas.

Bissona y Tang Tong (2018) en su paper titulado “Investigating the competitive intelligence practices of Peruvian fresh grapes exporters” publicado en la revista *Journal of Intelligence Studies in Business* e indexado en la plataforma Scopus, bajo una investigación cualitativa, tuvo como resultado y conclusiones que las prácticas gerenciales y la inteligencia competitiva en el ámbito exportador influye en una buena toma de decisiones para determinar un mercado extranjero óptimo para exportar; así como, las variables que uno debe saber para poder competir internacionalmente.

Esto demuestra que la capacidad gerencial y las capacitaciones que el dueño de una empresa, cooperativa o asociación debe llevar continuamente debido a la globalización y a los constantes cambios en el mercado internacional, sí son importante e influyen en el proceso de internacionalización. Asimismo, la capacidad gerencial es importante porque mientras más experiencia o competencias tenga la persona que toma decisiones, menos será el porcentaje de equivocación.

Es por ello que esta investigación analiza este factor que engloba diversas características que debe poseer una persona a cargo de una empresa o cooperativa debido a la influencia que esta capacidad gerencial tiene sobre la toma de decisiones de poder ingresar o acceder a mercados internacionales y mantener una alta competitividad.

Por otro lado, según Felzensztein (2019) en su paper titulado “Exporting firm’s engagement with trade associations: Insights from Chile” publicado en la revista *International Business Review*, indexado a la plataforma Science Direct, bajo una metodología cuantitativa, demuestra que la asociatividad del sector influye en las exportaciones debido a que existe un compromiso de la empresa con las asociaciones comerciales para poder competir de forma óptima en mercados internacionales.

Dicho paper examina el impacto del nivel de compromiso de las empresas con las asociaciones o cooperativas comerciales y su desempeño en las exportaciones. Se tiene como resultado que, a mayor compromiso con las asociaciones, existe un mayor efecto positivo en el desempeño de las exportaciones

Este estudio contribuye a la literatura sobre la gestión internacional y demuestra que existe un tema para investigar y analizar como lo es la asociatividad y la influencia en el Perú, ya que existe diversas empresas peruanas exportadoras que ya se encuentran posicionadas tanto en el mercado nacional como en el internacional; sin embargo, estas empresas no representan la totalidad del universo de pequeños agricultores que intentan entrar a este mercado.

Es por ello que es preciso analizar de forma profunda si la asociatividad se relaciona con el desempeño en las exportaciones de uvas frescas, enfocándonos en la región Ica y teniendo como punto de partida un intervalo o periodo de tiempo que sería entre los años 2016-2020 para poder visualizar y analizar qué sucedió en esos años.

De esta manera, los resultados y conclusiones determinarán que los actuales agentes involucrados y los que en el futuro quieran entrar a este proceso de internacionalización, tengan un respaldo o un antecedente de si es o no importante la asociatividad para poder competir en el mercado.

Finalmente, Xue Gao (2020) en su paper titulado “Examining export trade and corporate innovation: A multiphase difference-in-differences method” indexado en la plataforma Science Direct, tuvo como principal objetivo analizar la relación que existe entre la exportación de productos agrícolas y la capacidad de la empresa en cuanto a la innovación, infraestructura, tecnología y calidad del producto.

Dicha investigación utilizó un modelo mixto, ya que analizo la relación entre el comercio de exportación y la composición de la empresa que incluye la innovación

tecnológica corporativa de sociedades cotizadas. Se utilizó variables independientes como: R&D intensity, Total number of workers, high-tech, location, experience, nature of ownership, entre otros. Asimismo, tuvo variables dependientes que reflejaban el nivel de exportación para poder descubrir cuál o cuáles de las variables independientes eran las que más influían en la exportación.

Dicho estudio tuvo como resultado que tanto los factores “quality” como “nature of ownership” son sumamente relevantes para la exportación de productos agrícolas. El aporte de la investigación analizada es identificar la importancia de los factores involucrados y determinar cuales se relacionan en mayor medida con el desempeño de las exportaciones.

Pedreño y Ramírez (2021) en su paper titulado “Sobre el “espíritu” de la calidad y la nueva racionalización de la producción de frutas y uvas en la Región de Murcia” publicado en la Revista Española de Sociología e indexado en la plataforma Scopus, bajo una metodología cualitativa, pudo demostrar cómo los sistemas de calidad implantados en el campo de la fruticultura intensiva en la Región de Murcia influyeron en la racionalización de la producción de uvas para una óptima exportación.

Este paper demuestra que la calidad influye en cualquier sector productivo ya que es lo que determina y diferencia un producto de otro. Por lo tanto, si se desea que el sector agrícola y las empresas o cooperativas que se encuentran compitiendo internacionalmente, sigan en un consolidado crecimiento, se debe realizar un análisis sobre este factor para poder determinar de qué manera influye en las importaciones.

Esta investigación se enfoca en la región Ica en un periodo 2016-2020; sin embargo, los resultados y conclusiones servirán como antecedente a futuras tomas de decisiones de empresas exportadoras de uvas u otras frutas, ya que el modelo y la influencia no varían demasiado.

Con respecto a lo señalado previamente, la presente investigación tiene sentido teórico, debido al aporte que se brindará, el cual se basa en el análisis de los factores: capacidad gerencial, asociatividad y calidad y como éstos se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región de Ica en el periodo 2016-2020. De esta forma, los resultados y conclusiones determinarán los actores claves como empresas exportadoras, encargados de las asociaciones y/o cooperativas, entre

otros; y servirán como antecedentes para futuros estudios sobre la importancia de dichos factores para iniciarse en nuevos mercados.

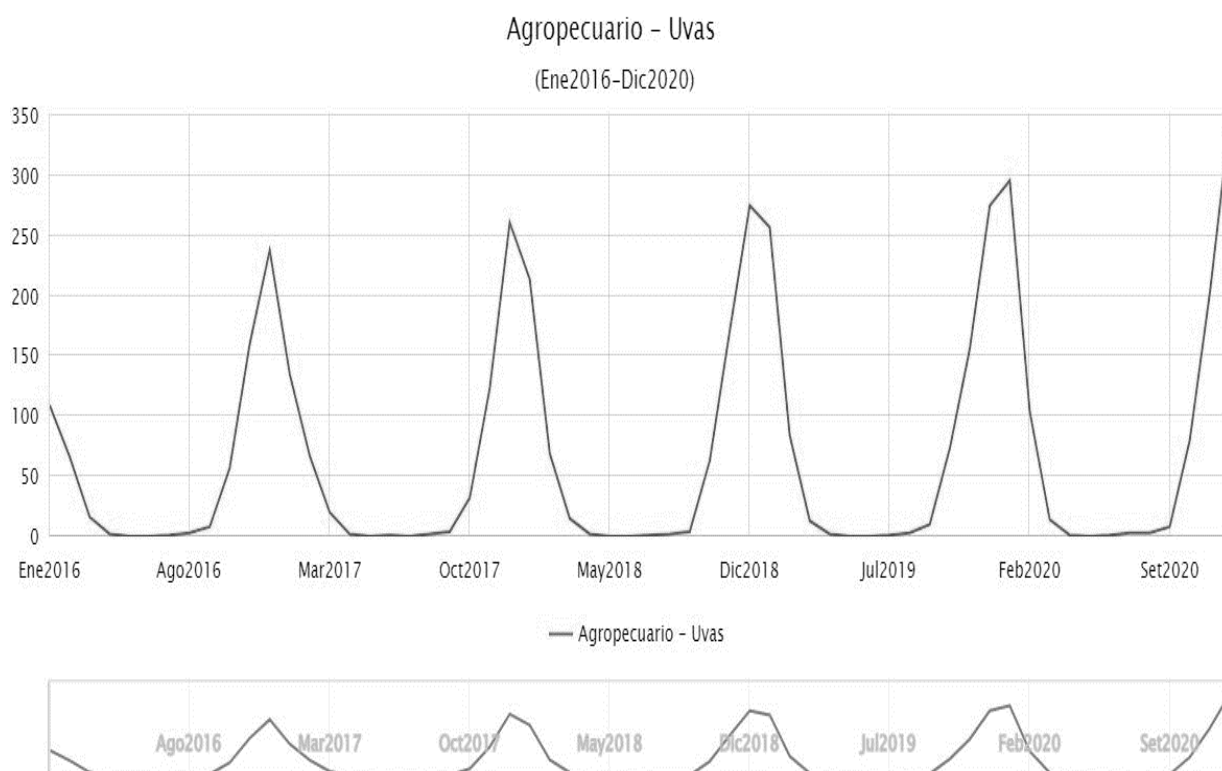
2.5.2. Justificación Práctica

Bernal (2010) menciona que la justificación práctica, se desarrolla cuando su finalidad impulsa la resolución de un problema o sugiere estrategias de solución. En las ciencias económicas o administrativas, las investigaciones mayormente son de carácter práctico ya que analizan problemas y plantean soluciones reales. Es importante señalar, que cuando se ejecuta un análisis del sector de la producción, su justificación es práctica ya que se origina información necesaria y útil para tomar medidas de mejora.

Por lo mencionado anteriormente, la presente investigación se justifica prácticamente porque el Perú, desde hace años, tiene al sector de exportaciones en un crecimiento constante con respecto a los años anteriores; por ejemplo, en el año 2019 las exportaciones de productos no tradicionales tuvieron un crecimiento del 1.8% con respecto al año anterior según el Banco Central de Reserva (2020). Es por ello que este sector debe ser analizado en su totalidad debido a la consolidación que está teniendo a nivel nacional y por la atracción que está teniendo para nuevas empresas en el mercado.

Asimismo, las exportaciones de uvas frescas tienen un constante aumento año tras año y una estacionalidad bien marcada que puede servir como estrategia para poder consolidar el proceso de internacionalización en las empresas. Por ejemplo, el factor capacidad gerencial ayuda a que la estructura e información del sector siempre se encuentren actualizadas para una buena toma de decisiones.

Es por ello que, con respecto a los meses de mayor exportación de uvas frescas de la región Ica durante el año, se pueda optar por crear alianzas o mayores asociaciones entre agricultores y de esta manera, tener un control claro sobre la demanda y nivel de producción óptimo que se debe tener ya que se debe tener mapeado los meses con mayor demanda internacional (Véase la figura 5).



*Figura 5. Exportaciones de Uvas en el periodo 2016-2020, según el BCRP.
Elaboración propia*

Esta investigación va a contribuir de forma práctica con el sector agropecuario porque al analizar la capacidad gerencial, asociatividad y calidad en la región Ica durante el periodo 2016-2020 se podrán utilizar los resultados y conclusiones para una buena toma de decisiones para las nuevas empresas en el sector o para las que ya se encuentran consolidadas.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE TRABAJO

En el presente capítulo se mencionan los métodos, técnicas que se han realizado para poder conseguir la información necesaria para el desarrollo de la tesis.

Para el planteamiento del problema, la delimitación de la investigación y; posteriormente, la formulación y validación de las hipótesis se debe tener en cuenta la existencia de una relación con el diseño de investigación (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Asimismo, tal como lo señala Arbaiza (2016, como se citó en Wahyumi, 2012, p. 27), para empezar y realizar una investigación, se debe tener en cuenta la metodología a utilizar ya que es el inicio de toda base teórica.

3.1. Enfoque de la investigación

Para el desarrollo de la presente investigación, se debe tener en cuenta que existen tres tipos de enfoques que son: cuantitativo, cualitativo y mixto. Según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), el enfoque cuantitativo sirve para validar hipótesis que se requiera estimar magnitudes para obtener relaciones causales entre las variables de la investigación. En cambio, con respecto al enfoque cualitativo, en lugar de comenzar con una teoría y luego confirmar si está apoyada por los datos y resultados (como se hace en el método cuantitativo), se empieza con la investigación de los hechos per se para poder generar una teoría que sea consistente con lo que se ha observado; por lo tanto, estas dos rutas se pueden complementar, generando una ruta mixta.

Según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), el enfoque mixto busca comprender la realidad objetiva y subjetiva de la línea de investigación debido a que los dos tipos de enfoque antes mencionados son igual de importantes para poder analizar la variable dependiente y las variables independientes. Así mismo, Arbaiza (2014), indica que la utilización de ambos enfoques es beneficioso para el investigador, ya que se obtiene información más detallada y precisa cuando se utilizan ambos enfoques.

Según Reyes y Santana (2020) en su tesis titulada “Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014 – 2018” se utilizó un modelo de investigación mixto para analizar las variables independientes como la calidad, capacitación y asociatividad. Asimismo, el enfoque mixto ayudó a determinar la

importancia de la variable dependiente que es la exportación de café mediante entrevistas a expertos y encuestas.

Esta tesis ayudó a la presente tesis en visualizar lo importante que es la obtención y análisis de datos mediante información cuantitativa como son las encuestas y la información cualitativa como las entrevistas, ya que en una encuesta se facilitan enunciados con resultados numéricos. En cambio, las entrevistas permiten profundizar en el tema mediante el diálogo con expertos en el tema.

Según Regalado (2018) en su tesis “Asociatividad de productores rurales de café orgánico en la provincia Rodríguez de Mendoza para la exportación” realizó un enfoque mixto debido a que se requería obtener un panorama más completo con respecto a la población de estudio de los 92 agricultores, ya que aproximadamente 80 agricultores eran independientes no asociados. Por lo tanto, con el enfoque mixto y la utilización del enfoque cuantitativo y cualitativo en simultáneo se puede obtener un análisis más completo.

La tesis de Carlos Regalado demuestra que las encuestas a los agricultores de la provincia Rodríguez de Mendoza, no era suficiente para poder validar las hipótesis que habían formulado con respecto a la asociatividad, ya que eran resultados y estadísticas numéricas sobre lo que el agricultor pensaba y vivía en su día a día. Sin embargo, con las entrevistas se pudo mejorar y complementar los hallazgos con información perceptiva de expertos. Esto sirvió como ejemplo para que en la presente investigación se opte por realizar una investigación mixta que ayude a tener una mayor data para poder validar las hipótesis.

Según Romano (2018) en su paper titulado "Development of organic farmer's cooperatives: The Usa, The Eu and Ukraine" indexado de la plataforma Web of Science, se utiliza un enfoque mixto para poder determinar y analizar cómo la calidad de un producto y la cooperación conjunta de los agricultores pueden mejorar la exportación de un producto. El enfoque mixto ayudó en esta investigación debido a la visualización de un aspecto objetivo mediante las encuestas que se realizaron a los agricultores y las entrevistas a expertos europeos, americanos y del sector local en Ucrania sobre los beneficios y obstáculos que representa el trabajo conjunto de los agricultores al convertirse en cooperativas.

Esta tesis demuestra que la investigación mixta ayuda a comprender de manera más profunda lo que se quiere descubrir o validar. Por ejemplo, en Ucrania, según Romano (2018), la percepción de calidad para los agricultores es muy distinta con la percepción de calidad para los expertos ya que el agricultor tiene como pensamiento que la cooperación conjunta genera una buena calidad del producto; sin embargo, para el experto mediante las entrevistas indica que la calidad es un tema más amplio ya que al exportar, no solo se necesita el trabajo conjunto de los agricultores, sino también todo el proceso de internacionalización.

Es por ello que para la presente tesis se ha utilizado una investigación mixta, ya que se ha necesitado de información cuantitativa y cualitativa para poder validar las variables como calidad, asociatividad y capacidad gerencial con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado y los beneficios que genera realizar una investigación mixta, se optó por desarrollar esta presente investigación con un enfoque mixto debido a la obtención de un panorama más amplio para poder analizar las tres variables independientes en cada asociación de la región Ica que exporte uvas frescas en el periodo 2016-2020. Asimismo, utilizando los dos enfoques, tanto el cuantitativo como el cualitativo simultáneamente y con el mismo nivel de importancia, implica un mejor análisis.

Además, el enfoque cualitativo sirvió para entender la realidad actual del desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020 a través de entrevistas con los actores clave que se encuentran en el rubro. Además, mediante las entrevistas se pudo obtener una mayor información no solamente sobre los beneficios y obstáculos que sobrelleva una asociación o un grupo de agricultores que se convierten en asociación. Si no, que ayudó a profundizar sobre lo importante que son las variables que se están analizando para el proceso de internacionalización de una empresa.

El enfoque cuantitativo sirvió para profundizar mediante la objetividad y puntuación numérica en una escala de Likert con las asociaciones de la región Ica para saber qué es lo que ellos creen o viven en su día a día y las diferencias que han sentido con respecto a cuando eran independientes y como son ahora como asociación o cooperativa.

3.1.1. Alcance de la investigación

Para Arbaiza (2014), la elección del tipo de investigación que se utilizará depende del problema elegido, el propósito principal del estudio y las habilidades de los investigadores. Así mismo, existen diversos tipos de estudios que se mencionarán posteriormente para poder entender el porqué de la elección de uno de ellos. Por ejemplo, según Hernandez-Sampieri & Mendoza (2018), existen estudios exploratorios, descriptivos y correlacionales.

- Estudios Exploratorios

Los estudios exploratorios investigan problemas poco estudiados e indagan desde una perspectiva innovadora para poder ayudar a identificar conceptos promisorios. Asimismo, los estudios exploratorios son importantes porque preparan el terreno para nuevos estudios en el mismo sector, producto o pueden ser emulados en otros planes de investigación.

- Estudios Descriptivos

Los estudios descriptivos consideran al fenómeno estudiado y sus componentes objetivamente mediante la medición de conceptos y la definiendo de las variables mediante la observación o encuestas.

- Estudios Correlacionales

Los estudios correlacionales asocian conceptos y a las variables de la investigación para poder determinar predicciones futuras. Asimismo, cuantifican relaciones entre los conceptos o las mismas variables.

Según Villegas y Yarlaqué (2018) en su tesis titulada “Factores que inciden en las exportaciones de jugo de maracuyá en la Región Lambayeque, periodo 2011-2016” se realizó una investigación mixta con un alcance correlacional que ayudó a los tesisistas poder determinar la importancia de los factores (variables independientes) sobre la variable dependiente que era la exportación de jugo de maracuyá. Mediante un análisis correlacional se pudieron responder la hipótesis, concluyendo que la capacidad gerencial y la calidad sí eran determinantes para el proceso de internacionalización.

Esta tesis demuestra que los estudios correlacionales no solo validan la hipótesis que se formula, si no que permite a saber la magnitud de la relación entre las variables. Por lo tanto, para la presente investigación se ha intentado obtener el mismo propósito con un alcance correlacional mediante la utilización de las variables dependientes con la variable independiente.

Asimismo, Jiménez (2019), en su paper titulado “Sinaloa: The Future Of Agricultural Smes Before The New Agricultural Policy” indexado en la plataforma ProQuest, utilizó un tipo de investigación mixta con un alcance correlacional para determinar y evaluar la relación estadística entre la asociatividad que existe entre los agricultores y cómo esto influye en los bloques de internacionalización que deben ser superados para poder exportar.

Esto demuestra que, para la presente investigación, en la que se ha utilizado un alcance correlacional, la relación estadística y la magnitud de esta relación se podrán ver reflejadas en la validación de cada hipótesis con respecto a la asociatividad, calidad y capacidad gerencial con respecto al desempeño de las exportaciones de uvas frescas en la región Ica.

Verter & Hasíková (2019) en su paper titulado “The performance of grape production in the Czech Republic” publicado en la revista *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis* e indexado en la plataforma Scopus utiliza una investigación no experimental con alcance correlacional que ayuda a determinar la relación positiva o negativa entre los conceptos que se indican en el paper sobre cómo las capacitaciones en cuanto a la exportación y calidad del producto que los directivos tienen, mejora el proceso de internacionalización de las uvas.

Este paper indexado de la plataforma Scopus ayudó a la presente investigación con respecto al alcance correlacional que debe tener ya que no solo es importante saber si existe una relación entre las variables, sino que, con el alcance correlacional, se puede concluir si la relación existente es positiva o negativa. Por lo tanto, la validación de la hipótesis y las conclusiones son más detalladas.

Es por ello que, teniendo en cuenta lo antes mencionado sobre lo importante que resulta el alcance correlacional, la presente investigación realizó el tipo de investigación no experimental con alcance correlacional, ya que se busca comprobar

la relación entre la variable dependiente que es el desempeño de las exportaciones de uvas con las variables independientes identificadas en el estudio.

3.1.2. Diseño de la investigación

El diseño metodológico es una parte fundamental en esta investigación debido a que se debe determinar la estrategia que permita obtener los datos para la siguiente etapa analítica. Asimismo, el diseño metodológico determina el procedimiento de la investigación para una futura interpretación de los datos obtenidos y, como afirma Arbaiza (2014), debe existir una preparación previa antes de posicionar la teoría en el trabajo de campo para obtener un mayor orden y estructura de la investigación.

Por un lado, con respecto al método cuantitativo, teniendo en cuenta a Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), existen dos tipos de investigación que puede ser experimental y no experimental; sin embargo, él considera que un tipo de investigación no es mejor que el otro ya que ambos son relevantes y necesarios al tener un valor propio.

Las investigaciones no experimentales de tipo transeccional o transversal recolectan datos en un tiempo único y tienen como propósito describir las variables y analizar su incidencia en un momento dado. En cambio, las longitudinales recolectan datos en diferentes momentos o periodos para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias.

Por lo tanto, en la presente investigación, con respecto al enfoque cuantitativo, se realizó una investigación no experimental transeccional debido a que la recolección de los datos se da en un solo momento. (Véase figura 6)

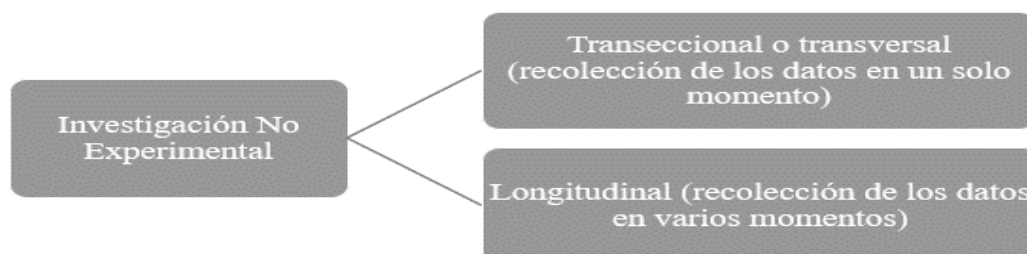


Figura 6. Diseño de investigación no experimental, según Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018.

Es por ello que, en la presente investigación, se utilizó una investigación no experimental con un diseño transeccional o transversal de tipo correlacional causal, debido a lo anteriormente mencionado.

Con respecto a la investigación cualitativa, según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), esta permite presenciar y observar las percepciones de los elementos en la investigación, con el fin de entender su contexto. Además, existen diversos diseños en el caso del enfoque cualitativo como el diseño de teoría fundamentada, diseño etnográfico, diseño narrativo, diseño fenomenológico, entre otros.

Para la presente investigación, con respecto al enfoque cualitativo, se utilizó la teoría fundamentada porque el planteamiento básico del diseño de esta teoría es que las proposiciones teóricas surgen de los datos obtenidos en la investigación, más que de los estudios previos. Además, se tiene como objetivo principal explicar los cambios en los patrones de comportamiento a través del tiempo.

3.1.3. Limitaciones de la investigación

De acuerdo con Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), las limitaciones en un plan de investigación pueden tener diversas aristas como el presupuesto o el tiempo; sin embargo, las limitaciones deben ser presentadas y formuladas de tal manera que facilite la toma de decisiones respecto de una teoría, un curso de acción o una problemática.

En la presente investigación, la limitación más sobresaliente es el contexto en el que se ha realizado el estudio y análisis en cuestión, debido a las circunstancias de aislamiento social. En primer lugar, el gobierno ha decretado ciertas medidas de protección sanitaria ante el Coronavirus (COVID-19), la pandemia mundial que es causada por un virus que tiene resultados variables en los pacientes, quienes padecen desde un resfriado común hasta enfermedades graves, ocasionados por síndrome respiratorio agudo.

Es por ello que existen restricciones de tránsito en días específicos como los domingos o en horarios específicos. Esto conlleva a realizar la presente investigación de forma virtual. Sin embargo, del total de asociaciones y cooperativas que se deberían entrevistar y encuestar, solo algunas tienen un correo o teléfono actualizado al día de hoy para poderlos contactar. Lo cual sería más fácil, si se pudiera ir de forma presencial a la región Ica y realizar entrevistas in situ.

Asimismo, durante el periodo que se ha realizado la presente investigación, existieron ciertos acontecimientos políticos que afectaron el proceso de investigación y búsqueda de información. Por un lado, las elecciones presidenciales afectaron la búsqueda de información de entrevistas y encuestas que se detallan anteriormente ya que las personas a las que se debía entrevistar no contaban con tiempo. Por otro lado, para la realización de encuestas también existieron inconvenientes ya que el país se encontraba en una inestabilidad económica y política; por lo tanto, las encuestas se veían afectadas por la poca disponibilidad de tiempo que se tenía.

3.2. Operalización de las variables

Para comprender de manera sencilla las variables a utilizar en la investigación, se hace uso de la Matriz de Operalización de Variables. La matriz permite identificar la definición conceptual y operativa, dimensiones, indicadores e ítems de cada una de las variables.

Descripción de las variables/categorías a analizar

a. Variable independiente (X):

La variable independiente son los factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas. Por un lado, se tiene a la capacidad gerencial, en dicha categoría se analizará la importancia del papel de los directivos o gerentes de las empresas exportadoras de uvas pertenecientes a asociaciones o cooperativas, ya que a través del análisis de fuentes primarias y secundarias se establecen puntos importantes sobre la gestión de dichos actores en cuanto al proceso de internacionalización. Por otro lado, se encuentra la asociatividad, en dicha categoría se analizó cómo dicho factor se relaciona con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas, haciendo un análisis de las 12 asociaciones y cooperativas de la región Ica.

Dimensiones:

- Capacidad Gerencial.
- Asociatividad.

b. Variable dependiente (Y)

La variable dependiente es el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la Región Ica para el periodo 2016-2020. Se identificó que ha existido un crecimiento progresivo en dichos años. Por ende, en esta categoría se busca analizar e identificar como la calidad ha sido un factor importante que ha influido en el resultado de las exportaciones.

Dimensión: Calidad

Indicadores de la variable independiente

Capacidad Gerencial:

La capacidad gerencial, actualmente se basa en las nuevas exigencias y tendencias globales, dichas capacidades y habilidades han ido cambiando para llegar a niveles más altos de competitividad (Aparicio & Medina,2015) Por ello, es importante que se capaciten constantemente sobre distintas sobre las áreas , tanto de producción , como de comercialización e internacionalización, ya que los directivos son los encargados de la toma de decisiones , que afectaran de forma positiva o negativa a sus organizaciones.

En el paper titulado “The competitiveness of grape trade in the international market and in the United States: the case of Mexico and Perú” hace referencia al factor de capacidad gerencial, al mencionar que el hecho de que las empresas y sus directivos desarrollen una mayor especialización en cuanto al cultivo, proceso de producción y certificaciones aumenta la competitividad en los mercados internacionales. Esto quiere decir que la experiencia en el sector y las constantes capacitaciones, suponen un óptimo crecimiento en cuanto a las exportaciones de uvas frescas. (Valencia & Duana ,2019)

También, el paper titulado “Investigating the competitive intelligence practices of Peruvian fresh grapes exporters”, hace referencia a la capacidad gerencial y a los obstáculos como la falta de conocimiento del sector y las capacitaciones, los cuales son puntos clave para el desarrollo de la internacionalización de las PYMES. Esto, se da debido a la ausencia de sistemas tecnológicos, y a la falta de dedicación en las estructuras organizacionales por buscar mejoras. (Bissona & Tang Tong, 2018)

- Experiencia en el sector
- Capacitaciones

Asociatividad:

La asociatividad es un factor muy importante, el cual sirve de estrategia para hacer frente a los mercados globalizados y la alta competencia entre los países. Por ello, se buscan socios con valores y habilidades similares y que tengan un mismo nivel de crecimiento o desarrollan para que se complementen. Todo ello, con el fin de beneficiarse y generar relaciones comerciales a largo plazo, compartiendo riesgos y reduciendo costos y así definiendo la viabilidad asociativa. Es importante señalar que la asociatividad surge como un modelo que busca crear valor, mediante la solución y vencimiento de obstáculos, que se dan por la falta de escala, ya sea por el tamaño de la empresa, la falta de nuevas tecnologías, la entrada a nuevos mercados, entre otros. Liendo y Martínez (2001).

Barrientos (2019) en su paper sobre la estrategia de integración del pequeño agricultor, hace referencia a la evaluación de pequeños agricultores peruanos y cómo se unen para incorporarse en el proceso de internacionalización. Señala que la integración de productores, debe basarse en la cantidad de socios y su nivel o capacidad de producción, lo cual ayuda al incremento de la competitividad.

Por otro lado, en el paper titulado “Development of Organic farmers' cooperatives: The USA, The EU, and Ukraine” hace referencia a la promoción de las asociaciones y cómo estas generan un mejor desarrollo en el ámbito de las exportaciones. En dicho paper, se señala como la formación de las asociaciones, su financiamiento, y la implementación de proyectos en cooperativas orgánicas en diferentes países brinda una base importante para formular recomendaciones sobre cómo evitar errores y elegir las mejores soluciones en el proceso de exportación. (Romano,2018)

- Cantidad de socios
- Viabilidad de asociatividad.
- Promoción de asociatividad.

Indicadores de la variable dependiente

Calidad:

La calidad en las agroexportaciones, es un factor relevante en cuanto a la decisión de compra. El comprador final necesita tener la certeza de que el proveedor le brindará un producto que cumpla con todos los requisitos. Las empresas exportadoras, deben tener claro que mientras más se ajusten las especificaciones a lo que el consumidor quiere, se está hablando de calidad (MINAGRI,2015).

En el paper titulado “Sobre el “espíritu” de la calidad y la nueva racionalización de la producción de frutas y uvas en la Región de Murcia”, hacen referencia a los sistemas de calidad que se han implantado en el campo de la fruticultura intensiva en la Región de Murcia. De esta manera, se ha desarrollado una mejora en los procesos productivos y como esto, es un requisito necesario para la mejora de la calidad de los productos agrícolas y su aceptación en los distintos mercados (Pedreño & Ramirez, 2021).

Por otro lado, en el paper titulado “Brown spot in table grape Redglobe controlled in study with sulfur dioxide and temperature treatments” se analiza la calidad y las variables que dificultan los sistemas de exportación. Una de las principales variables son las normas de certificación y como ello, repercute en una óptima cadena de valor para el proceso de internacionalización. Es necesario señalar que las certificaciones fitosanitarias, son de gran ayuda para los productores para cumplir con los requisitos necesarios y mejorar los procesos de producción (Young, Choudhury & Gubler, 2020).

- Mejora en procesos productivos
- Certificaciones
- Proveedores y productores certificados

3.3.Proceso de muestreo: Tamaño y selección de la muestra

En la presente investigación se ha decidido optar por tres etapas que delimiten el tamaño de la población de estudio y, posteriormente, la muestra de investigación. En primer lugar, se obtendrá información sobre toda empresa exportadora peruana de uvas frescas en la región Ica en el periodo 2016-2020 mediante la herramienta de

Veritrade; de esta manera, se podrá obtener un panorama más amplio sobre todas las empresas en el rubro. En segundo lugar, se delimitará el tamaño de población de la presente investigación excluyendo a toda empresa peruana exportadora de uvas que no realice sus operaciones en la región Ica mediante el uso de información de SENASA y SUNAT. Finalmente, la presente investigación tiene como una de las variables independientes a la asociatividad; por lo tanto, se ha optado por delimitar la muestra de esta investigación a toda asociación de la región de Ica que exporte uvas frescas en el periodo 2016-2020.

3.3.1. Población de estudio

Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), indican que toda población de estudio debe tener relación con los objetivos de estudio para validar y darle solución al problema de investigación. Por lo tanto, al delimitar la población y obtener una muestra se deben tener en cuenta los aspectos similares para poder validar y obtener resultados concluyentes que abarquen las variables independientes y la variable dependiente de la presente investigación.

Por lo tanto, se optó por tomar como población de estudio a toda empresa que exporta uvas frescas en la región Ica. Es por ello que, se optó por delimitar el tamaño de muestra de nuestra investigación empezando por tener el total de empresas exportadoras de uvas frescas en el Perú mediante la información proporcionada en plataformas como Veritrade (Véase Anexo N° 8). Asimismo, con la información proporcionada en la plataforma Veritrade, se pudo delimitar por regiones la cantidad de empresas y asociaciones que exportan uvas frescas.

Teniendo en cuenta la cantidad de empresas que existen por región se pudo obtener que el número exacto de empresas que exportan uvas de la Región Ica son 44. Sin embargo, una de las variables en la presente tesis es la asociatividad. Por lo tanto, se obtuvo información sobre las asociaciones que exportan uvas frescas en la región Ica que dieron un total de 12 asociaciones, que en las siguientes páginas se detallan las características de cada asociación.

Tabla 5. Delimitación de la población de estudio

Delimitación de la población de estudio

Descripción	Total
Empresas exportadoras de uvas frescas a nivel nacional	284
Empresas exportadoras de uvas frescas de la Región Ica	44
Asociaciones exportadoras de uvas frescas en la región Ica	12

Nota: Elaboración propia

La tabla mostrada demuestra en líneas generales lo que se ha realizado en la presente investigación y se detallarán los detalles de la obtención de esta información con respecto a las plataformas que se han utilizado para obtener la muestra en el siguiente punto de tamaño selección de muestra.

3.3.2. Tamaño y selección de la Muestra

Para muestras grandes, se emplea una fórmula que involucra componentes como la proporción de éxito, nivel de confianza, margen de error. La fórmula es la siguiente:

$$n = [(Z^2) p. q. N] / [N. (E^2) + (Z^2). p. q]$$

Teniendo en cuenta que esta fórmula existe para la obtención de un número de empresas que deben ser seleccionadas como una óptima muestra para la presente tesis. Se debe considerar que en la región de Ica solo existen 12 asociaciones y cooperativas que exportan uvas frescas; por lo tanto, se ha tomado la decisión de encuestarlas para obtener la información necesaria en cuanto a la parte cuantitativa.

Asimismo, del total de las empresas exportadoras de uvas frescas en la región Ica que realizaron este proceso durante el periodo 2016-2020, el 28% son asociaciones, lo cual demuestra un número sólido a investigar en cuanto a su composición y forma de realizar el proceso de internacionalización de forma conjunta y qué factores impactan de forma positiva o negativa en este proceso.

El primer paso para la delimitación de la población y muestra de estudio empieza con la información facilitada por la plataforma Veritrade que permite visualizar y obtener la información sobre todas las empresas a nivel nacional que exportaron uvas frescas en el periodo 2016-2020. De esta forma se obtuvo el número de 284 empresas a nivel nacional que han exportado uvas frescas en el periodo de estudio.

El segundo paso que se realizó fue delimitar la población mediante la utilización de la información de plataformas como Veritrade y SUNAT para poder obtener el número y nombre de toda empresa exportadora de uvas frescas de la región Ica. De esta forma, teniendo en cuenta que la presente investigación está enfocada en ese sector, se necesitaba obtener esa información. Por lo tanto, se pudo confirmar la existencia de 44 empresas que exportan uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020.

Finalmente, teniendo en cuenta que la presente investigación tiene como una de las variables a analizar la asociatividad, se delimitó la muestra a todas las asociaciones que exportaron uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020. Esta información se pudo obtener debido a la Solicitud de Información al Portal de Transparencia de SUNAT mediante la información para el producto con la partida 0806100000 y se confirmó la existencia de asociaciones en cada correo que se envió a las asociaciones encuestadas (Véase Anexo N°8)

Con la investigación anteriormente mencionada, se pudo obtener la información de 12 asociaciones exportadoras de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020 que se detallan a continuación.

Tabla 6. Asociaciones exportadoras de uvas frescas de la región Ica

N°	ASOCIACIONES EXPORTADORAS DE UVAS FRESCAS DE LA REGIÓN ICA	N° RUC	CANTIDAD DE ASOCIADOS
1	AGRO PARACAS S.A.	20201146497	Cincuenta agricultores asociados
2	AGROEXPORTADORA AGF S.A.C	20603331860	Treinta agricultores asociados
3	AGRICOLA CHAPI S.A.	20372081831	Doce empresarios asociados
4	CORPORACION FRUTICOLA DE CHINCHA S.A.C.	20410065364	Seis empresas agrícolas asociadas
5	CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA S.A.	20501923428	Sesenta agricultores asociados
6	UVICA S.A.C.	20600697511	Cuarenta agricultores asociados
7	NEGOCIOS GENERALES AGROSER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	20600389352	Tres empresas agrícolas asociadas
8	KON SOL PERU S.A.C.	20540742554	Dos empresas asociadas
9	PRODUCTORA DE UVAS DE ICA S.A.C. - PROUVAS ICA S.A.C.	20494585686	Cuatro empresas asociadas
10	AGRICOLA RIACHUELO S.A.C.	20154697650	Cuatro empresarios asociados
11	AGRO VICTORIA S.A.C.	20318018856	Cinco empresas asociadas
12	AGRICOLA LA VENTA S.A.C.	20515349309	Setenta agricultores asociados

Nota: Elaboración propia

Asimismo, se desarrolló un breve resumen de cada asociación con la que se realizaron las encuestas en donde se detalla un poco de la historia, integrantes e información básica como su página web o logo de la asociación.

a. AGRO PARACAS

Agro Paracas se estableció en 1993, formado por un grupo de agricultores de los Valles de Pisco, Chicha e Ica, con el propósito de beneficiar a los productores. Es una cooperativa privada de agricultores y el primer año exportó 40.000 cajas de 5 kg.

Asimismo, aumentó rápidamente las inversiones de sus accionistas, siendo el mayor exportador en pocos años y estabilizándose en un volumen de 1.000.000 de cajas por año.



Figura 7. Logotipo de la Cooperativa Agro Paracas

b. AGROEXPORTADORA AGF S.A.C

Agroexportadora AGF está conformada por treinta agricultores e inició sus actividades en Julio del año 2018. Se encuentra ubicada en Mz. C Lote 11 Urb. San Antonio en la región Ica.

Esta asociación inicia sus actividades como una asociación importadora y exportadora de frutos y nueces de árboles o arbustos. Sin embargo, en los próximos años de su creación inició con pie derecho sus exportaciones de uvas frescas a países como Panamá y México.

c. AGRICOLA CHAPI S.A.

La asociación agrícola Chapi está conformada por un grupo de empresarios que, desde 1997, trabaja en el Perú afianzando su enorme potencial agro-exportador. El propósito de esta asociación es demostrarle al mundo la riqueza de la tierra peruana y sus frutos a través de Agrícola Chapi.



Figura 8. Logotipo de la Agrícola Chapi

d. CORPORACION FRUTICOLA DE CHINCHA S.A.C

Fruchincha fue fundada en 1999 y fue formada por la unión de seis empresas agrícolas dedicadas al cultivo de frutas principalmente en el Valle de Chincha. Esta asociación se fundó para comercializar su fruta en los exigentes mercados de exportación.

Esta asociación tiene como misión la de mantener el proceso de mejora de las frutas exportadas cumpliendo con los más altos estándares de calidad y seguridad, con un proceso productivo óptimo generado por la formación de un equipo humano altamente calificado, y con una firme convicción en el cuidado del medio ambiente y las comunidades vecinas.



Figura 9. Logotipo de la Corporación Frutícola de Chincha

e. CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA S.A.

Consortio de Productores de Fruta S.A. (CPF) fue fundada en marzo del 2001 por un grupo de productores de cítricos y palta, hoy en día el consorcio está conformado por más de 50 asociados, incluyendo otras variedades como granada y uvas de mesa al calendario de exportación.

El propósito de CPF es manejar toda la operación de exportación y servicio de comercialización para sus miembros.



Figura 10. Logotipo del Consorcio de Productores de Fruta S.A.

f. UVICA S.A.C.

Uvica S.A.C. es una asociación que inició sus actividades en Setiembre del año 2015 y tiene como misión el ser una empresa exitosa que desarrolla productos de agroexportación con calidad que requieren los mercados más exigentes, basados en altos niveles de gestión y conocimiento aplicando las normas de inocuidad alimentaria, seguridad y conservación del medio ambiente para poder generar fuentes de trabajo y beneficios para sus socios.



Figura 11. Logotipo de la asociación Uvica S.A.C.

g. NEGOCIOS GENERALES AGROSER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA

Es una asociación peruana del sector económico especializada en el cultivo de cereales y frutas iniciando sus actividades en marzo del año 2018. Está ubicada en la Mz. A Lote. 2 pasaje. Fernando León De Vivero (altura Cevichería Mogollón 3 Puertas) Ica - Ica – Ica



Figura 12. Logotipo de la asociación Agrosor

h. KON SOL PERU S.A.C.

La asociación Kon Sol Perú está ubicada en la Calle Tamarix Nro. 476 en la región Ica y está conformada por dos empresas agrícolas e inició sus actividades en noviembre del año 2014.

i. PRODUCTORA DE UVAS DE ICA S.A.C. - PROUVAS ICA S.A.C.

PROUVAS ICA SAC es una asociación agrícola dedicada a la producción de uva de mesa, para atender los exigentes mercados internacionales. Inició sus actividades en noviembre del 2018.



Figura 13. Logotipo de la asociación PROUVAS

j. AGRICOLA RIACHUELO S.A.C.

Empresa Agrícola dedicada al cultivo y exportación de frutas de la más alta calidad e inició sus actividades en junio del año 2013. Actualmente conformada por cuatro empresarios agrícolas que crearon la asociación para poder competir a nivel internacional.



Figura 14. Logotipo de la asociación Agrícola Riachuelo

k. AGRO VICTORIA S.A.C.

La asociación Agro Victoria se funda en el año 1995, ya que la familia Benalcázar se estableció de forma permanente en la zona de Pampa de Villacuri, siendo uno de los primeros esfuerzos para transformar suelos desérticos en tierras agrícolas; existía el potencial para un gran desarrollo, se necesitaba una decisión y se tomó en el mejor momento posible.

Después de muchos años de aprendizaje, se ha consolidado su producto en: uvas (variedades: superior, globo rojo y llama), arándanos y granadas. Actualmente son pioneros en la región de Ica en todas estas variedades, tanto en plantaciones como en mercados externos.



Figura 15. Logotipo de la asociación Agro Victoria

l. AGRÍCOLA LA VENTA S.A.C.

Agrícola la Venta fue constituida en febrero del año 2007 con 600 hectáreas de terreno agrícola, ubicadas en el departamento de Ica y con pozos de agua que proporcionarían 175 litros por segundo. En agosto de ese mismo año, se inició con la siembra de espárrago.

Desde el inicio de sus operaciones, tuvieron como preocupación central la de lograr productos de la más alta calidad en un entorno ambiental sostenible, así como también mejorar la productividad de los cultivos.



Figura 16. Logotipo de la asociación Agrícola La Venta

3.4. Mapeo de actores clave (MAC)

El Mapeo de Actores Clave se utiliza para la estructuración de una metodología básica que permita comprender los objetivos de la tesis, independientemente de la voluntad de los individuos. (Gutiérrez, 2007, citado por Tapella E.2007) Además, con ello se busca obtener un listado de los diferentes actores que participan en una situación o sector específico, conociendo sus objetivos y acciones que llevan a cabo.

Es importante señalar que, con el MAC, se identifica roles y poderes de los actores sociales más importantes, ya que permite recoger información en función de

las dimensiones sociales. Esta metodología es necesaria para fines interactivos, de análisis, estratégicos, planificación, etc. (Tapella E. 2007).

En la presente investigación, se ha identificado diversos actores para conocer sus diferentes perspectivas con respecto al tema de exportaciones del sector agrícola, especialmente de uvas frescas, y los factores: capacidad gerencial, asociatividad y calidad. Ha sido de gran importancia, reconocer los principales stakeholders y su relación con el tema en mención del presente estudio; y, de esta manera obtener la mayor información posible.

A continuación, se presenta un cuadro con los principales involucrados, entre los cuales se obtienen las entidades especializadas a expertos del Ministerio de Agricultura y Riego, Promperu, la Asociación de Exportadores (ADEX), Sierra y Selva exportadora, Provid y SENASA.

Tabla 7. Mapeo de Actores Clave

GRUPO	ACTOR	ENTREVISTADO	ROL	RELACION	JERARQUIZACION
Sector Público	MINAGRI	Ingeniero de Desarrollo de Oferta y Promocion Comercial de la Direccion de Agronegocios, Miguel Watts	Desarrollan estrategias alineadas para promover el desarrollo sostenible de la agricultura.	Buscan resaltar aquellos esfuerzos realizados para el sector de Uvas del Peru	Representa un nivel de aporte alto para la investigacion con respecto con respecto a la experiencia en el sector agricola.
Sector Público	PROMPERU	Especialista en Promocion de Exportaciones e Inversiones en la Oficina Comercial del Perú en Brasil, Percy Sanchez	Organismo tecnico especializado para la promocion del Peru, en materia de exportacion, turismo e imagen	Se menciona aquellas actividades implementadas para promocionar al sector.	Representa un nivel de aporte alto para la investigacion con respecto con respecto a la experiencia en el area de exportaciones.
Sector Privado	ADEX	Gerente de agroexportaciones de ADEX , Susana Yturry Farge	Asociacion del gremio empresarial ,líder en comercio exterior que promueve el desarrollo de las exportaciones	Permite conocer la perspectiva del sector privado sobre las exportaciones del sector agricola, asi como el tema de asociatividad de los pequeños productores.	Representa un nivel alto de aporte para la investigacion con respecto a las exportaciones del sector y el rol de los exportadores.
Sector Público	SIERRA Y SELVA EXPORTADORA- MIDAGRI	Ingeniero especialista responsable del programa de negocios de frutales de sierra y selva exportadora	Organismo encargado que impulsa la actividad economica de las zonas rurales de la sierra y selva de nuestro pais para lograr el acceso de los pequeños y medianos productores a los mercados.	Permite conocer el rol de los pequeños y medianos productores de las zonas rurales para desarrollarse en el comercio exterior.	Representa un nivel alto de aporte en la investigacion con respecto a las actividades de los productores y su entrada a los mercados internacionales

Sector Público	Asociacion de Productores de Uva de mesa del Peru- PROVID	Representante de Provid Manuel Enrique Yzaga Dibos	Asociacion sin fines de lucro que representa a los gremios de productores de uva de mesa del Peru.	Permite conocer el rol de los productores de Uva, promueve la calidad , investigacion y desarrollo de nuevas tecnologias , y vela por el cumplimiento de medidas fitosanitarias.	Representa un nivel alto de aporte en la investigacion , se basa en representar a los productores como asociaciones y su desarrollo dentro del sector de exportacion.
Sector Público	SENASA	Especialista en gestion de negocios en SENASA , Patricia Marañon Calderon	Organismo sanitario del Estado encargado de la fiscalizacion, certificacion de productos y subproductos de alimento inocuos para su consumo.	Permite la proteccion al pais del ingreso de plagas y enfermedades y brinda informacion sobre las diversas certificaciones de calidad.	Representa un nivel alto de aporte para la investigacion , con respecto al tema de calidad del producto en mencion.
Especialista- Sector Privado	EMPRESA AGRICOLA SAFCO PERU S.A.	Area de aplicaciones-Supervisor de cosecha de la uva,corte en campo y transporte a planta, Carlos Peña Calderon	Empresa dedicada a la producción, empaque y comercialización de frutas frescas.	Trabaja con los distintos actores del sector agroexportador peruano, exporta a distintos mercados mundiales.	Representa un nivel alto de aporte para la investigacion, con respecto al tema de calidad del producto y capacidad gerencial.
Especialistas/ Sector Privado	PROYECTOS TORINOS SAC	Gerente de Operaciones	Empresa dedicada a la producción y exportacion de frutas frescas	Trabaja con los distintos actores del sector agroexportador peruano, exporta a distintos mercados mundiales.	Representa un nivel alto de aporte para la investigacion, relacionado al tema de capacidad gerencial y calidad

Fuente: Elaboración propia

3.5. Instrumentación

Según Arbaiza (2014, citado por Andía & Palacios 2020) menciona que existen dos tipos de fuentes de información. La primaria, en donde se obtienen datos de primera mano; es decir, información obtenida de manera directa por parte de los actores involucrados y la secundaria que se obtienen de referencias bibliográficas que puedan complementar el tema de estudio.

Asimismo, para una investigación directa, la técnica más utilizada para lograr información es a través de encuestas. Además, es posible utilizar más de una técnica para la recolección de información, siempre y cuando estas se complementen entre sí y mediante la combinación de métodos cuantitativo y cualitativo se podrán reducir errores de muestreo que podrían presentarse.

En este sentido, la presente investigación utilizó las plataformas que la universidad facilita como Siicex, Veritrade, Trademap, entre otras, para obtener datos numéricos más recientes que ayuden a analizar el nivel de importancia que tiene el proceso de internacionalización de las uvas frescas en la región Ica en el periodo 2016-2020.

Asimismo, se profundizó en tesis o papers que se puedan encontrar en los recursos de investigación que nos facilita la universidad como Scopus, Science Direc, y Wos que contengan similitudes en cuanto a los factores que serán analizados y tengan una metodología cuantitativa, cualitativa o mixta que haya sido comprobada para poder obtener hallazgos y resultados importantes.

3.5.1. Técnica de recolección de datos: Investigación Cualitativa

Con respecto al enfoque cualitativo, según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), la recolección de datos en un trabajo de investigación depende del tipo de investigación que se está formulando ya que existen diversas técnicas como las entrevistas, y la misma observación.

Según Villegas y Yarlaqué (2018) en su tesis titulada “Factores que inciden en las exportaciones de jugo de maracuyá en la Región Lambayeque, periodo 2011-2016” se utilizaron a las entrevistas como una técnica de recolección de datos debido que se requirió obtener una información más detallada sobre los factores que se estaban analizando porque las exportaciones de jugo de maracuyá se estaban ejecutando debido a un crecimiento en la demanda internacional y demás factores externos que no

necesariamente estaban vinculados con las variables independientes que se habían formulado.

Además, según Montes (2018) en su tesis titulada "La asociatividad en los productores cacaoteros del VRAEM como estrategia de internacionalización", utilizó como técnica de recolección de datos a las entrevistas porque el factor asociatividad no era muy conocido ni familiar para el sector de investigación. Por lo tanto, se tuvo que profundizar más en el tema para poder desarrollar, posteriormente, las encuestas y poder explicar detalladamente a qué se refiere el término asociatividad para los cacaoteros del VRAEM.

Para este trabajo de investigación se emplearon entrevistas a profundidad cuyas preguntas han sido abiertas para tener mayor información sobre el tema investigado. Estas entrevistas han sido formuladas a expertos en el tema de exportaciones para que puedan indicar cómo los factores de capacidad gerencial, asociatividad y calidad influyen en las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020; para ello, se ha dado prioridad a profesionales institucionales, ya que se encuentran en constante contacto con las empresas exportadoras

Asimismo, las preguntas de la entrevista fueron validada por tres expertos que tienen amplia experiencia en el sector agrícolas y las exportaciones. Uno de los expertos es el ingeniero de Desarrollo de Oferta y Promoción Comercial de la Dirección de Agronegocios, Miguel Watts, que tiene experiencia en el desarrollo de estrategias para promover el desarrollo sostenible de la agricultura en el Perú. Además, otro experto que validó las preguntas de la entrevista fue la Gerente de agro exportaciones de ADEX, Susana Yturry Farge, que se especializa en el conocimiento de la perspectiva del sector privado sobre las exportaciones del sector agrícola, así como el tema de la asociatividad de los pequeños productores. También, el ingeniero especialista responsable del programa de negocios de frutales de sierra y selva exportadora, Guillermo Parodi, que se especializa en el conocimiento del rol de los pequeños y medianos productores de las zonas rurales para desarrollarse en el comercio exterior.

3.5.2. Técnica de recolección de datos: Investigación Cuantitativa

Con respecto al enfoque cuantitativo, según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), la técnica de recolección de datos mediante encuestas pretende generalizar los resultados de una población o la muestra de estudio.

Según Canchari & Carhuanchin (2017) en sus tesis titulada "Análisis de los factores que dificultan la asociatividad en las Cooperativas Agrarias Cafetaleras del distrito de Perené provincia de Chanchamayo y el impacto en su gestión empresarial sostenible" utilizaron las encuestas con un análisis de Likert para demostrar la asociatividad y su importancia en la provincia de Chanchamayo para poder tener un análisis objetivo y numérico que permita visualizar mejor lo que las cooperativas agrarias cafetaleras del distrito de Perené percibían.

Esta tesis ayudó a la presente investigación en cuanto a la importancia del análisis de Likert para poder validar cada variable tanto dependiente como independiente. Por lo tanto, teniendo en cuenta que la tesis de los autores Canchari y Carhuanchin estuvo enfocada en la asociatividad, se pudo seguir esa línea en el análisis de la presente tesis.

Según Brache & Felzensztein (2019) en su paper titulado "Exporting firm's engagement with trade associations: Insights from Chile" utilizó como técnica de recolección de datos a las encuestas porque se determinó que con esta técnica se obtiene una comprensión más precisa e imparcial de lo que se estaba analizando.

Es por ello que para este presente trabajo de investigación se recolectó información por medio de la elaboración de encuestas elaboradas con preguntas cerradas a escala de Likert del 1 al 5 dirigidos a las asociaciones y cooperativas exportadoras de uvas frescas en la región Ica por medio de medios digitales como correos electrónicos y mediante el acceso a Google Forms.

Al inicio de la encuesta se detalla que:

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = Desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente De acuerdo

Es importante mencionar que, la elaboración de las preguntas cerradas se realizará con el apoyo de la profesora Delia Cerna mediante un feedback que ella pueda facilitar a la presente investigación, debido a su experiencia.

Cabe resaltar que la presente investigación, antes de realizar las encuestas a las 12 asociaciones exportadoras de uvas frescas de la región Ica se profundizó sobre información más detallada como el correo electrónico y el número telefónico de la empresa debido a que en algunos casos la encuesta tuvo que ser por medio telefónico ya que al encuestado se le dificultaba el tema del llenado del Google Forms.

Asimismo, las encuestas se realizaron en el siguiente link de Google Forms:

<https://forms.gle/TA6bJgpmVVUmoZaJ9>

En el Anexo N°9 se puede observar los enunciados y cada parte de la encuesta que se estructuró de forma eficiente para poder obtener la información necesaria por cada encuestado y poder validar las hipótesis. Además, en el Anexo 10 también se puede observar el correo enviado y respondido por cada encuestado de las asociaciones, confirmando la respuesta a la encuesta.

3.5.3. Confiabilidad del instrumento cualitativo y cuantitativo

Arbaiza (2014) menciona que emplear instrumentos no validados previamente o no adaptados al contexto de estudio es un error que podría alterar la medición. Por lo que, el instrumento a utilizar deberá ser sometido a evaluación por expertos en el campo, profesores de la especialidad con un mínimo de tres jueces, quienes analizarán de forma exhaustiva cada ítems o indicador con relación a la variable de medición.

Así mismo, Arbaiza (2014) menciona dentro de los principales softwares de análisis al programa Atlas Ti, por tal motivo, para el desarrollo de las entrevistas se elaboró un cuestionario de preguntas y para el instrumento cuantitativo se realizaron enunciados en escala de Likert en base al perfil de cada encuestado y para obtener un resultado numérico se utilizaron los siguientes valores: 1, Totalmente en desacuerdo; 2, Desacuerdo; 3, Ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4, De acuerdo; 5, Totalmente De acuerdo.

Al inicio de la encuesta se detalla que:

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = Desacuerdo
- 3 = Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente De acuerdo

Con respecto al instrumento cualitativo, las preguntas fueron validadas por personas que trabajan en el ámbito de las exportaciones a nivel nacional. Por un lado, la Gerente de ADEX, Susana Yturry, validó e indicó que las preguntas a realizar a los entrevistados estaban correctas. Por otro lado, la especialista en gestión de negocios, Patricia Marañón, también afirmó que la lista de preguntas a entrevistar era concreta y precisa para poder obtener una información relevante para la presente tesis.

Asimismo, para el desarrollo de la presente investigación, se utilizó una encuesta aplicada a las asociaciones para analizar el instrumento cuantitativo en el cual se podrá evaluar la relación entre las variables. Cabe indicar que la encuesta se realizó utilizando un lenguaje adecuado para que puedan ser resuelto por diferentes integrantes de las organizaciones, por ende, la encuesta se aplicó a los presidentes, gerentes, personal administrativo y a los socios productores de las asociaciones. Por lo tanto, se realizó la validación de fiabilidad por consistencia interna mediante el cálculo del Alfa de Cronbach obteniendo un resultado de 0,869 que se puede interpretar con lo mencionado por Arbaiza (2014) en el que determina la confiabilidad de un coeficiente cuando tiene una puntuación de 0.90 que indica una confiabilidad elevada, un coeficiente de 0.75 es un resultado aceptable y un 0.25 es de baja confiabilidad.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.869	11

Nota: Elaboración propia

Por lo tanto, con un coeficiente de 0.869, se considera que la encuesta tuvo una confiabilidad aceptable.

3.6. Aspectos éticos de la investigación

La investigación tiene como finalidad determinar si la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad están relacionadas con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020. Para ello, se analizaron las asociaciones y cooperativas del sector en dicha región.

A través de la investigación se busca conseguir un documento de apoyo para las empresas pertenecientes a asociaciones o cooperativas y entidades relacionadas y, de esta manera, que se aplique como base para algunos estudios o proyectos de investigación a desarrollar en la Región de Ica, con el fin de promover su internacionalización

Adicionalmente, se utilizaron entrevistas y encuestas para constatar algunos de los puntos identificados por medio de las fuentes bibliográficas, siendo las entrevistas realizadas por llamadas telefónicas y debidamente grabadas; y las encuestas, respondidas por Google Forms y llamada telefónica. Tanto las entrevistas como encuestas, se obtuvieron por contactos disponibles de las entidades en mención, así como por referencias brindadas por los entrevistados.

CAPÍTULO IV. DESARROLLO Y APLICACIÓN

Según Bernal (2010, como se citó en Arbaiza 2014) este capítulo consiste en procesar la información recolectada de la población y según el método elegido generar resultados que serán analizados según los objetivos e hipótesis de la investigación. El mismo autor menciona que para realizar el procesamiento de datos es necesario elegir la herramienta adecuada, es decir, el programa en que se va a procesar la información según el enfoque cualitativo, cuantitativo o inclusive ambos métodos pueden combinarse.

4.1.Desarrollo Cualitativo

En el presente punto, la investigación que se obtiene en base a las entrevistas, debe ser detallada y analizada en un contexto explicativo. Para el análisis cualitativo, se deben considerar tres aspectos importantes: En caso se realicen entrevistas para obtener la mayor información posible, estas deben ser transcritas con mucho cuidado, para posteriormente analizarlas de manera cuidadosa y como último paso, filtrar los datos más relevantes, haciéndose las comparaciones pertinentes que permita obtener un resultado (Arbaiza,2014).

Para el presente estudio, se ha recopilado información de distintos expertos del sector agrícola, principalmente de uvas frescas relacionándolo a los factores: capacidad gerencial, asociatividad y calidad. Los entrevistados, a través de su experiencia laboral, han explicado sus puntos de vista y opiniones con respecto al tema en mención, y como se han ido desarrollando las exportaciones en el periodo 2016-2020.

4.1.1. Perfil de los entrevistados

En el desarrollo de la tesis se establecieron actores clave, los cuales poseen una amplia experiencia tanto en el sector agrícola y de exportaciones, como en el tema de asociatividad de los productores y empresas, y la calidad e inocuidad del producto.

Dentro de los entrevistados se tienen a profesionales como: ingenieros agrónomos, con experiencia en seguridad alimentaria, especialistas en cultivos frutales; economistas y administradores con experiencia en comercio exterior,

promoción comercial, gestión de negocios y agronegocios. Pertenecientes tanto al Sector Público y Privado como: MINAGRI, SENASA, PROMPERÙ, Sierra y Selva Exportadora, ADEX, Provid y empresas exportadoras como: Agrícola Safco Perú y Proyectos Torino SAC.

Por tal motivo, se presenta a continuación un resumen breve de cada entrevistado, donde se detalla su perfil profesional, cargo actual e institución a la que pertenecen.

Tabla 8. Expertos entrevistados

ENTREVISTADO	PERFIL PROFESIONAL	CARGO ACTUAL	INSTITUCION	GRUPO DE ACTORES
Percy Sanchez	Economista de la Universidad de Lima	Consejero Económico Comercial- Promoción de Exportaciones e Inversiones de la Oficina Comercial del Peru en Sao Paulo - Sector Agrícola	PROMPERU	Sector Público
Susana Yturry Farge	Master of Business Administration (Global MBA) - Especialista en promoción comercial en ferias internacionales en Asia, EEUU y Europa, en Marketing y Estrategia, e-marketing, key performance indicators y desarrollo de planes de ingreso a mercados internacionales, y campañas de promoción comercial.	Gerente de Agro exportaciones en Asociación de Exportadores	ADEX	Sector Privado
Guillermo Parodi Macedo	Profesional senior catedrático y especialista en cultivos frutales tropicales, subtropicales y frutos berries de agroexportación Fisiología de la producción y poscosecha. Gestión y articulación comercial en frutas de exportación.	Ingeniero Especialista responsable del Programa de Negocios de Frutales	SIERRA Y SELVA EXPORTADORA	Sector Público
Miguel Angel Watts Gonzalez	Ingeniero agronomo de la universidad Agraria de la Molina.	Ingeniero de Desarrollo de Oferta y Promoción Comercial de la Dirección de Agro negocios	MINAGRI	Sector Público
Patricia Marañon Calderon	Ingeniera Agrónoma, con experiencia laboral en seguridad alimentaria, desarrollo rural, comercialización de productos y acceso a mercados. Asimismo, en sanidad e inocuidad de los alimentos, producción y extensión agrícola.	Especialista en gestion de negocios	SENASA	Sector Público
Carlos Peña Calderon	Ingeniero Agronomo Universidad Nacional Gonzaga San Luis y Administrador en IPAE	Area de aplicaciones-Supervisor de cosecha de la uva,corte en campo y transporte a planta	Empresa Agricola Safco Perú	Sector Privado
Manuel Enrique Yzaga Dibos	Licenciado en Administracion de empresas	Presidente de la Asociacion de Productores de Uva de Mesa del Peru	PROVID	Sector Público
Josè Armando Bravo Reyner	Licenciado en Administracion de Negocios Internacionales. Diplomado en Gerencia Empresarial. Diplomado en Trobe University	Gerente de operaciones, Proyectos Torinos SAC	Proyectos Torino SAC	Sector Privado

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. Análisis y resultados de las entrevistas

Para el análisis cualitativo, se realizaron entrevistas a 8 especialistas expertos en el tema de investigación. Las preguntas fueron realizadas en base a las variables planteadas como lo son la capacidad gerencial, asociatividad y calidad. Como primer paso se tuvo que transcribir las entrevistas realizadas a los expertos en el sector agrícola y en comercio exterior, las cuales se encuentran en el Anexo 4. Luego, fueron analizadas utilizando el Software Atlas.ti 9, para lo cual se procedió a clasificar la información en categorías, también denominadas códigos. Con ayuda de dicho Software, se crearon 13 códigos, los que se basaron en principales puntos del tema de investigación. A continuación, se presentan las categorías seleccionadas:

Nombre	Enr...	Densid...
◇ Incremento de volumen de ex...	8	2
◇ Desempeño de exportaciones	7	
◇ Productores y proveedores cer...	8	1
◇ Capacidad Gerencial	7	
◇ Acceso a Mercados	13	1
◇ Capacitaciones	10	
◇ Experiencia en sector agrícola	12	1
◇ Cantidad de socios	9	1
◇ Asociatividad	15	
◇ Calidad	17	
◇ Mejora de procesos productivos	13	
◇ Promoción de asociatividad	11	1
◇ Certificaciones	10	

Figura 17: Códigos creados en Atlas.ti 9 según las entrevistas a expertos. Elaboración Propia, obtenido de Atlas.ti 9.

Con el análisis de las entrevistas se pudo conocer la opinión de los expertos con respecto a las categorías mencionadas, frente a los factores de capacidad gerencial, asociatividad y calidad y a continuación, se presentarán los resultados a las entrevistas realizadas a los expertos.

4.1.2.1. Análisis y resultados de las entrevistas

Objetivo General: Determinar si la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad están relacionadas con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020.

i. Resultado de entrevistas a expertos respecto al “Desempeño de exportaciones de uvas frescas”

Los 8 entrevistados dieron a conocer su opinión con respecto al incremento del volumen de las exportaciones de uvas frescas y la rigurosidad en cuanto al acceso a los mercados entre el periodo de estudio. En la Figura 18, la cual fue obtenida del software Atlas.ti, se observa el grafico de red con los indicadores de la categoría del desempeño de las exportaciones. En este punto, se muestran las opiniones e ideas más resaltantes de los entrevistados. y se explica la relación de dicha categoría y su relación con los factores antes mencionados, basándonos en el sector agrícola de uvas frescas.

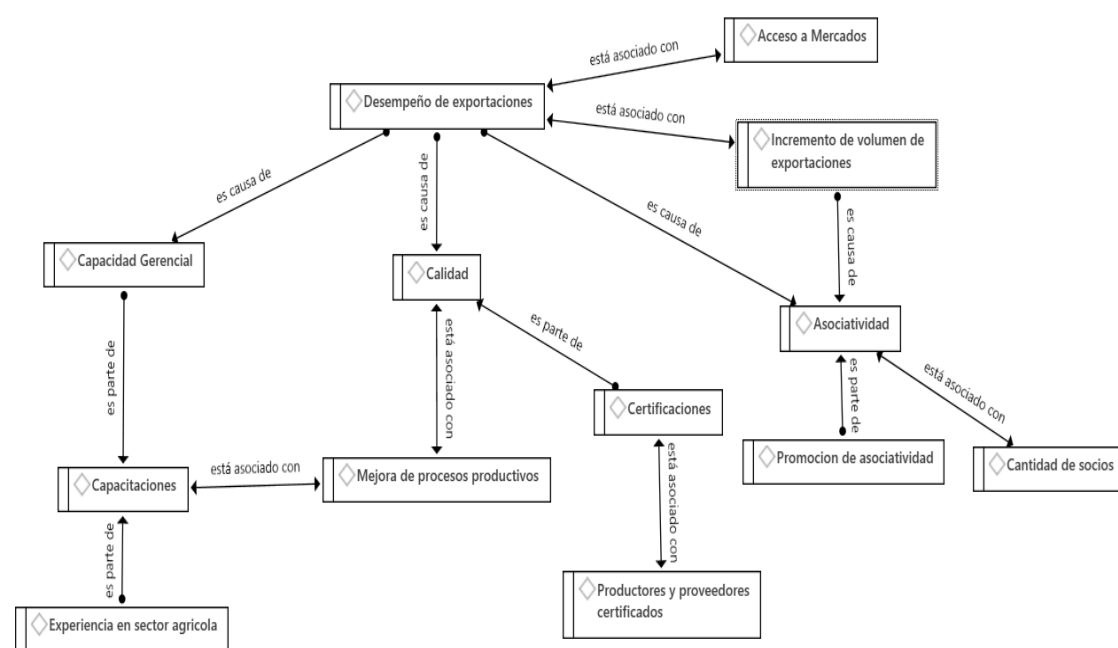


Figura 18: Gráfico de red del Desempeño de exportaciones según las entrevistas a expertos. Elaboración Propia, obtenido de Atlas.ti 9.

Al principio de las entrevistas los expertos empezaron dando su opinión sobre el incremento del volumen de las exportaciones de uvas frescas entre los años 2016 al 2020 y que tan riguroso consideran el acceso a los mercados internacionales.

De acuerdo con el experto Sánchez (2021), es muy interesante como han ido creciendo las exportaciones de uvas cada año. Señala que rodeamos los 530 millones de dólares en exportación de dicho producto. Por otro lado, Watts (2021) señala que este incremento del volumen de exportaciones, se debe a que Perú tiene una gran ventaja comparativa al estar en contra estación de los principales mercados del hemisferio Norte, lo cual permite aprovechar esas ventajas comerciales. Además, muchos productores y exportadores han apostado por aumentar la superficie agrícola, lo cual ha ayudado a que haya una mayor oferta exportable, los empresarios han apostado por el cultivo, pese a que requiere de una alta inversión

Yturry (2021) y Peña (2021) coinciden que pese a la coyuntura por la que se atravesó en el 2020 con respecto a la pandemia, las exportaciones de uvas no se vieron afectadas, ya que el Estado ha servido de apoyo con leyes agropecuarias y ha ayudado a que las empresas crezcan. Además, debido a la pandemia, la gente demande y consume más productos naturales, ricos en vitaminas y proteínas, por lo que ha generado un impacto en las exportaciones de uvas durante ese año.

A continuación, se muestran algunas citas referentes a las opiniones sobre el incremento del volumen de exportaciones de uvas frescas:

“Refleja el excelente trabajo que el Perú ha ido haciendo en esos últimos 4 o 5 años, respecto a la apertura del mercado y asegurar una oferta que representa la calidad deseada por los consumidores finales, eso demuestra muy claramente la notable capacidad que la empresa privada nacional ha tenido en el desarrollo agroexportador de la uva de mesa” (Parodi, 2021).

“El crecimiento de las empresas va en aumento, tanto en el terreno que cubren como en la calidad de los productos, además de tener más áreas cultivables, tenemos también un mejor conocimiento” (Peña, 2021).

Por otro lado, con respecto a la rigurosidad de acceso a los mercados internacionales, los expertos señalan que Los consumidores de alimentos en el mundo cada vez están más preocupados y sensibilizados con este tema de la calidad, la inocuidad de los alimentos, y de que los productos tengan algún valor agregado, que sean orgánicos, y producidos bajo comercio justo. Por ello es necesario que antes de vender un producto, debes pasar por una negociación sanitaria, es decir que el país autorice la entrada de dicho producto (Sanchez, 2021).

Parodi (2021) señala que el acceso a los mercados es muy riguroso, dependiendo del destino establecen restricciones muy sólidas para asegurarse que sus consumidores obtengan un producto inocuo, que cumpla con los estándares y exigencias del propio mercado. El entrevistado comenta que el tema de inocuidad, es muy importante, ya que hay restricciones en cuanto agroquímicos y otros componentes, los cuales pueden afectar la salud de los consumidores finales.

A continuación, se desarrollan las opiniones sobre el inicio al proceso de internacionalización.

“El ingreso o acceso a mercados internacionales depende de cada país, pero los países en donde la uva peruana entra son países con estándares muy altos de calidad y que exigen certificaciones y evaluaciones en campo del más alto nivel y la uva peruana los cumple” (Yturry, 2021).

“Una de las grandes barreras que tiene el acceso a los mercados es el tema sanitario, muchas veces las negociaciones no terminan de cerrarse por justamente esos temas, el tema de plagas, sanidad agraria e inocuidad agroalimentaria porque no se tienen claro cuáles son los parámetros que van a regir al producto.” (Marañón, 2021).

“Todos los mercados son exigentes, lo que pasa es que unos tienes costumbres diferentes a otros, entonces, por ejemplo, si te vas a los mercados árabes, te pagan un buen precio sin importar que la uva verde tenga tonos amarillentos, siempre y cuando tengan mucha azúcar; pero si te vas a USA, esa uva no la vendes porque quieren un color verde perfecto, los términos o lo que significa calidad Premium para algunos, puede ser que para otros no” (Yzaga, 2021).

Finalmente, los expertos mencionan que Perú ha negociado con distintos países como USA, UE, China, Brasil, entre otros para ingresar a sus mercados, demostrando que el producto que se ofrece no va a afectar el agro de cada país ni a sus consumidores, esa barrera es la más complicada de pasar, pero Perú ha logrado superarla en la mayoría de mercados y se ha posicionado con un producto de alta calidad, por ello las exportaciones ha ido creciendo (Sanchez, 2021).

ii. Resultado de entrevistas a expertos respecto al Objetivo Especifico 1: “Determinar si la capacidad gerencial está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020”

De acuerdo a las 8 entrevistas realizadas, los expertos señalan que las “Capacitaciones” y la “Experiencia en el sector agrícola” son parte de la Capacidad Gerencial, tal como se puede observar en la Figura 19, la cual fue obtenida del software Atlas.ti 9.

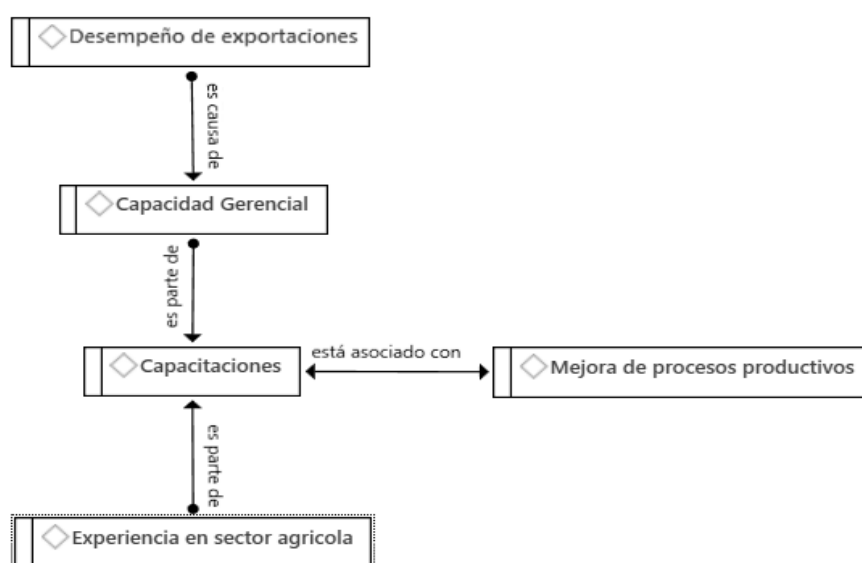


Figura 19: Gráfico de red de la Capacidad Gerencial según las entrevistas a expertos. Elaboración Propia, obtenido de Atlas.ti 9.

Con respecto a la capacidad gerencial, los expertos coinciden en que es necesario que los directivos conozcan el mercado internacional, las tendencias, lo que otros países producen, conocer los canales de comercialización del producto, conocer las regulaciones, requisitos de acceso, temas de comercio exterior. Eso le permite tener un mejor conocimiento de todo lo que abarca el sector y así mejorar en la toma de decisiones, frente a los problemas que puedan presentarse (Sánchez, 2021).

Por otro lado, la capacitación constante es fundamental porque ayuda a desenvolverse en dicho sector. Yturry (2021) señala que los gerentes de las empresas, sobre todo de las pequeñas empresas, conozcan no solo el trabajo de campo, sino

también se capaciten en cuanto a gestión comercial internacional, que busquen talleres, cursos, especializaciones para poder capacitarse y así manejar de una mejor manera sus exportaciones. Yzaga (2021) señala que es muy importante invertir en capacitación. El gerente debe estar capacitado y también, ser consciente de capacitar a su equipo. Tal como indica los siguientes expertos:

“Es muy fácil, a veces, gerenciar/dirigir una empresa con temas administrativos, pero si vamos a enfocarnos netamente en exportación, es muy importante que el gerente general tenga el conocimiento agrícola, de agro exportaciones o algo muy cercano al tema porque es básico” (Bravo, 2021).

“El gerente debe estar capacitado, sobre todo en capacitación técnica, producción, sanitario, riego y calidad, porque al final son ellos los que dan las ordenes, se encargan de la toma de decisiones por más que tengan a una persona encargada de cada área” (Peña,2021).

Finalmente, con respecto a la experiencia en el sector agrícola es necesaria por parte por parte de los gerentes o directivos, ya que deben estar informados para apoyar decisiones de inversión, no solo de la parte comercial sino también productiva. En Perú hay cada vez empresas más grandes, que producen uvas, hay comités de trabajo, hay un manejo más profesional de la parte de la gestión de la empresa, por ello es necesario que se empapen de todo el conocimiento, desde los procesos productivos hasta los comerciales (Sanchez, 2021) , así como lo indican los siguientes expertos:

“El solo hecho de conocer cómo se cultiva un producto y como se le genera valor para que sea de calidad de exportación, ya es fundamental para que los directivos de las empresas puedan tomar las mejores decisiones que lleven adelante a la empresa a la que representan por el bien de todos los colaboradores” (Watts, 2021).

“Considero que los empresarios que quieran incursionar en las agro exportaciones conozcan desde todos los puntos de la cadena como es que se maneja el sector, desde la perspectiva de los agricultores, del sector público, que es el que te tiene que dar todos los permisos, son un montón de aristas que si son necesarias”

Según lo mencionado, se puede entender que la experiencia en el sector agrícola es indispensable para entender cómo se maneja todo el proceso desde la producción hasta la comercialización. Se puede obtener mejores resultados si los

gerentes o directivos entienden los temas técnicos del campo hasta la parte gerencial, lo cual ayudará a obtener mejores resultados para la toma de decisiones (Marañón.2021).

iii. Resultado de entrevistas a expertos respecto al Objetivo Especifico 2: “Determinar si la asociatividad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020”

De acuerdo a las 8 entrevistas realizadas, los expertos señalan que la “Cantidad de socios” y la “Promoción de la asociatividad” son parte de la categoría de Asociatividad, tal como se puede observar en la Figura 20, la cual fue obtenida del software Atlas.ti 9.

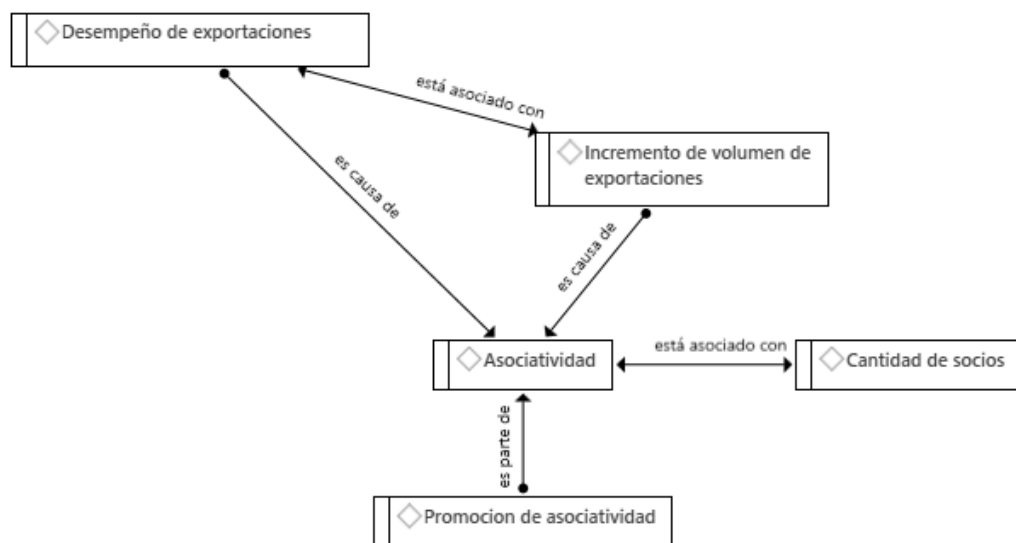


Figura 20: Gráfico de red de la Asociatividad según las entrevistas a expertos. Elaboración Propia, obtenido de Atlas.ti 9.

Con respecto al tema de asociatividad, los expertos al contestar la primera pregunta de si la cantidad de socios influye positivamente en el desempeño de las exportaciones, señalaron que la gente que se asocia debe tener los mismos niveles de productividad. Sánchez cita el siguiente ejemplo:

“Un socio puede tener 10 MT de uva y otro 3 MT de uvas, entonces debe haber una asociatividad con los mismos estándares, porque el estándar garantiza que todos tengan la misma calidad, porque eso es lo que el cliente va a requerir, que el producto sea homogéneo, que en conjunto tenga el mismo tamaño, color, etc” (Sanchez, 2021).

Según Watts (2021) señala que la asociatividad es fundamental, porque reúne a varios pequeños productores, los cuales poseen pocas hectáreas de tierra y dicha cooperación los ayuda a salir juntos al mercado y así, tener una economía de escala que les permita conseguir insumos a bajo precio y poder negociar en conjunto. Es necesario tener en cuenta que la asociatividad cumple un rol importante cuando se trata de pequeños productores o agricultores, ya que son la fuerza laboral del sector agrícola.

“Mientras más socios quiere decir que son más pequeños agricultores que se suman a esa asociación y que tratan de estandarizar en la medida de lo posible el tipo y calidad de uva que sacan. Mientras más socios son, es más difícil generar una estandarización del producto; sin embargo, no es imposible, si se puede lograr, pero dependerá del nivel gerencial que debe tener las cabezas de las asociaciones” (Yturry, 2021).

Por otro lado, con respecto a la promoción de la asociatividad, Sánchez (2021) comenta que la uva es un producto caro, y se debe realizar una gran inversión, por ello resulta mejor una inversión asociada que reduzca costos. Yturry (2021) también señala que la inversión en promover la asociatividad es necesaria, ya que ayudará a mejorar e incrementar las exportaciones de los pequeños productores o agricultores, brindándoles más capacitaciones mediante la inversión en investigación y desarrollo. Así también lo señala Marañón (2021):

“...Las empresas que trabajan con pequeños productores en distintas parcelas y que se dedican a invertir en capacitarlos como si fueran parte de la empresa, para que los productos que ellos comercialicen tengan la misma calidad como si estuvieran en el mismo fundo, esto no solo aporta a la asociatividad y a la economía del pequeño productor sino también le permite a la empresa tener una mayor oferta, mayor volumen de ventas” (Marañón, 2021).

Finalmente, es importante resaltar que la asociatividad beneficia en gran medida a la exportación, tanto al agricultor como al exportador, debido a que agiliza la logística, la veracidad en la calidad y en el volumen de ventas (Bravo,2021).

Sánchez, Watts & Parodi (2021) coinciden en que la asociatividad, se relaciona de manera positiva a las exportaciones debido a que genera una mayor oferta exportables. También señalan, que es necesaria, ya que los socios o integrantes tienen objetivo y metas en común, lo cual hace que se complementen y se beneficien. A continuación, algunas citas de los entrevistados referentes al tema en mención:

“...entonces hablamos de uniformidad, de calidad, y de volumen de fruta, porque a veces trabajar independientemente o individualizarte, no vas a tener el mismo desempeño que juntándote con 20 agricultores” (Bravo, 2021).

“...Por ejemplo: si tú llegas a un punto A, necesitas a alguien que este en el punto B y a ese le falta el punto A, ¿por qué no juntarse? Se complementan y que tengan el mismo fin común, el mismo objetivo” (Yzaga, 2021).

“El trabajo en equipo, también va a ser bastante esencial, ya seas exportador o productor, siempre va a haber algo que la otra empresa no tenga, ya sea cliente, producto, etc. Entonces asociarte siempre va a traer mejores resultados” (Bravo, 2021).

iv. Resultado de entrevistas a expertos respecto al Objetivo Especifico 3: “Determinar si la calidad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020”

De acuerdo a las 8 entrevistas realizadas, los expertos señalan que la “Certificaciones” y la “Mejora en los procesos productivos” están asociados categoría de Calidad, tal como se puede observar en la Figura 21, la cual fue obtenida del software Atlas.ti 9.

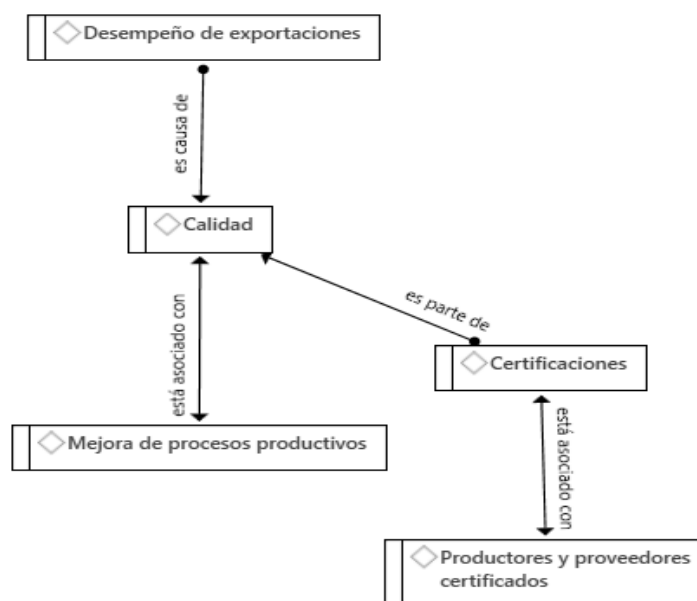


Figura 21: Gráfico de red de la Calidad según las entrevistas a expertos. Elaboración Propia, obtenido de Atlas.ti 9.

En cuanto a la calidad, los expertos señalan que es un factor muy importante, ya que es uno de los componentes clave en una oportunidad de mejora en términos comerciales, lo demandante define que un producto de calidad es un producto deseado. Por lo tanto, si la cantidad se mantiene o mejora, siempre va a tener más oportunidades de negocio en los mercados internacionales (Parodi,2021). Los mercados de destino, dan por hecho que la Uva que se exporta de Perú es de alta calidad, ya que cumple con todos los estándares que requieren, se rigen por normas internacionales y cumplen con las características que demandan los mercados en cuanto a calibre, color, grados, variedad, grados brics, que no posea residuos de plaguicidas, etc (Watts,2021).

A continuación, algunas citas referentes al factor de calidad:

“Fidelizar a tus clientes significa darles la misma calidad que le has ofrecido o incluso mejorarla. Es más inversión, más trabajo, más Investigación y Desarrollo, pero es lo único que va a asegurar que la reputación de las exportaciones se mantengan en el tiempo” (Yturry, 2021).

“Si o si la calidad es una variable, para que te posiciones como un buen exportador o no” (Bravo, 2021).

En cuanto a las certificaciones, juegan un papel muy importante. Las certificaciones sirven para que el comprador este seguro que lo que consume posee

buenas prácticas de producción, el trabajo no esclavo, o si es producto orgánico. Las certificaciones son puntos a favor, para el caso agrícola, lo mínimo que exigen los países es una certificación de buenas prácticas agrícolas, como global GAP. El cual es un protocolo que garantiza a los consumidores que el producto ha sido producido bajo estándares de buenas prácticas agrícolas, de calidad, inocuidad, y muestra la seguridad de su consumo (Watts,2021).

Yturry & Parodi (2021) señalan que las diversas certificaciones y programas que existen ayudan a mantener un nivel de calidad superior de los productos, lo cual es una condición esencial para ser competitivos, ya que generan un valor agregado al producto. Bravo (2021) hace referencia que mientras los mercados van creciendo, lo que se buscan es obtener mayores certificaciones como la Global GAP, SMETA, entre otros. Para cada mercado se va a requerir certificaciones especiales para poder posicionarse, de esta manera se obtendrá una mayor posibilidad de ser comercializada a nivel internacional.

“Mientras más certificaciones, tu fruta va a tener mayor posibilidad de ser comercializada a nivel internacional en cualquier mercado, no solamente al mercado mayorista sino a supermercados como Walmart, piden ciertas certificaciones mínimas para ingresar a sus anaqueles” (Bravo, 2021).

También es importante, tener proveedores y productores certificados, ya que son quienes sostienen toda la cadena de producción. Si tus proveedores están certificados y son reconocidos, esto genera un mayor valor y por lo tanto mejor oportunidad de exportación. (Parodi,2021). Como señala Marañón (2021), tener proveedores o productores certificados, garantizan que poseen buenas prácticas en el proceso de campo, durante la cosecha y postcosecha, lo cual da como resultado menor probabilidades de que rechacen tu producto en los distintos mercados de destino.

“Obviamente que nuestros productores y proveedores tienen que ser de calidad y certificados porque, por ejemplo, había materias activas que estaban haciéndose prohibidas y si tenemos un proveedor que no este certificado, nos puede vender un producto con esa materia activa prohibida y que, a la hora de nuestra cosecha, nuestros resultados salen con residuos tóxicos...” (Bravo, 2021)

Por último, en cuanto a la mejora de procesos productivos es un tema importante, ya que se logra reducir tiempos. Es necesario que los productores inviertan

en mejoras de campo para facilitar las labores de cosecha, si invierte en maquinaria, mecanización, en su planta empacadora o en una buena cadena de frío, hará que el producto tenga una mejor calidad. (Watts, 2021). Esto, también se verá reflejado en la reducción de costos, en una mejor presentación de producto, en la competitividad, por mayor calidad y más inocuidad y eso influye en la capacidad de exportación (Parodi, 2021).

Marañón (2021) señala que la mejora en el proceso productivo, no solo te brindara un producto de calidad, sino también un producto con menos probabilidades de exportar plagas o algún patógeno como microorganismo que no esté normado para el mercado. El hecho de tener los procesos claros es importante por el tema de plagas, porque así le garantizamos al consumidor un producto inocuo. Tal como indica otro de los expertos:

“Con los procesos productivos originas eso y evitas que tu uva se deshidrate, que no le entren plagas, que el color sea el indicado, que sean aromáticas, por ello es necesario la investigación porque en todos los puntos tienen un pequeño lote de experimentales” (Peña, 2021).

“...análisis de suelo, sacar las dosis exactas de fertilizantes que se necesitan, hacer un manejo integrado de plagas, de cultivo, monitorear el avance de plagas para tomar decisiones en lo que respecta a la aplicación de productos, ver variables agro meteorológicas, tener estaciones de monitoreo del medio ambiente, ver temperatura, clima, horas de sol, etc. Todos esos desarrollos que son los que se aplica al producto harán que se tenga mayor calidad” (Watts, 2021).

Como indica Bravo (2021), el desempeño productivo es vital, todo empieza en campo. Si se tiene un buen nivel de producción y un buen manejo de los procesos, se tendrá un buen desempeño en las exportaciones. Para ello, es necesario tener capacitaciones o asesorías en los campos. Una constante mejora o innovación en dichos procesos, garantiza una mejor calidad de uvas.

4.2. Desarrollo cuantitativo: Análisis de datos

Para el segundo análisis, se realizó un cuestionario de preguntas en escala de Likert relacionadas a las variables y dimensiones de la investigación que fueron validadas por 3 expertos en el sector de exportaciones de uvas frescas. Se estableció contacto con los presidentes, gerentes, personal administrativo y con los socios

productores de las asociaciones exportadoras de uvas frescas a quienes se les explicó que su colaboración es importante para la investigación. Posterior a la recolección de información cuantitativa, se procedió a analizar la información desde el programa SPSS.

4.2.1. Desarrollo del método estadístico elegido

Antes de contactar a las asociaciones, se elaboró la encuesta con preguntas enlazadas a las variables y dimensiones de la tesis. Posterior a ello, se procedió a validar la encuesta con 3 expertos en el sector, los mismos que tienen experiencia en el sector agrícola y la exportación de uvas frescas y quienes nos brindaron un feedback de los enunciados.

Posterior a la elaboración de la encuesta, teniendo la información de las asociaciones como se menciona en el capítulo III de la presente investigación, se contactó con las asociaciones por referencias laborales, directorio regional de Ica y página web de la organización. Cabe mencionar que estas encuestas fueron resueltas por representantes de las asociaciones encargados del área comercial y con experiencia para poder desarrollar la encuesta. De esta manera, se pudo un mejor análisis se ha logrado que los socios productores resuelvan dicha encuesta.

En cuanto al desarrollo estadístico de la investigación actual, se optó por utilizar el software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Para este desarrollo, se utiliza la prueba estadística de correlación Rho Spearman, ya que utilizando esta técnica Vara (2012, como se citó en Arbaiza 2014) menciona que se utiliza para determinar la relación entre variables. Así mismo dicha técnica permite conocer la existencia de correlación entre variables y también conocer la intensidad de esta relación, mientras que la utilización de otros análisis como el Chi-cuadrado o el análisis factorial solo muestran la existencia de relación entre las variables, mas no la magnitud de esta relación. Por tal motivo, se utilizará la técnica de Rho Spearman.

4.2.2. Análisis Cuantitativo

Las encuestas fueron resueltas por 12 personas pertenecientes a las 12 asociaciones anteriormente mencionadas en el capítulo III de la presente investigación. Cabe indicar que se recopiló información de los presidentes de las asociaciones y

personal administrativo encargado del área comercial para poder analizar el resultado en conjunto.

Asimismo, se debe tener en cuenta que las encuestas fueron realizadas en una escala de Likert, donde 1 significa que el encuestado está Totalmente en desacuerdo con el enunciado, y 5 significa que el encuestado está totalmente de acuerdo con el enunciado.

Enunciado 1: El acceso a los mercados ha aumentado en los años 2016-2020

Tabla 8: Acceso a los mercados ha aumentado en los años 2016-2020

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Acuerdo	5	41,7	41,7	41,7
	Totalmente De Acuerdo	7	58,3	58,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, obtenido del SPSS.

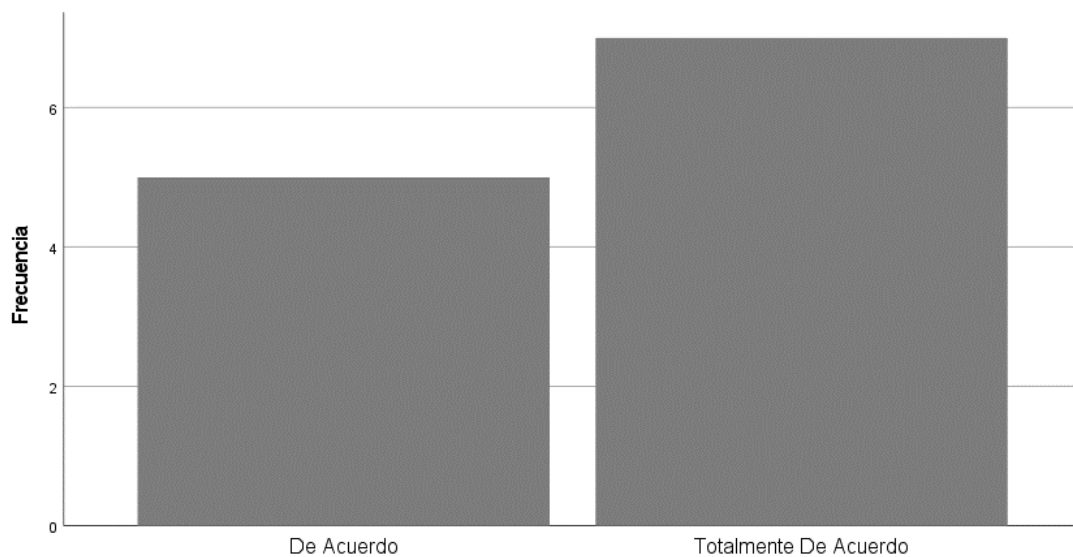


Figura 22. Acceso a los mercados ha aumentado en los años 2016-2020
Elaboración propia obtenida del SPSS.

Análisis:

Tal como se aprecia en la tabla 8, el 58.3% de los encuestados indican que están totalmente de acuerdo en que el acceso a mercados ha aumentado en los años 2016-2020. Asimismo, el 41.7% de los encuestados indican que están de acuerdo en que el acceso a mercados no ha aumentado; por lo tanto, existe un real y alto consenso en que sí ha existido un aumento con respecto al acceso a mercados internacionales en el periodo de estudio.

Por lo tanto, este análisis descriptivo ayuda a complementar lo que se menciona en las entrevistas por parte de los expertos, ya que se puede corroborar que en el periodo de estudio de la presente investigación, sí ha existido un aumento en el acceso a los mercados internacionales.

Enunciado 2: El volumen de exportación ha incrementado en los años 2016-2020

Tabla 9: El volumen de exportación ha incrementado en los años 2016-2020

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Acuerdo	5	41,7	41,7	41,7
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	1	8,3	8,3	50,0
	Totalmente De Acuerdo	6	50,0	50,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, obtenido del SPSS.

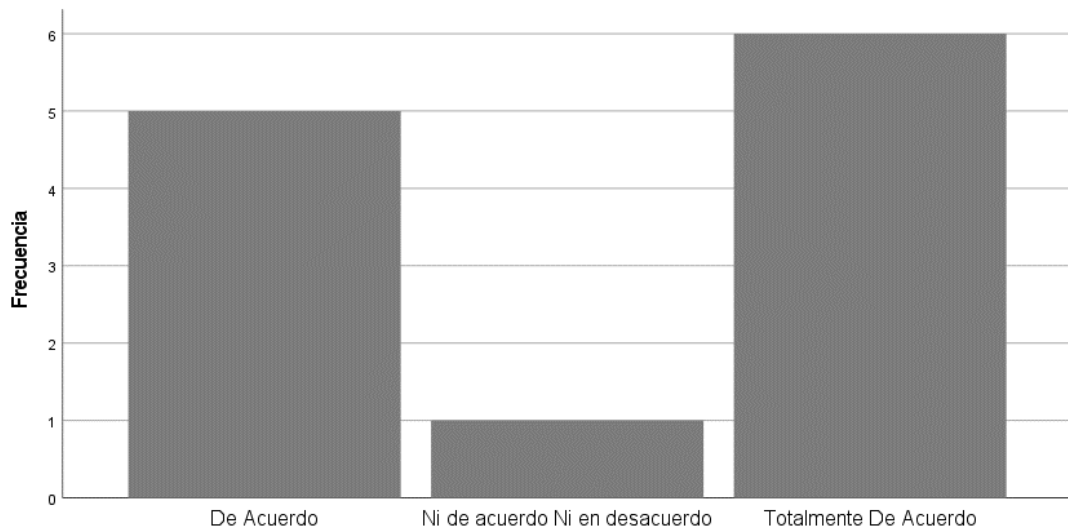


Figura 23. El volumen de exportación ha incrementado en los años 2016-2020. Elaboración propia obtenida del SPSS.

Análisis:

Tal como se aprecia en la tabla 9, el 50% de los encuestados indican que están totalmente de acuerdo en que el volumen de exportación se ha incrementado en los años 2016-2020. Asimismo, el 41.7% de los encuestados indican que están de acuerdo en que el volumen de exportación se ha incrementado en los años 2016-2020; por lo tanto, existe un real y alto consenso en que el volumen de exportación de uvas frescas se ha incrementado en el periodo de estudio.

Asimismo, el volumen de exportación de cada asociación analizada en la presente investigación ha tenido un crecimiento positivo en el periodo 2016-2020 tanto por el monto exportado que se visualiza en valor FOB como en la cantidad de Kg anuales.

Enunciado 3: La proximidad geográfica con el país de destino es importante

Tabla 10: La proximidad geográfica con el país de destino es importante

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Acuerdo	3	25,0	25,0	25,0
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	1	8,3	8,3	33,3
	Totalmente De Acuerdo	8	66,7	66,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, obtenido del SPSS.

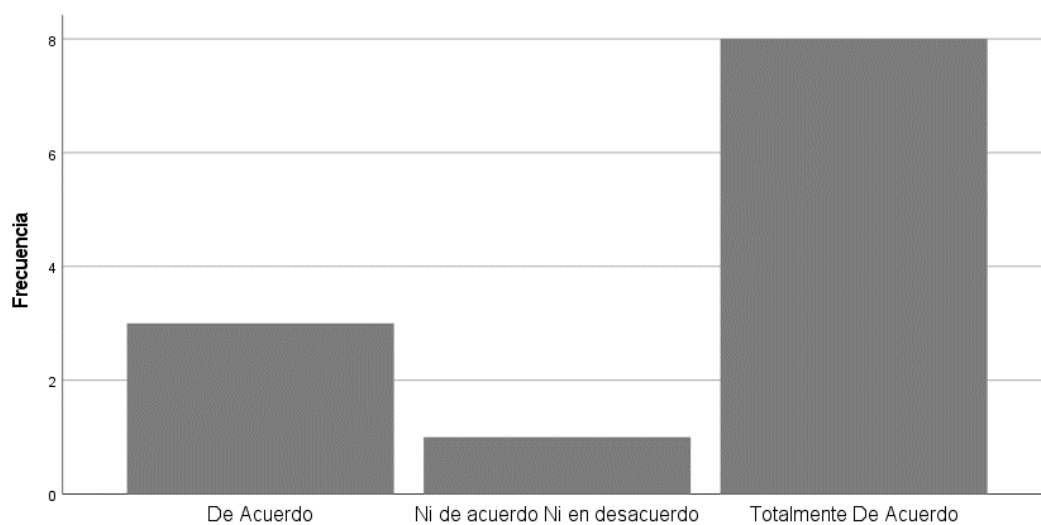


Figura 24. La proximidad geográfica con el país de destino es importante. Elaboración propia obtenida del SPSS.

Análisis:

Tal como se aprecia en la tabla 10, el 66.7% de los encuestados indican que están totalmente de acuerdo en que la proximidad geográfica con el país de destino es importante. Asimismo, el 25% de los encuestados están de acuerdo con el enunciado. Sin embargo, el 8.3% de los encuestados todavía no definen si están de acuerdo o en desacuerdo con el enunciado.

Esto demuestra que, con respecto a la proximidad geográfica, ninguno de los encuestados está desacuerdo debido a que es un componente sólido para iniciar o consolidarse en el mercado extranjero.

Asimismo, solo una minoría de 8.3% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado; por lo tanto, el tema de la proximidad geográfica no debe estar muy bien mapeado por las asociaciones ya que todavía no se ha creado una opinión o decisión clara sobre la importancia de poder exportar a un destino cercano debido al inicio de una asociación en el mercado y los costos o gastos que se pueden generar si el destino es relativamente lejos.

Enunciado 4: La proximidad geográfica con el país de destino es importante

Tabla 11: La experiencia en el sector agrícola por parte de los directivos es un factor decisivo para el desempeño de las exportaciones de uvas frescas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Acuerdo	4	33,3	33,3	33,3
	En Desacuerdo	1	8,3	8,3	41,7
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	1	8,3	8,3	50,0
	Totalmente De Acuerdo	6	50,0	50,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, obtenido del SPSS.

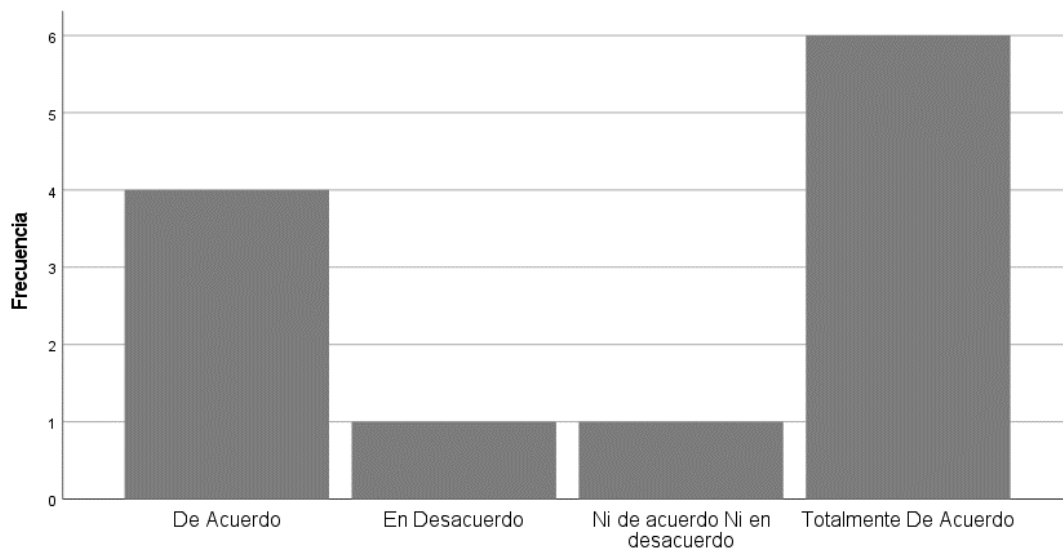


Figura 25. La experiencia en el sector agrícola por parte de los directivos es un factor decisivo para el desempeño de las exportaciones de uvas frescas. Elaboración propia obtenida del SPSS.

Análisis:

Tal como se aprecia en la tabla 11, el 50% de los encuestados indican que están totalmente de acuerdo en que la experiencia en el sector agrícola por parte de los directivos es un factor decisivo para el desempeño de las exportaciones de uvas frescas. Asimismo, el 33.3% de los encuestados indican que están de acuerdo en que la experiencia en el sector agrícola por parte de los directivos es un factor decisivo para el desempeño de las exportaciones de uvas frescas; por lo tanto, existe un real y alto consenso en que el volumen de exportación de uvas frescas se ha incrementado en el periodo de estudio.

Enunciado 5: El nivel de conocimiento de mercado de los directivos de la empresa influye en el incremento de las exportaciones de uvas frescas.

Tabla 12: El nivel de conocimiento de mercado de los directivos de la empresa influye en el incremento de las exportaciones de uvas frescas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Acuerdo	1	8,3	8,3	8,3
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	1	8,3	8,3	16,7
	Totalmente en Desacuerdo	10	83,3	83,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, obtenido del SPSS.

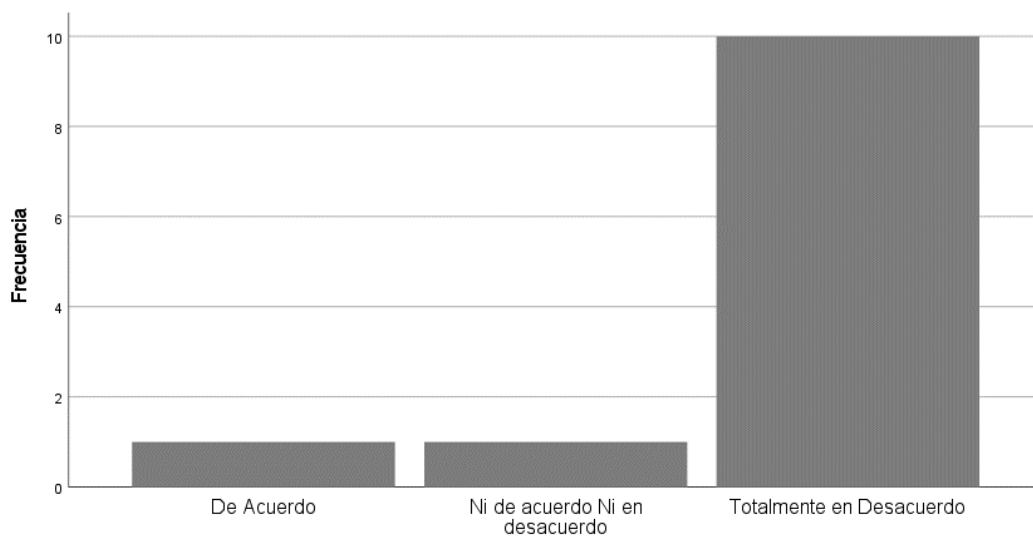


Figura 26. El nivel de conocimiento de mercado de los directivos de la empresa influye en el incremento de las exportaciones de uvas frescas. Elaboración propia obtenida del SPSS.

Análisis:

Tal como se aprecia en la tabla 12, el 83.3% de los encuestados indican que están totalmente de acuerdo en que el nivel de conocimiento de mercado de los

directivos de la empresa influye en el incremento de las exportaciones de uvas frescas. Asimismo, el 8.3% de los encuestados indican que están de acuerdo en que el nivel de conocimiento de mercado de los directivos de la empresa influye en el incremento de las exportaciones de uvas frescas; por lo tanto, para los encuestados el conocimiento de las personas que tienen altos cargos en las asociaciones es importante para poder tener un mejor acceso en mercados internacionales con respecto a la exportación de uvas frescas.

Es por ello que, el nivel de conocimiento para la gran mayoría de los encuestados es importante con respecto a mejorar en las exportaciones de uvas frescas de la región Ica.

Enunciado 6: La inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas.

Tabla 13: La inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Acuerdo	3	25,0	25,0	25,0
	En Desacuerdo	1	8,3	8,3	33,3
	Totalmente De Acuerdo	8	66,7	66,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, obtenido del SPSS.

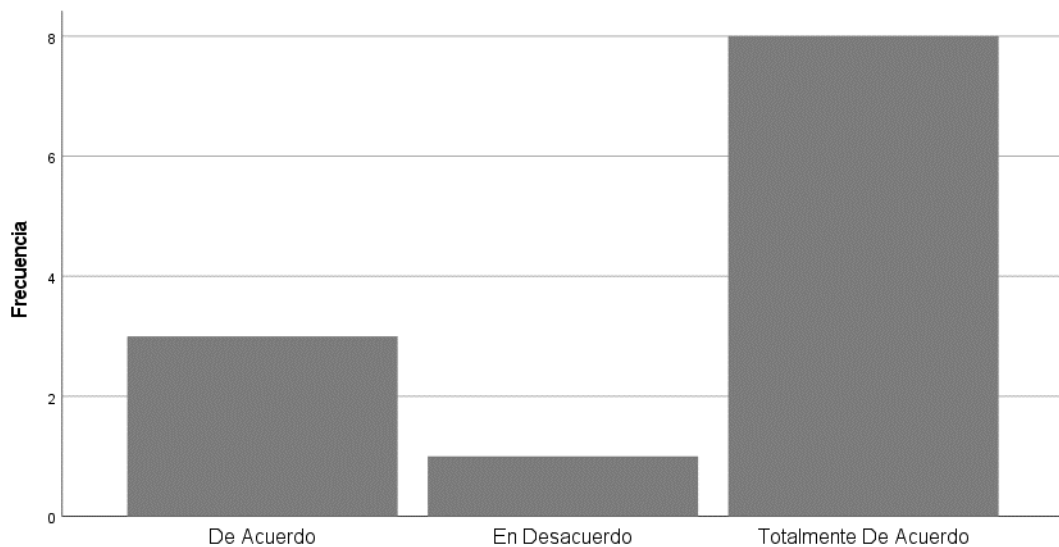


Figura 27. La inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas. Elaboración propia obtenida del SPSS.

Análisis:

Tal como se aprecia en la tabla 13, el 66.7% de los encuestados indican que están totalmente de acuerdo en que la inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas. Asimismo, el 25% de los encuestados están de acuerdo con el enunciado. Sin embargo, el 8.3% de los encuestados todavía no definen si están de acuerdo o en desacuerdo con el enunciado.

Esto demuestra que, para una minoría de los encuestados, la inversión para promover la asociatividad no es tan importante para incrementar las exportaciones de uvas frescas.

Enunciado 7: La promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas.

Tabla 14: La promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Acuerdo	1	8,3	8,3	8,3
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	1	8,3	8,3	16,7
	Totalmente en Desacuerdo	10	83,3	83,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, obtenido del SPSS.

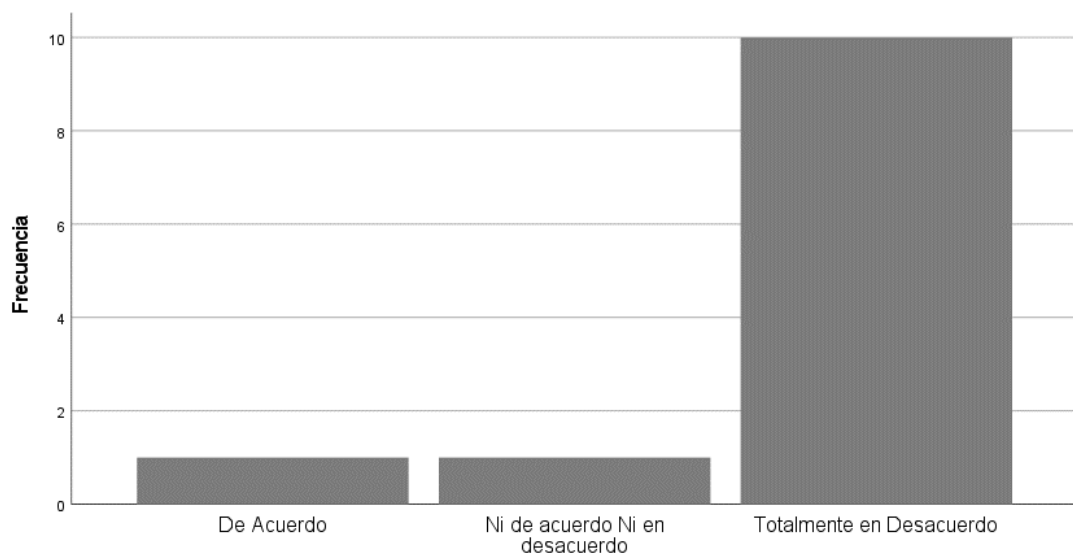


Figura 28. La promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas. Elaboración propia obtenida del SPSS.

Análisis:

Tal como se aprecia en la tabla 14, el 83.3% de los encuestados indican que están totalmente de acuerdo en que la promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas. Asimismo, el 8.3% de los encuestados indican que están de acuerdo en que la promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas; por lo tanto, para los encuestados la promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas

Enunciado 8: La asociatividad ayuda a mejorar el desempeño de las exportaciones en la región Ica

Tabla 15: La asociatividad ayuda a mejorar el desempeño de las exportaciones en la región Ica.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Acuerdo	7	58,3	58,3	58,3
	Totalmente De Acuerdo	5	41,7	41,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, obtenido del SPSS.

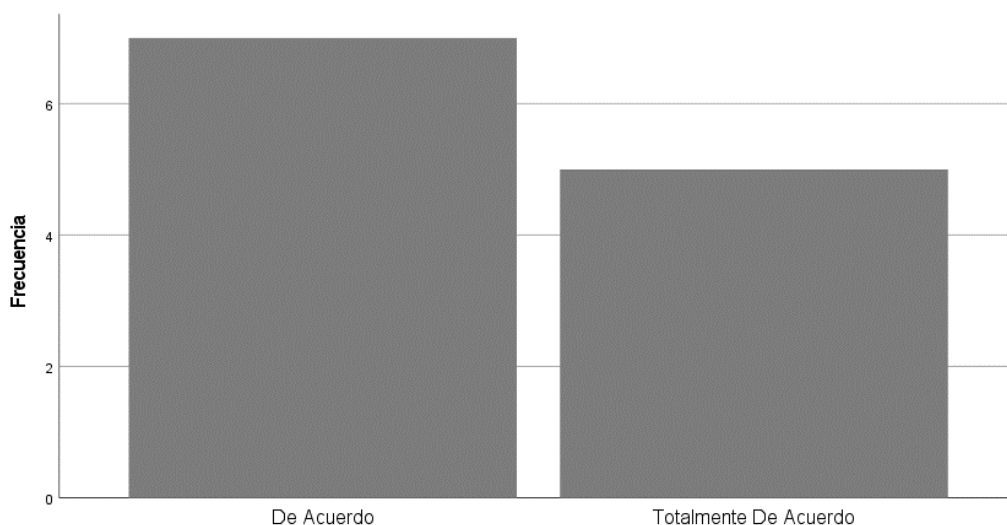


Figura 29. La asociatividad ayuda a mejorar el desempeño de las exportaciones en la región Ica. Elaboración propia obtenida del SPSS.

Análisis:

Tal como se aprecia en la tabla 15, el 41.7% de los encuestados indican que están totalmente de acuerdo en que La asociatividad ayuda a mejorar el desempeño de las exportaciones en la región Ica. Asimismo, el 58.3% de los encuestados indican que están de acuerdo en que la asociatividad ayuda a mejorar el desempeño de las exportaciones en la región Ica; por lo tanto, para los encuestados la asociatividad ayuda a mejorar el desempeño de las exportaciones en la región Ica.

El total de encuestados optaron por decidir que están De acuerdo y Totalmente de acuerdo con la importancia de la asociatividad en el desempeño de las exportaciones en la región Ica. Esto se debe a su crecimiento en el periodo de tiempo estudiado, que es del año 2016 al 2020. Este crecimiento se ha dado, entre otras cosas, por la asociatividad y trabajo conjunto entre agricultores que ha podido desencadenar un incremento en volumen de exportación de uvas frescas.

Enunciado 9: Contar con proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas

Tabla 16: Contar con proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	4	33,3	33,3	33,3
	Totalmente De Acuerdo	8	66,7	66,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, obtenido del SPSS.

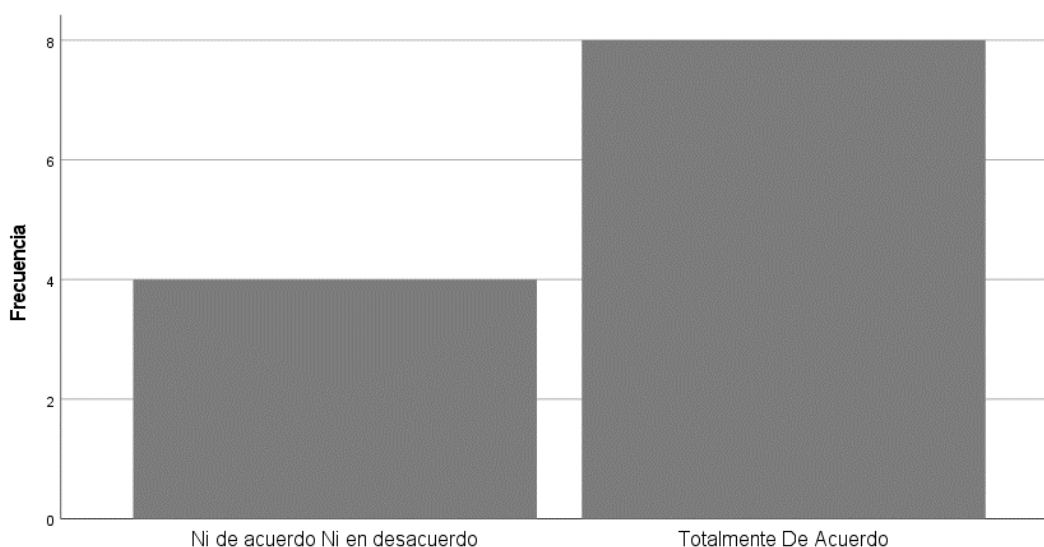


Figura 30. Contar con proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas. Elaboración propia obtenida del SPSS.

Análisis:

Tal como se aprecia en la tabla 16, el 66.7% de los encuestados indican que están totalmente de acuerdo en que el contar con proveedores y productores

certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas. Asimismo, el 33.3% de los encuestados están de acuerdo con el enunciado.

Enunciado 10: El control de calidad de las uvas frescas en los procesos productivos, influye de manera positiva en las exportaciones del producto

Tabla 17: El control de calidad de las uvas frescas en los procesos productivos, influye de manera positiva en las exportaciones del producto.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Acuerdo	4	33,3	33,3	33,3
	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	4	33,3	33,3	66,7
	Totalmente De Acuerdo	4	33,3	33,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, obtenido del SPSS.

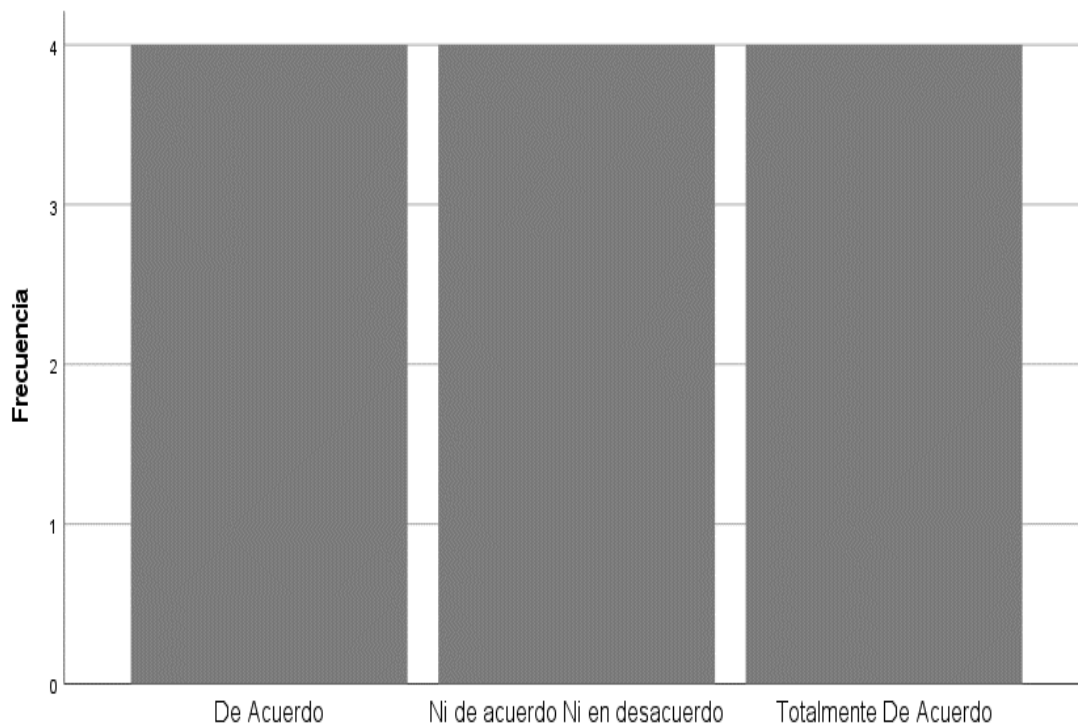


Figura 31. El control de calidad de las uvas frescas en los procesos productivos, influye de manera positiva en las exportaciones del producto. Elaboración propia obtenida del SPSS.

Análisis:

Tal como se aprecia en la tabla 17, el 33.3% de los encuestados indican que están totalmente de acuerdo en que el control de calidad de las uvas frescas en los procesos productivos, influye de manera positiva en las exportaciones del producto. Asimismo, el 33.3% de los encuestados indican que están de acuerdo en que el control de calidad de las uvas frescas en los procesos productivos.

Enunciado 11: Una mejora en los procesos productivos aumentaría la exportación de las uvas frescas

Tabla 18: Una mejora en los procesos productivos aumentaría la exportación de las uvas frescas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De Acuerdo	10	83,3	83,3	83,3
	Totalmente en Desacuerdo	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, obtenido del SPSS.

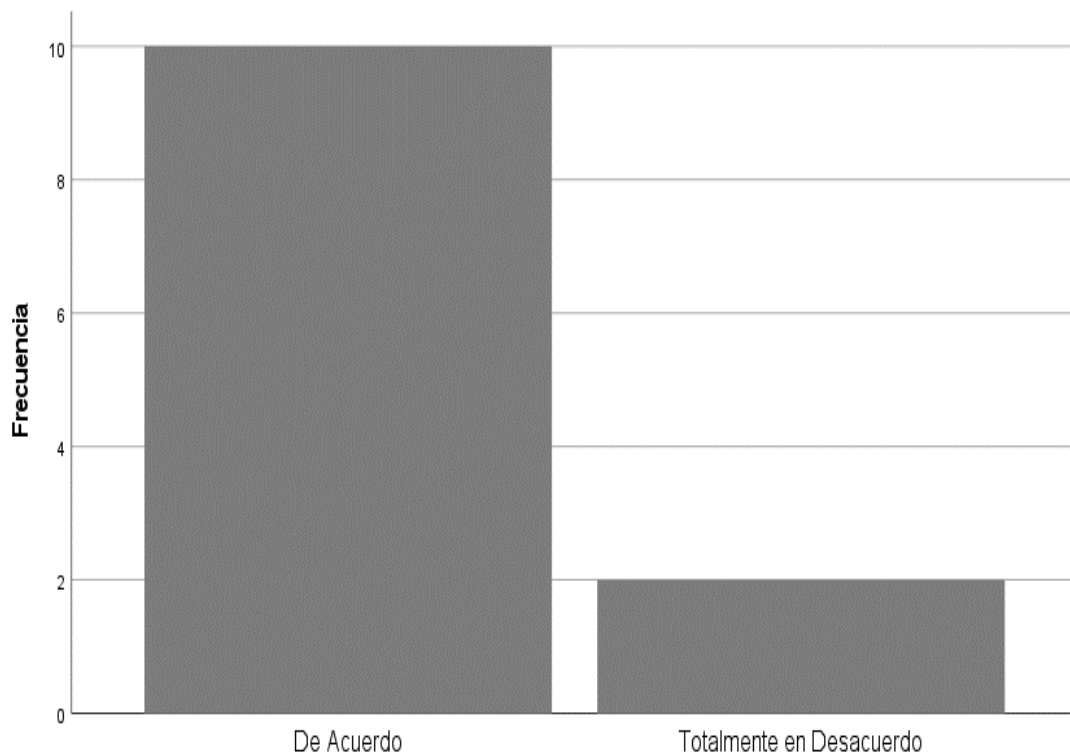


Figura 32. Una mejora en los procesos productivos aumentaría la exportación de las uvas frescas. Elaboración propia obtenida del SPSS.

Análisis:

Tal como se aprecia en la tabla 18, el 16.7% de los encuestados indican que están totalmente de acuerdo en que una mejora en los procesos productivos aumentaría la exportación de las uvas frescas. Asimismo, el 83.3% de los encuestados indican que están de acuerdo en que una mejora en los procesos productivos aumentaría la exportación de las uvas frescas; por lo tanto, para los encuestados los procesos productivos mejorados sí benefician la exportación de uvas frescas en la región Ica.

CAPÍTULO V. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En el presente capítulo, se explica el análisis de los objetivos mencionados y la validación de las hipótesis indicadas en el capítulo II. Asimismo, se han desarrollado entrevistas y encuestas que han servido para contrastar con los antecedentes epistemológicos basándose en la metodología de investigación. Es por ello que, es importante considerar los antecedentes epistemológicos, tanto nacionales como internacionales y el capítulo IV debido a que los análisis y resultados dependen de esos capítulos mencionados. Por un lado, en el capítulo IV se procesaron las entrevistas obtenidas por los actores clave en el programa Atlas.ti 9. Por otro lado, se procesaron las encuestas en el software SPSS utilizando la prueba estadística Rho Spearman obteniendo una confiabilidad de 0.869.

Asimismo, en el presente capítulo se exponen los resultados obtenidos bajo el enfoque de la metodología mixta como se mencionó en el capítulo III que abarca el método cuantitativo y cualitativo. En la siguiente figura se presente con mayor de talle el proceso de investigación para poder analizar los resultados.

Figura 33. Proceso de Investigación



Fuente: Elaboración propia

Para el desarrollo de este capítulo, se mostrarán las tablas y gráficos de dispersión con el objetivo de conocer la relación entre variables; así como la intensidad

de la relación entre ellas. De esta forma, se realiza la validación de cada hipótesis anteriormente mencionada en el Capítulo II.

5.1. Validación de Hipótesis General

Como se mencionó en el capítulo II, el objetivo general responde a la siguiente afirmación: “Determinar si la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad están relacionadas con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020”

La cual se relaciona con la hipótesis general: “La capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad se relacionan positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020”. La cual se busca demostrar a través del sustento estadístico desarrollado.

Dentro de los antecedentes mencionados anteriormente, se puede hacer énfasis en los siguientes, ya que aportan en el desarrollo de la validación de la hipótesis. Según Reyes y Santana (2020), señalan que la exportación de café, el cual es también un producto del sector agrícola, guarda relación con las exportaciones de manera positiva. Dichos factores son la calidad, la capacitación y la asociatividad. Dicho antecedente, sirve de soporte para la validación ya que hace referencia a como la calidad y la asociatividad son relevantes para el crecimiento del sector agrícola; y también, como las capacitaciones guardan estrecha relación con la capacidad gerencial.

Esto coincide con lo que mencionan Villegas y Yarlaqué (2018) en su tesis, señala como la exportación de jugo de maracuyá de la región Lambayaque se ve influenciada por la competencia de las empresas en cuanto a su capacidad gerencial y la calidad que emplean en los sistemas de producción. Los autores hacen referencia a la relación de dichos factores y a su proceso de internacionalización. Es un antecedente que sirve de apoyo a la validación, ya que muestra la importancia de la calidad de un producto y lo necesario que son las capacitaciones en las empresas para poder tener un mejor desarrollo e impacto a nivel internacional.

Bissona y Tang Tong (2018) en su paper titulado “Investigating the competitive intelligence practices of Peruvian fresh grapes exporters” indexado de la plataforma Scopus, también analizan la importancia de la capacidad gerencial y asociatividad de las Pymes, como factores que, a través de su desarrollo, se identifica con el

crecimiento de las exportaciones de uvas frescas. Los autores analizaron variables como el comportamiento gerencial, la inteligencia competitiva, la ubicación de la empresa y su relación con el desempeño las exportaciones. Dicho paper, sirve de apoyo como validación, ya que evidencia como se deben aprovechar al máximo los conocimientos, capacitaciones, y la dedicación de las estructuras organizacionales, así como también los sistemas tecnológicos para la mejora de la calidad.

Luego de haber mencionado algunas investigaciones, tesis y papers previos, los cuales has sido relevantes para el desarrollo de la validación de la hipótesis general, se puede contrastar dicha información con lo señalado por los expertos en las entrevistas durante el desarrollo del enfoque cualitativo. A continuación, se mencionan algunas citas que refuerzan la validación de la hipótesis:

“Refleja el excelente trabajo que el Perú ha ido haciendo en esos últimos 4 o 5 años, respecto a la apertura del mercado y asegurar una oferta que representa la calidad deseada por los consumidores finales, eso demuestra muy claramente la notable capacidad que la empresa privada nacional ha tenido en el desarrollo agroexportador de la uva de mesa” (Parodi, 2021).

“...el posicionamiento de las uvas tanto la blanca sin semillas como la roja con semilla, en varias variedades que exportamos se han hecho un gran nombre en varios mercados súper competitivos y que exigen muchísimos estándares de calidad y la uva peruana ha logrado sobre pasar dicho estándares” (Yturry, 2021).

“El crecimiento de las empresas va en aumento, tanto en el terreno que cubren como en la calidad de los productos, además de tener más áreas cultivables, tenemos también un mejor conocimiento, se van capacitando más a todos los pequeños agroexportadores” (Peña, 2021).

“Con el tema de asociatividad, hay un tema que se llama la economía de escala, si hablamos de pequeños productores que tienes 2, 3,4 hectáreas tienen poca tierra, la asociatividad es fundamental para poder salir juntos al mercado” (Watts, 2021).

Los expertos afirman que el desempeño de las exportaciones de uvas frescas durante el periodo 2016-2020, se relacionan con los factores antes mencionados: Capacidad gerencial, asociatividad y calidad. Yturry y Peña (2021) señalan que, pese

a la pandemia, las exportaciones de uva han ido en aumento debido a que las empresas han ido capacitándose y así otorgándole una mayor calidad a sus productos. Los pequeños agricultores también se han capacitado y se han unido bajo un modelo de asociatividad para lograr crecer de una forma más rápida y poder llegar a los mercados internacionales. Además, los consumidores actuales demandan productos más sanos, lo cual ha aumentado la exigencia de productos con una mayor calidad.

Asimismo, según Mondragón (2014), existen diversos métodos con técnicas bivariadas que se utilizan para poder descubrir y analizar el tipo de correlación que tienen las variables de una hipótesis. Por ejemplo, el método chi-cuadrado es uno de los más utilizados debido a su exactitud en cuanto a la validación de una hipótesis.

En la presente investigación se ha optado por utilizar los métodos Rho Spearman y Pearson ya que se utilizan cuando se quiere establecer similitudes y variabilidad conjunta, es decir correlación entre variables. Por lo tanto, teniendo en cuenta las hipótesis mencionadas en el capítulo II, no se desea saber si existe o no existe relación entre las variables, porque esa validación se puede obtener con el método chi-cuadrado o el método factorial. En esta investigación se necesita saber la magnitud de la relación entre las variables, o sea si es negativa o positiva.

Por este motivo, para la validación de cada hipótesis en la presente investigación, se ha optado por realizar un análisis Rho Spearman ya que no se quiso saber si existe relación entre las variables, sino que se necesitaba saber si la relación era positiva con respecto a la variable dependiente.

Así mismo, Mondragón (2014) indica que para el análisis de la significancia bilateral se considera la existencia de relación cuando el resultado es menor a 0.05. Mientras que, el coeficiente de correlación se puede interpretar desde -1.0 hasta + 1.0, lo cual indica que si la puntuación está cercana a +1.0 quiere decir que existe una fuerte correlación, es decir, si aumenta un rango, el otro también aumentará. Los valores que son cercanos a - 0.1 indican que no existe relación entre las variables. Finalmente, el autor indica que cuando el valor es 0.0 quiere decir que no hay correlación.

Tabla 19. Grado de relación según coeficiente de correlación.

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Elaboración propia, adaptado del Artículo “Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia” Mondragón, 2014.

Por tal motivo, teniendo en cuenta que el Objetivo General es: Determinar si la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad están relacionadas con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020.

Asimismo, de acuerdo con lo mencionado en el capítulo II, la Hipótesis General es la siguiente:

H_1 : La capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad se relacionan positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020

H_0 : La capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad se relacionan negativamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020

Tabla 20: Comprobación de la relación entre la variable desempeño de las exportaciones y los factores: capacidad gerencial, asociatividad y calidad.

Correlaciones

		Desempeño de las exportaciones de uvas frescas		Factores
Rho de Spearman	Desempeño de las exportaciones de uvas frescas	Coefficiente de correlación	1,000	,679*
		Sig. (bilateral)	.	,015
		N	12	12
	Factores	Coefficiente de correlación	,679*	1,000
		Sig. (bilateral)	,015	.
		N	12	12

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

Una vez realizada la prueba estadística de Rho Spearman en la tabla 20, se aprecia que tiene 12 datos analizados, debido a las encuestas que se hicieron a las asociaciones exportadoras de uvas frescas en la región Ica en el periodo 2016-2020. Por lo tanto, la variable dependiente (Desempeño de las exportaciones de uvas frescas) y las variables independientes (Capacidad Gerencial, Asociatividad y Calidad) tienen un nivel de significancia bilateral de 0,015 lo que indica que existe correlación al ser menor que 0.05; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0).

En adición, se aprecia que el coeficiente de correlación es 0,679 lo que indica una relación positiva considerable. Esto quiere decir que, para los encuestados, existe una relación positiva considerable con respecto a la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad del producto para mejorar el desempeño de las exportaciones.

Lo antes mencionado, se ve reflejado en las encuestas desarrolladas y analizadas en el capítulo IV ya que el 66.7% de los encuestados se encuentran “Totalmente De acuerdo” y el 25% se encuentran “De acuerdo” con que la experiencia

en el sector agrícola por parte de los directivos es un factor decisivo para el desempeño de las exportaciones de uvas frescas. Asimismo, el 50% de los encuestados están “Totalmente De Acuerdo” y el 33.3% están “De Acuerdo” con que la experiencia en el sector agrícola por parte de los directivos es un factor decisivo para el desempeño de las exportaciones de uvas frescas.

Asimismo, el resultado estadístico se puede confirmar con los mencionado por los autores indicados en el marco teórico y los antecedentes epistemológicos, ya que en la tesis de Reyes y Santana (2020) titulada “Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014 – 2018” también se pudo comprobar que existe una relación positiva entre las exportaciones de café y los factores de calidad, capacitación y asociatividad.

En adición, la información estadística también concuerda con lo que indica Montero (2017) en su paper sobre la asociatividad analizó las cadenas productivas para determinar una mejoría en la gestión de calidad. Se comprobó una relación significativa entre las exportaciones y la calidad.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, el marco teórico, la opinión de los encuestados que son expertos en esta área y el resultado estadístico, se puede concluir que los factores como la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad sí se encuentran relacionados positivamente con la variable dependiente que es el desempeño de las exportaciones de uvas frescas en la región Ica en el periodo 2016-2020.

5.1.1. Validación de Hipótesis Específica N° 1

La validación específica de la hipótesis N°1: La capacidad gerencial se relaciona positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020. Tiene como objetivo específico 1: “Determinar si la capacidad gerencial está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020”.

Dentro de los antecedentes mencionados en los capítulos anteriores, se puede mencionar los siguientes, los cuales sirven de aporte en el desarrollo de la validación de la hipótesis. Según Valencia y Duana (2019) en su paper titulado “The

competitiveness of grape trade in the international market and in the United States: the case of Mexico and Peru” hacen referencia como una mejor especialización por parte de las empresas, mediante capacitaciones brinda una mayor experiencia y aprendizaje del sector en cuanto al cultivo, producción y certificaciones. Dicho antecedente sirve como soporte de validación, ya que muestra como el factor capacidad gerencial aumenta la competitividad en mercados extranjeros y ello refleja un desarrollo e incremento en las exportaciones de uvas frescas.

Además, Sandman (2017), en su tesis titulada “City of Fresno Business Leaders’ Management Style versus China’s Business Leaders’ Management Style for Handling California’s Drought and its Impact on the Agricultural Industry”. El autor hace referencia a la capacidad y cultura de la gestión, la calidad y sistemas de producción y como ello, influye en las exportaciones del sector agrícola en el Estado de California. Dicha tesis sirve de apoyo en la validación de la hipótesis, ya que menciona que es necesaria la capacidad gerencial y el desarrollo de esta en el rubro agrícola, mediante capacitaciones tanto a nivel administrativo o gerencial y en temas técnicos o tecnológicos para mejorar la gestión en dicho sector y así obtener un mayor ingreso a los mercados.

En cuanto a los resultados que se obtuvo de las entrevistas realizadas a los expertos en el proceso cualitativo, se recolectaron las siguientes afirmaciones que refuerzan la validación de la hipótesis:

“...es un requisito fundamental de que esa persona pueda tener un manejo total desde el conocimiento de los mercados a los cuales la organización o la empresa en la que se desempeña apunta con su producto, conocer los canales de comercialización del producto, conocer la regulación, requisitos de acceso, todo el tema de comercio exterior” (Watts,2021).

“La capacitación es fundamental, recibiendo información, conociendo el mercado, las exigencias...” (Parodi, 2021).

“Es básico que el gerente general o comercial de empresas pequeñas que son la misma persona normalmente, conozca no solo el trabajo en campo y planta, sino que se capacite en gestión comercial internacional, que lleve los talleres, hay muchas opciones para capacitarse y así manejarse en este sector” (Yturry,2021).

“El gerente debe estar capacitado, sobre todo en capacitación técnica, producción, sanitario, riego y calidad, porque al final son ellos los que dan las ordenes, se encargan de la toma de decisiones por más que tengan a una persona encargada de cada área” (Peña,2021).

“El solo hecho de conocer cómo se cultiva un producto y como se le genera valor para que sea de calidad de exportación, ya es fundamental para que los directivos de las empresas puedan tomar las mejores decisiones que lleven adelante a la empresa” (Watts, 2021).

Según lo mencionado por los expertos en las entrevistas, afirman que la capacidad gerencial se relaciona con el desempeño de las exportaciones, debido a que los gerentes deben estar capacitados en todas las áreas de la empresa, desde el proceso productivo hasta el tema de comercialización de las uvas frescas. Bravo, Yturry y Peña (2021) señalan que los directivos y gerentes de las empresas exportadoras deben empaparse de todo el conocimiento posible del sector al que pertenecen, ya que son ellos quienes tomarán las decisiones frente a cualquier tema que se presente al momento de producir y exportar la fruta.

Con relación a la fase cuantitativa de la investigación, con respecto a la capacidad gerencial y la relación que tiene con la variable dependiente de la presente investigación, se planteó el siguiente supuesto:

H_1 : La capacidad gerencial se relaciona positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020.

H_0 : La capacidad gerencial se relaciona negativamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020.

Tabla 21: Comprobación de la relación entre la variable Capacidad Gerencial y el Desempeño de las Exportaciones de Uvas Frescas.

Correlaciones

			Desempeño_ de las expor taciones de_ uvas_frescas	Capacidad_G erencial
Rho de Spearman	Desempeño_de_las_exp ortaciones_de_uvas_fres cas	Coefficiente de correlación	1,000	,632*
		Sig. (bilateral)	.	,027
		N	12	12
	Capacidad_Gerencial	Coefficiente de correlación	,632*	1,000
		Sig. (bilateral)	,027	.
		N	12	12

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

En la Tabla 21, se puede afirmar que el coeficiente de correlación de Rho Spearman, con respecto a la variable Capacidad Gerencial y su relación con el Desempeño de las exportaciones de uvas frescas en la región Ica del periodo 2016-2020, posee un valor de 0.632 y un nivel de significancia de 0.027. Siendo este último un valor menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula (H_0).

Esto quiere decir que, para los encuestados, la capacidad gerencial sí se relaciona positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas teniendo una correlación positiva muy fuerte. Lo antes mencionado se ve evidenciado en el capítulo IV debido al gran porcentaje de aceptación ante los enunciados de las encuestas.

En el Capítulo IV se puede observar que el 83.3% de los encuestados están “Totalmente De Acuerdo” y el 8.3% de los encuestados están “De Acuerdo” con el enunciado que indica que el nivel de conocimiento de mercado de los directivos de la empresa influye en el incremento de las exportaciones de uvas frescas. Asimismo, el 50% de los encuestados están “Totalmente De Acuerdo” y el 33.3% está “De Acuerdo” con que la experiencia en el sector agrícola por parte de los directivos es un factor decisivo para el desempeño de las exportaciones de uvas frescas.

A su vez, en conformidad con los resultados cuantitativos, Barrientos (2019) en su paper sobre la estrategia de integración del pequeño agricultor que está indexada

en la plataforma Science Direct también comprueba que la capacidad gerencial y la experiencia en el sector tiene influencia en la cadena de exportaciones.

Del mismo modo, la gran mayoría de los entrevistados que son expertos en la materia y han sido claves durante el análisis de la presente investigación, indican que en los últimos años ha existido un gran avance con respecto a las capacitaciones y las ganas de aprender que tienen los principales actores en el proceso de internacionalización por aumentar y consolidarse en el mercado extranjero.

Lo expuesto demuestra y confirma lo que en el capítulo IV con las encuestas y las entrevistas se ha observado y se asocia con lo investigado en el marco teórico con respecto a anteriores papers y tesis que comprobaron que la capacidad gerencial sí influye en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas.

5.1.2. Validación de Hipótesis Específica N° 2

La validación específica de la hipótesis N°2: La asociatividad se relaciona positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020. Tiene como objetivo específico 2: “Determinar si la asociatividad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020”

Dentro de los antecedentes mencionados en los capítulos anteriores, se puede mencionar los siguientes, los cuales sirven de aporte para la validación de la hipótesis. Según Gutiérrez (2017) en su tesis sobre las Cooperativas cafetaleras, destaca los beneficios de las cooperativas para los pequeños agricultores del sector agrícola en el Perú. Este modelo denominado asociación, ayuda a que los agricultores o pequeños productores puedan crecer y competir en los mercados internacionales.

Según Regalado (2018) en su tesis sobre la asociatividad, tuvo como objetivo principal evaluar como la asociatividad de productores rurales de café permite el crecimiento de las exportaciones de dicho producto agrícola. Dicho antecedente sirve de apoyo para validar la hipótesis, ya que ejemplifica como la asociatividad de agricultores y pequeños productores los ayuda a desarrollarse y hacer frente al proceso de internacionalización.

Montes (2018) en su tesis sobre la asociatividad que tuvo como principal objetivo demostrar que este modelo es utilizado como una estrategia para ingresar a

mercados extranjeros por productores del VRAEM. También, menciona como la asociatividad permite que las cooperativas y agrupaciones generen un frente más sólido para poder tener una mayor oferta exportable mediante la adquisición de mayores recursos y facilidades para cumplir con los estándares que requieren los mercados internacionales, lo cual se refleja de manera positiva en las exportaciones. Dicho antecedente sirve de soporte para la validación de la hipótesis, ya que sostiene que la capacidad productiva de las asociaciones y el conocimiento que aprovechan de dicho modelo ayudan al desarrollo de la competitividad en mercados extranjeros.

Teniendo en cuenta los resultados que se obtuvieron de las entrevistas realizadas a los expertos en el proceso cualitativo, se recolectaron las siguientes afirmaciones que refuerzan la validación de la hipótesis:

“Una red de agricultores o asociación es muy buena, beneficia mucho a la exportación, sobre todo al agricultor y al exportador también porque nos facilita la logística, la veracidad en la calidad y en el volumen que pueda brindar el agricultor” (Bravo, 2021).

“Cuando hay asociatividad, los pequeños se suman a la canasta exportadora, también producen la oferta exportable. Es más, es el único mecanismo en el cual un pequeño puede realmente bajo un propio modelo empresarial poder generar mayores exportaciones de uvas” (Watts, 2021).

“Se debe ver que por lo menos la gente que se asocie tenga los mismos niveles de productividad; por ejemplo, un socio puede tener 10 MT de uva y otro 3MT de uvas, entonces debe haber una asociatividad con los mismo estándares” (Sánchez, 2021).

“La asociatividad quiere decir que todos se pongan de acuerdo, trabajen en un objetivo en común, entonces al hacer esto cada uno suma para que ese objetivo se dé, lo que se quiere es llegar a ser más exitosos en el mercado y eso mejora el desempeño de las exportaciones” (Parodi, 2021)

Con respecto a la fase cuantitativa de la investigación, referente a la existencia de asociatividad y el desempeño de las exportaciones de uvas frescas se planteó el siguiente supuesto:

H_1 : La asociatividad se relaciona positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020.

H_0 : La asociatividad se relaciona negativamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020.

Tabla 22: Comprobación de la relación entre la variable asociatividad y el Desempeño de las exportaciones de uvas frescas.

Correlaciones

			Desempeño_ de las expor taciones de_ uvas_frescas	Asociatividad
Rho de Spearman	Desempeño_de las_exp ortaciones_de_uvas_fres cas	Coefficiente de correlación	1,000	,613*
		Sig. (bilateral)	.	,034
		N	12	12
	Asociatividad	Coefficiente de correlación	,613*	1,000
		Sig. (bilateral)	,034	.
		N	12	12

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

En la Tabla 22, se puede afirmar que el coeficiente de correlación de Rho Spearman, referente a la asociatividad y el desempeño de las exportaciones de uvas frescas, posee un valor de 0.613 y un nivel de significancia de 0.034. Siendo este último un valor menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula (H_0); es decir, la variable asociatividad tiene una relación positiva con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas. Asimismo, tiene una correlación positiva considerable ya que el valor 0.612 se encuentra entre +0.51 y +0.75 como se detalló en la tabla del grado de relación de variables según el coeficiente de correlación.

Este análisis estadístico se ve confirmado en el capítulo IV ya que la mayoría de entrevistados mencionan que la asociatividad es un término poco hablado pero que siempre se ha utilizado para que agricultores que no pueden competir

internacionalmente de forma individual, se puedan agrupar y generar una asociación más sólida frente a los mercados internacionales.

Asimismo, esto coincide con lo que se menciona en los antecedentes epistemológicos con respecto a la tesis de Gutiérrez (2017) en la que se realiza y se confirma que la asociatividad empleada, sí se relaciona positivamente con la consolidación de las Cooperativas cafetaleras en la región de Chanchamayo.

En adición, las encuestas reflejan que la mayoría de encuestados que son parte de una asociación, están “Totalmente De Acuerdo” y “De Acuerdo” con que la inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas. Además, el 83.3% de los encuestados están “Totalmente De Acuerdo” con que la promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas.

Es por ello que se puede afirmar que la asociatividad es un método que se ha empleado para que los agricultores o empresas agrícolas que no tienen posibilidades para competir ni consolidarse en el mercado extranjero, tengan la opción de agruparse y convertirse en una asociación. Ya que el resultado estadístico, las encuestas y las entrevistas a los expertos así lo corroboran.

5.1.3. Validación de Hipótesis Específica N° 3

La validación específica de la hipótesis N°3: La calidad se relaciona positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020. Tiene como objetivo específico 3: “Determinar si la calidad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020”

Dentro de los antecedentes mencionados en los capítulos anteriores, se puede mencionar los siguientes, los cuales sirven de aporte para la validación de la hipótesis. Según Pedreño y Ramirez (2021) en su paper titulado “Sobre el “espíritu” de la calidad y la nueva racionalización de la producción de frutas y uvas en la Región de Murcia”, en el cual analizaron los sistemas de calidad que se han implantado en el campo de la fruticultura intensiva. Dicho antecedente sirve para validar la hipótesis, debido a que los autores señalan a la calidad del producto como requisito fundamental para la

exportación. La calidad de las frutas es de suma importancia para que dicho producto sea aceptado por los mercados internacionales.

Alves, Gómez, Almeida y Gonçalves (2014) en su paper titulado “Impacto da Regulamentação SPS e TBT nas Exportações Brasileiras de Uva no Período de 1995 a 2009” en el cual analizan las medidas sanitarias, fitosanitarias y técnicas del sector frutícola. Dicho antecedente permite validar la hipótesis, debido a que hace referencia a la calidad y las capacitaciones en cuanto a las medidas de sanidad y las certificaciones que requieren los mercados internacionales para su ingreso.

Ho (2017) en su paper titulado “Three essays on food safety regulations and international trade of agricultural products” investiga las regulaciones de seguridad alimentaria y el comercio internacional de productos agrícolas. Dicho paper permite validar la hipótesis, ya que hace mención a como la calidad de los productos agrícolas y la seguridad alimentaria son importantes porque permiten la exportación a los distintos mercados. La calidad del producto es necesaria para aumentar la competitividad y el crecimiento de las exportaciones.

Considerando los resultados que se obtuvieron de las entrevistas realizadas a los expertos en el proceso cualitativo, se recolectaron las siguientes afirmaciones que refuerzan la validación de la hipótesis:

“Si o si la calidad es una variable, para que te posiciones como un buen exportador o no” (Bravo, 2021).

“Las certificaciones sirven para que el comprador este seguro que lo que compra tiene buenas prácticas de producción, el trabajo no esclavo, o si es producto orgánico, las certificaciones son puntos a favor” (Sanchez, 2021).

“Esas certificaciones tienen usualmente como finalidad hacer que los productores puedan cumplir con lo que demandan los mercados, en aspectos de calidad, inocuidad, medio ambiente, responsabilidad social, comercio justo, entre otros aspectos, para el caso agrícola lo mínimo que exigen los países es una certificación de buenas prácticas agrícolas” (Watts, 2021).

“Todos esos temas en el proceso productivo y el control mismo de la calidad del producto influyen mucho” (Sanchez, 2021).

“Va a influir en la reducción de costos, en mejor presentación de producto, en la competitividad, por mayor calidad y más inocuidad y eso influye en la capacidad de exportación” (Parodi, 2021).

Con respecto a la fase cuantitativa de la investigación, con respecto a la calidad del producto y la relación existente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas, se planteó el siguiente supuesto:

H_1 : La calidad se relaciona positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020.

H_0 : La calidad se relaciona negativamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020.

Tabla 23: Comprobación de la relación entre la variable asociatividad y el Desempeño de las exportaciones de uvas frescas.

Correlaciones

			Desempeño_ de_las_expor taciones_de_ uvas_frescas	Calidad
Rho de Spearman	Desempeño_de_las_exp ortaciones_de_uvas_fres cas	Coefficiente de correlación	1,000	,585*
		Sig. (bilateral)	.	,046
		N	12	12
	Calidad	Coefficiente de correlación	,585*	1,000
		Sig. (bilateral)	,046	.
		N	12	12

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia obtenido del SPSS

En la Tabla 23, se puede afirmar que el coeficiente de correlación de Rho Spearman, referente a la calidad del producto y el desempeño de las exportaciones de uvas frescas en la región Ica, posee un valor de 0.585 y un nivel de significancia de 0.046. Siendo este último un valor menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula (H_0); es decir, la calidad del producto que en este caso es la uva, sí tiene una relación positiva con respecto al desempeño de las exportaciones.

Asimismo, presenta una correlación positiva considerable (Ver Anexo N°11) con un nivel de confianza del 95%.

Además, durante el análisis de la presente investigación los entrevistados, expertos en el tema de exportación de uvas frescas, mencionaron que la calidad es un factor primordial para que una asociación pueda competir en el mercado extranjero debido a la alta competencia, procesos de calidad y estándares de calidad internacionales que se requieren para consolidarse como una asociación exportadora de este producto.

Esto coincide con lo que mencionan los autores Pedreño y Ramirez (2021) en su paper titulado “Sobre el “espíritu” de la calidad y la nueva racionalización de la producción de frutas y uvas en la Región de Murcia” publicado en la Revista Española de Sociología e indexado en la plataforma Scopus. En este paper se demuestra cómo la calidad y la racionalización de frutas y uvas en la región de Murcia para competir en el intercambio mercantil frente a países más desarrollados y con mayor experiencia en ese mercado.

Además, en el capítulo IV se pudo observar un alto porcentaje de encuestados que se encuentran “De Acuerdo” y “Totalmente De Acuerdo” con los enunciados dirigidos a la variable calidad. Por ejemplo, con respecto a que una asociación debe contar con proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas, el 66.7% se encuentra “Totalmente De Acuerdo” y con respecto a que el control de calidad de las uvas frescas en los procesos productivos, influye de manera positiva en las exportaciones del producto, el 33.3% se encuentra “Totalmente De Acuerdo” y “De Acuerdo”.

Finalmente, lo antes mencionado coincide con lo expuesto en el marco teórico de la presente investigación y con la metodología mixta analizada ya que las entrevistas a expertos y las encuestas realizadas a los altos directivos de las asociaciones de la región Ica, reflejan lo que el análisis estadístico concluye.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

La presente tesis tuvo su desarrollo con diversos hallazgos teniendo en cuenta los factores antes mencionados y cómo influyen en la variable que incluye a las exportaciones de uvas frescas. Es por ello que se pudieron observar diversas conclusiones importantes que abarcan el proceso de internacionalización desarrollado en el Capítulo V y contrastado con el marco teórico.

- Con relación al objetivo principal, se concluye que existe relación entre los factores: Capacidad gerencial, Asociatividad y Calidad con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas en la Región Ica, en el periodo 2016-2020. Por ello, mientras más se desarrollen esos factores, habrá un mayor incremento en las exportaciones y se podrá llegar a nuevos mercados.

- En relación con el objetivo específico 1, se concluye que el factor de capacidad gerencial se relaciona con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas, debido a que según los antecedentes revisados y la opinión de los expertos, una mayor capacitación y aprendizaje de nuevos conocimientos tanto en los temas de producción como de comercio exterior, los directivos serán capaces de tomar mejores decisiones y así, las empresas se desarrollan de una manera más óptima, con mayores posibilidades de ingresar a los mercados. Es necesario señalar, que mientras más conocimientos y habilidades obtengan los directivos de la empresa con respecto a toda la cadena de valor, les será más fácil la resolución de problemas que se puedan presentar dentro de cualquier área, lo cual beneficiaría tanto la producción como comercialización de la uva fresca.

- En relación con el objetivo específico 2, se concluye que el factor asociatividad se relaciona con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas, ya que dicho modelo de unión entre productores, agricultores o empresas, les permiten obtener un mayor volumen de ventas, como mencionan los entrevistados, la asociatividad ayuda a tener una mayor oferta exportable y así cumplir con lo que solicitan los clientes, ya que pueden demandar grandes cantidades de uvas que no todos los productores están en la capacidad de poseer, pero al formar parte de una asociación o cooperativa

pueden llegar a alcanzar dichos requerimientos. Además, la asociatividad, los ayuda a abrirse a los mercados internacionales basándose en los objetivos y metas en común que poseen.

- En relación con el objetivo específico 3, se concluye que la calidad se relaciona con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas, debido a que es un tema fundamental para la aceptación del producto en los mercados extranjeros. Según el destino, existen distintos requerimientos y exigencias, los cuales deben cumplirse para agregarle valor a la fruta en cuestión. Las mejoras e innovación en los procesos productivos y las certificaciones, sirven para darle un mayor valor y aceptación al producto. También aseguran los intereses colectivos de la protección del origen y calidad de la uva fresca, y así proporcionar y sustentar la inocuidad de dicho alimento a los consumidores.

Finalmente, se ha podido observar que la presente tesis está fuertemente vinculada con los antecedentes y el marco teórico del capítulo I debido a los factores y el producto que se pudo investigar. El método mixto empleado, permitió conocer la perspectiva de los expertos asociados al sector agrícola y también la perspectiva de las empresas exportadoras pertenecientes a asociación y/o cooperativas de la región de Ica. Por ello, es necesario señalar que mientras más se desarrollen dichos factores, las empresas podrán mejorar sus exportaciones y ampliar su llegada a más mercados.

6.2.RECOMENDACIONES

En base a los resultados obtenidos durante la investigación, el desarrollo de entrevistas con actores clave especializados en el sector agrícola y el análisis de las encuestas recolectadas, se plantean las siguientes recomendaciones:

Para las empresas:

- Se recomienda que las empresas realicen evaluaciones y capacitaciones constantes tanto a sus directivos como colaboradores en general, para que puedan desarrollar sus habilidades y puedan beneficiarse de todo el conocimiento posible de cada área, desde la producción hasta la comercialización del producto. Por ejemplo, es necesario que

lleven cursos o talleres para que se mantengan actualizados sobre las nuevas variedades de uvas, conocer las regulaciones, restricciones y requisitos de acceso a los mercados, también tener capacitación técnica, en producción, sanitario, riego y calidad. Además, es importante que conozcan sobre comercio exterior para que puedan tomar decisiones rápidas frente a algún inconveniente u obstáculo que se pueda presentar en los embarques a los destinos elegidos, tener conocimientos de promoción comercial, saber sobre los distintos eventos y ferias internacionales.

- Es necesario que reconozcan la importancia de la asociatividad, para que puedan trabajar junto a productores o agricultores y otras empresas que tengan metas en común, objetivos claros y el mismo nivel de capacidad productiva para poder generar una mayor oferta exportable y así llegar a más mercados. Muchas veces, los pequeños productores no logran alcanzar un volumen de producción y no tienen la capacidad de cumplir con la cantidad demandada por los clientes, entonces al asociarse todos ellos se benefician ofreciendo un producto con el mismo nivel de calidad y logran abrirse y posicionarse en nuevos mercados.

- Es recomendable saber acerca de las certificaciones que se necesitan para ingresar a nuevos mercados, lo cual le dará al producto mayores oportunidades de ingreso y valor agregado. Contar con proveedores y productores certificados, también ayudará al proceso de internacionalización, al brindar una mayor calidad a la fruta que se exportará. Además, es necesario que se innove constantemente en los procesos productivos, ya que esto hará una mejora y se tendrá mayor capacidad de producción y calidad, lo cual ayudará a obtener más certificaciones. Dentro de las certificaciones más importantes tenemos: la Global G.A.P. que hace referencia a los estándares para buenas prácticas agrícolas, certificación GRASP que apoya a los productores a resolver importantes problemas sociales y a crear concienciación en el ámbito de la explotación, certificación HAZARD es un sistema de inocuidad alimentaria basado en la identificación de todos los peligros potenciales en los ingredientes y los distintos procesos de producción de los alimentos, para Europa la certificación orgánica Es un proceso que permite verificar si un sistema cumple con los estándares de producción ecológica según las normas para los diferentes destinos de exportación, para USA se debe cumplir con la certificación VQIP de la FSMA es un programa

de certificación de terceros acreditado por la FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos).

Para el sector:

- Se debe poner mayor énfasis en la difusión de programas o talleres a brindar, para poder capacitar tanto a las empresas ya establecidas del sector agrícola como a las nuevas empresas, en cuanto a diversos temas que se relacionen a la cosecha, producción, comercialización, nuevas tecnologías, estudios de mercado, entre otros necesarios para el crecimiento y desarrollo del sector.
- Se debe establecer una mayor promoción en cuanto a la asociatividad y dar a conocer de una forma más amplia de dicho modelo, sobre todo para que las pequeñas empresas puedan crecer y ser más competitivas en el mercado.

Para los investigadores:

- Para investigaciones futuras, se recomienda centrarse en realizar un enfoque mixto, debido a que permite obtener datos enriquecedores y así tener un conocimiento más amplio del tema a investigar. Tanto para la realización de encuestas y entrevistas, las empresas y expertos del sector están dispuestos a ayudar, ya que comentan sus experiencias y conocimientos y ello es fundamental para el sustento del tema de estudio. También sirve como un gran aporte y un conocimiento más amplio sobre los factores capacidad gerencial, asociatividad y calidad enfocados al sector agrícola, dando a conocer los distintos temas que abarca cada uno de ellos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adex Data Trade (2020) Estadísticas por descripción comercial. Recuperado de: <http://www.adexdatatrade.com/Members/Comercial.aspx>. [Consulta: 15 de abril de 2021]
- Agronews Castilla y Leon. (11 de Julio de 2020). Murcia comenzó esta semana a exportar uva de mesa a Vietnam. Obtenido de <https://www.agronewscastillayleon.com/murcia-comenzo-esta-semana-exportar-uva-de-mesa-vietnam>
- Aguilar Rojas, K. & Cachuan Torres, Y. (diciembre de 2017). Experiencia y capacidad gerencial en el cuadro directivo y su influencia en las exportaciones de uva fresca peruana 2001-2016. Lima, Perú.
- Alves, G., Gomes, M., Almeida, F. & Goncalves, E. (2014). Impacto da regulamentação SPS e TBT nas exportações brasileiras de Uva no período de 1995 a 2009. Proceedings of the Revista de Economia e Sociología Rural, 52(1), 41-60. doi: <http://doi.org/10.1590/S0103-20032014000100003>
- Andia, L. & Palacios, R. (2019) La asociatividad como herramienta competitiva y su relación con el desempeño exportador de las Pymes exportadoras de palta hass de la Región Arequipa entre el periodo 2012 – 2019. Lima, Perú.
- Aparicio, M., & Medina, J. (2015). HABILIDADES GERENCIALES QUE DEMANDAN LAS. Obtenido de https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1650/Monica_Tesis_maestria_2015.pdf
- Aquino, U. & Quijandría, G. (2019). Factores que influyeron en las exportaciones de uva fresca de las Pymes en la Región Ica: Periodo 2013-2017. Lima, Perú.
- Arbaiza Fermi, L. (2014). Como elaborar una tesis de grado. Lima, Perú.
- Arias, F. G. (2006). Mitos y errores en la elaboración de Tesis y Proyectos de Investigación. 3ra. FIDIAS G. ARIAS ODÓN.
- Ayala, P. & Villarroel, G. (2018). GUÍA DE MODALIDADES DE INTERNACIONALIZACIÓN DE NEGOCIOS. Lima, Perú.

- Bada, L., Rivas, L. & Littlewood, H. (2017) Modelo de asociatividad en la cadena productiva en las Mipymes agroindustriales. Monterrey, México.
- Banco Central de Reserva del Perú (2020) CARACTERIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE ICA. Sucursal Huancayo, Perú.
- BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ (BCRP). (2021). Obtenido de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01448BM/html/2016-1/2020-12/>
- Barrera, M. A. M. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en fisioterapia. *Movimiento científico*, 8(1), 98-104.
- Barrientos, F. (2019). Estrategia de integración del pequeño agricultor a la cadena de exportaciones, 22(51), 83-123. doi: <http://doi.org/10.22395/seec.v22n51a5>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Bogotá D.C., Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Bezuz, R. & Bilotkach, I. (2018). Development of organic farmers' cooperatives: The USA, The EU, and Ukraine. *Proceedings of The Baltic Journal of Economic Studies.*, 4(2), 24-31). doi: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2018-4-2-24-31>
- Bisson, Christophe & Tang, M. (Agosto de 2018). Investigating the competitive intelligence practices of Peruvian fresh grapes exporters. Lima, Perú.
- Botero, L. (2013). LA GLOBALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA Y LA INTERNACIONALIZACIÓN de LA EMPRESA: UNA MIRADA EN EL TIEMPO. Medellin, Colombia.
- Brache, J. & Felzensztein, C. (2019). Exporting firm's engagement with trade associations: Insights from Chile. *Proceedings of the International Business Review*, 28(1), 25-35. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.07.001>
- Busson, J. H. L. (2012). La asociatividad como estrategia de desarrollo. *Tiempo de Gestión*, 8(14), 9-27.

- Canchari Mendoza, E. K., Carhuachin Romaní, M. F. & Gutierrez Chuquichanca, E. (marzo de 2017). Análisis de los factores que dificultan la asociatividad en las Cooperativas Agrarias Cafetaleras del distrito de Perené provincia de Chanchamayo y el impacto en su gestión empresarial sostenible. Lima, Perú.
- Cánovas, A. & Ramíres, A. (2021). On the “spirit” of quality and the new rationalization of the production of fruits and grapes in the Region of Murcia. Proceedings of the Revista Española de Sociología, 30(1). doi: <http://doi.org/10.22325/FES/RES.2021.18>
- Carpio Gómez, M. O. & Sandoval Zegarra, F. D. (diciembre de 2017). TLC PERÚ-CHINA: Un análisis de los factores no arancelarios que afectaron las exportaciones de uvas frescas a China durante los años 2009 y 2016. Lima, Perú.
- CDN. (23 de Enero de 2017). ADOEXPO y ECI acuerdan impulsar exportaciones agrícolas. Obtenido de <https://cdn.com.do/nacionales/economicas/adoexpo-y-eci-acuerdan-impulsar-exportaciones-agricolas/>
- Coronel Núñez, K. R. (junio de 2017). Factores que determina la oferta exportable de uva fresca en el Perú: 2000-2015. Lima, Perú.
- Cuadros Reyes, I. D. (2018). La eficiencia del mercado de bienes en la competitividad global y las exportaciones de uva fresca del 2011 al 2017. Lima, Perú.
- Cuchuñaupa, A. & Echeagaray, J. (2020) Análisis de los factores: características del empresario, factores internos de la empresa y características del sector que influyen en la exportación de joyas de oro con piedras semipreciosas de Lima Metropolitana en el periodo 2015 – 2019. Lima, Perú.
- Diario Digital. (23 de enero de 2017). ADOEXPO y programa ECI acuerdan impulsar las exportaciones agrícolas. Obtenido de <https://www.diariodigital.com.do/2017/01/23/adoexpo-programa-eci-acuerdan-impulsar-las-exportaciones-agricolas.html>
- Diario Sur. (07 de abril de 2021). El agroalimentario, de sector estratégico a futuro de la innovación y empleabilidad. Obtenido de <https://www.diariosur.es/economia/agroalimentacion/agroalimentar>

io-sector-estrategico-20210407141230-
nt.html?ref=https:%2F%2Fwww.diariosur.es%2Feconomia%2Fagr
oalimentacion%2Fagroalimentario-sector-estrategico-
20210407141230-nt.html

El Rancaguino . (s.f.). Promueven la asociatividad en visita a productores de Coínco. Obtenido de <https://www.elrancaguino.cl/2019/02/23/promueven-la-asociatividad-en-visita-a-productores-de-coinco/>

El Telégrafo. (13 de mayo de 2021). Plan Nacional Agropecuario ecuatoriano apunta hacia la reducción de la pobreza. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/plan-nacional-agropecuario-ecuatoriano-apunta-hacia-la-reduccion-de-la-pobreza>

Hernández Sampieri, R. (2018). Metodologías de la Investigación. Ciudad de Mexico: McGraw - Hill Interamericana Editores.

Higa-Morán, N. (23 de October de 2009). Modelo de asociatividad para incrementar la rentabilidad del negocio algodonero en Ica-Perù. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/1596/sme_v1n1_art5.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Huayhua, J. & Rojas, M. (2016) IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO PARA LA SOSTENIBILIDAD DE UNA ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE CACAO: ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE CACAO ALTO HUALLAGA. Lima, Perù.

La Infromacion. (14 de febrero de 2021). Las cooperativas se rearmen y agrupan para ser el último refugio del agricultor. Obtenido de <https://www.lainformacion.com/espana/cooperativas-rearmen-agrupan-ultimo-refugio-agricultor/2829224/?autoref=true>

Martinez, J. & Pinedo, A. (2019). Principales factores que contribuyeron al incremento de las exportaciones peruanas de uvas frescas, sub partida arancelaria 0806.10.00.00, a Estados Unidos durante los años 2002-2017. Lima, Peru.

Mehmood, S. (2018). Success Factors of Entrepreneurship in Emerging Rural Economies. Walden University. Recuperado de

<https://proquest.upc.elogim.com/docview/2058120953/A66E54B65D349D1PQ/1?accountid=43860>

- Merubia, M. (2019) Teorías de la internacionalización de empresas. Arequipa, Perú.
- Mesa, J. & Gomez, E. (2015). Collaborative firms managing perishable products in a complex supply network: an empirical analysis of performance. *Proceedings of the Supply Chain Management an International Journal*, 20(2), 128-138. doi: <https://doi.org/10.1108/SCM-06-2014-0185>
- MINAGRI (2015) Importancia de la calidad en las agroexportaciones. Obtenido de: <https://www.minagri.gob.pe/portal/193-exportaciones/importancia-de-la-calidad-en-las-agroexportaciones>
- MINCETUR (2013). Guía N° 12 Asociatividad para el Comercio Exterior. Obtenido de: http://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/176/Guia_12_Asociatividad_Comercio_Exterior_2014_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020). Capacitaciones para empresas exportadoras. Recuperado de <https://myperuglobal.com/mincetur-capacitara-a-empresas-que-desean-acogerse-como-exportador-autorizado/>
- Montes Gálvez, R. K. (Setiembre de 2018). La asociatividad en los productores cacaoteros del Vraem como estrategia de internacionalización. Lima, Perú.
- Montesinos Jiménez, I., Flores Izquierdo, M., Rojas Dávila, T. & Chao, X. (marzo de 2017). Planeamiento Estratégico para la Uva Fresca. Lima, Perú.
- Moscós, P. & Rodríguez, F. (2020) Análisis de las Capacidades Dinámicas en la Internacionalización de Asociaciones y Cooperativas Agrarias en la región de Cusco, año 2019. Lima, Perú.
- Mouboukila-Poha, D. M. (2018). Correlational Analysis-Effectiveness and Efficiency of Customer Relationship Management for Leadership Development (Doctoral dissertation, University of Phoenix).

- Schaefer, T. J. (2017). Incoterms® use in buyer-seller relationships: a mixed methods study.
- OMC. (2020). Obtenido de <https://www.wto.org/>
- Pedreño, A. & Ramirez, A. (2020). Sobre el “espíritu” de la calidad y la nueva racionalización de la producción de frutas y uvas en la Región de Murcia. España.
- PROMPERÚ. (15 de abril 2021). SIICEX. Obtenido de https://www.promperu.gob.pe/Repos/pdf_novedades/21220209405_5_882.pdf
- PROMPERÚ. (15 de abril 2021). SIICEX. Obtenido de <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/informe-exportaciones-peru-marzo-2020.pdf>
- Regalado Díaz, C. A. (2018). Asociatividad de productores rurales de café orgánico en la provincia de Rodríguez de Mendoza para la exportación-2018. Lima, Perú.
- Revista Espacios. (13 de agosto de 2019). Habilidades gerenciales y su influencia en la competitividad de las agroempresas del valle de Mexicali, México. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n42/a19v40n42p16.pdf>
- Reyes Tigre, C. V. & Santana Cárdenas, G. M. (agosto de 2020). Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014-2018. Lima, Perú.
- Salas, V. (2015) La asociatividad como motor de la agricultura. Lima, Perú. Obtenido de: http://www.cies.org.pe/sites/default/files/files/articulos/economiaysociedad/la_asociatividad_como_motor_de_la_agricultura_-_vania_salas_-_instituto_del_peru_smp.pdf
- Sandman, B. (2017). City of Fresno Business Leaders' Management Style versus China's Business Leaders' Management Style for Handling California's Drought and its Impact on the Agricultural Industry. Northcentral University. Recuperado de <https://search.proquest.com/openview/60d73c3168ab9fd3b9b0b8c9f0f416f5/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>

- Segovia, C. F. G., & Espinoza, G. A. M. (2017). Asociatividad y Cadena Productiva, factores importantes en el desarrollo del comercio internacional–Transformación del borjón en bebidas energizantes naturales. *Revista Publicando*, 4(12 (2)), 866-882.
- Seok, J. (2017). *Three Essays on Food Safety Regulations and International Trade of Agricultural Products*. University of Kentucky. Recuperado de <https://proquest.upc.elogim.com/results/3081F55F406E458EPQ/1?accountid=43860>
- Sisa, F. G. P. (2020). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad de las PYMES en el Ecuador. *Revista Eruditus*, 1(2), 39-52.
- SUNAT. (s.f.). <http://www.sunat.gob.pe/>. Obtenido de https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=202&pnomproducto=Uva
- Tejada, F. El sistema de gestión de la calidad como aporte para el desarrollo de habilidades y capacidad gerencial en las Pymes de Bogotá. Bogotá, Colombia.
- Triviño, A. & Villena, N. (abril de 2019). La industria del maíz y su incidencia en la matriz productiva del Ecuador en el período 2013-2017. Quito, Ecuador.
- Valencia, K. & Duana, D. (2009). The Competitiveness of grape trade in the international market and in the United States: The caso of Mexico and Peru. *Proceeding of the CIMEXUS*, 14(1), 59-77. Doi: <http://doi.org/10.33110/cimexus140103>
- Veritrade (2020) Países destino de las exportaciones de uvas frescas. Recuperado de: <https://business2.veritrade.com/es/mis-busquedas>. [Consulta: 18 de abril de 2021]
- Verter, N. & Hasíkova, L. (2019). The performance of grape production in the Czech Republic. *Proceeding of the Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 67(1), 333-342. Doi: <http://doi.org/10.11118/actaun201967010333>

- Villegas Chero, R. A. & Yarlaqué Cajusol, L. V. (2018). Factores que inciden en las exportaciones de jugo de maracuyá en la región Lambayeque, periodo 2011-2016. Lima, Perú.
- Vistazo. (24 de Abril de 2021). Se decreta Política de Estado para el sector agropecuario. Obtenido de <https://www.vistazo.com/seccion/enfoque/se-decreta-politica-de-estado-para-el-sector-agropecuario>
- Young, C., Choudhury, R., Crisosto, C. & Douglas, W. (2020). Brown spot in table grape Redglobe controlled in study with sulfur dioxide and temperature treatments. Proceedings of the California Agriculture, 74(3), 163-168. doi: <http://doi.org/10.3733/CA.2020A0022>

ANEXOS

ANEXO N°1: FICHA DE ENTREVISTAS

TÍTULO DE LA TESIS: CAPACIDAD GERENCIAL, ASOCIATIVIDAD Y CALIDAD COMO FACTORES QUE SE RELACIONAN CON EL DESEMPEÑO DE LAS EXPORTACIONES DE UVAS FRESCAS DE LA REGIÓN ICA EN EL PERIODO 2016 - 2020

Buenos días, nos identificamos como Alexandra Infante Bonifaz y Diego Ochoa Pérez, somos egresados de la Universidad de Ciencias Aplicadas. Actualmente estamos desarrollando una tesis de Negocios Internacionales sobre la capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020. Para ello, necesitamos su punto de vista en las siguientes preguntas. Gracias

A. DESEMPEÑO DE LAS EXPORTACIONES DE UVAS FRESCAS

1. ¿Cuál es su opinión sobre el incremento del volumen de exportación de uvas frescas entre los años 2016-2020?
2. ¿Qué tan riguroso considera usted el acceso a los mercados internacionales?

B. CAPACIDAD GERENCIAL

1. ¿En su opinión, considera importante que el gerente de la empresa se capacite para mejorar el desempeño de las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?
2. ¿De qué manera la experiencia en el sector agrícola de los directivos de la empresa influye positivamente en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

C. ASOCIATIVIDAD

1. ¿Usted considera que la cantidad de socios influye positivamente en el desempeño de las exportaciones? ¿Por qué?
2. ¿Usted cree que la inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

3. ¿Usted considera que la promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas?

4. ¿De qué manera considera que la asociatividad con otras empresas influye de manera positiva en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

D. CALIDAD

1. ¿Usted considera que la calidad de las uvas frescas influye en el desempeño de las exportaciones?

2. ¿Qué opina sobre las diversas certificaciones y programas que existen para la mejora de la calidad de un producto agrícola?

3. ¿De qué manera considera que la mejora en los procesos productivos influye en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

4. ¿Usted considera que tener proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas?

ANEXO N°2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
Título de tesis: "CAPACIDAD GERENCIAL, ASOCIATIVIDAD Y CALIDAD COMO FACTORES QUE SE RELACIONAN CON EL DESEMPEÑO DE LAS EXPORTACIONES DE UVAS FRESCAS DE LA REGIÓN ICA EN EL PERIODO 2016 - 2020"				
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Variable Dependiente	Enfoque Mixto
¿La capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad son factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la Región Ica en el periodo 2016- 2020?	Determinar si la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad están relacionadas con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020	La capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad se relacionan positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020.	Desempeño de las exportaciones de uvas frescas	Tipo : Cuantitativa Diseño: No experimental transeccional
			Dimensiones: Calidad Indicadores: Certificaciones Mejora en procesos productivos Productores y proveedores certificados	Tipo : Cualitativa Diseño: Teoría Fundamentada
Problemas Secundarios	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	Variable Independiente	Población y Muestra
¿Es la capacidad gerencial un factor que se relaciona con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la Región Ica en el periodo 2016-2020?	Determinar si la capacidad gerencial está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020	La capacidad gerencial se relaciona positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020.	Capacidad Gerencial Indicadores: Experiencia en el sector Capacitaciones	Población: Empresas exportadoras de uvas frescas en la Región Ica
¿Es la asociatividad un factor que se relaciona con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la Región Ica en el periodo 2016-2020?	Determinar si la asociatividad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020	La asociatividad se relaciona positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020.	Asociatividad Indicadores: Cantidad de socios Promoción de Asociatividad Viabilidad de Asociatividad	
¿Es la calidad un factor que se relaciona con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la Región Ica en el periodo 2016-2020?	Determinar si la calidad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020.	La calidad se relaciona positivamente con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas a la Región Ica en el periodo 2016-2020.		Muestra: 12 asociaciones de la región Ica

ANEXO N°3: VALIDACION DE LOS INSTRUMENTOS



UPC
Universidad Peruana
de Ciencias Aplicadas

CONSTANCIA DE VALIDACION

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Encuesta – Capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016 – 2020.

OBJETIVO:

- Determinar si la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad están relacionadas con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar si la capacidad gerencial está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020
- Determinar si la asociatividad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020
- Determinar si la calidad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020.

DIRIGIDO A: Dueños de Asociaciones y Cooperativas en la región Ica.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO

Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:

PUESTO ACTUAL Y EMPRESA DONDE LABORA ACTUALMENTE:

OBSERVACIONES:

Nombre del validador:

DNI:

CONSTANCIA DE VALIDACION

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Encuesta – Capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016 – 2020.

OBJETIVO:

- Determinar si la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad están relacionadas con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar si la capacidad gerencial está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020
- Determinar si la asociatividad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020
- Determinar si la calidad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020.

DIRIGIDO A: Dueños de Asociaciones y Cooperativas en la región Ica.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO

Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:

Susana Yturry Farge

PUESTO ACTUAL Y EMPRESA DONDE LABORA ACTUALMENTE:

Gerencia de Agroexportaciones de ADEX

OBSERVACIONES:

Ninguna



Susana Yturry Farge

DNI:42123160

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Estimado validador:

Me es grato saludarlo y a la vez dirigirme a Usted, con la finalidad de solicitar su apoyo como especialista para validar el instrumento anexo, el cual será aplicado dueños de Asociaciones y Cooperativas en la región Ica. Por tal motivo consideramos que sus observaciones y comentarios serán de gran utilidad.

El presente instrumento, tiene como finalidad recolectar información directa de la investigación "Capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016 – 2020"

Para efectuar la validación del instrumento, Usted deberá leer atentamente cada aspecto de la evaluación y su relación con las dimensiones y el objetivo establecido. Por otra parte, se agradece cualquier sugerencia que crea necesaria y que considere relevante.

Gracias por su aporte.

CONSTANCIA DE VALIDACION

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Encuesta – Capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016 – 2020.

OBJETIVO:

- Determinar si la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad están relacionadas con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar si la capacidad gerencial está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020
- Determinar si la asociatividad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020
- Determinar si la calidad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020.

DIRIGIDO A: Dueños de Asociaciones y Cooperativas en la región Ica.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO

Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:

Patricia Giuliana Marañón Calderón

PUESTO ACTUAL Y EMPRESA DONDE LABORA ACTUALMENTE:

Especialista en Gestión de Negocios – Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas

OBSERVACIONES:

Ninguna

Nombre del validador:

DNI:



Firmado digitalmente por:
MARAÑÓN CALDERÓN Patricia
Guiña FAU 20478053179 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 10/07/2021 12:18:34-0500



CONSTANCIA DE VALIDACION

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Encuesta – Capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016 – 2020.

OBJETIVO:

• Determinar si la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad están relacionadas con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Determinar si la capacidad gerencial está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020
- Determinar si la asociatividad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020
- Determinar si la calidad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016-2020.

DIRIGIDO A: Dueños de Asociaciones y Cooperativas en la región Ica.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO

Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
				X

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:

Percy Alberto Sánchez Paredes

PUESTO ACTUAL Y EMPRESA DONDE LABORA ACTUALMENTE: Especialista en Promoción de Exportaciones e Inversiones en la Oficina Comercial del Perú en Brasil

OBSERVACIONES:

Ninguna

Nombre del validador: Percy Alberto Sánchez Paredes

DNI: 09297342



CONSTANCIA DE VALIDACION

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Encuesta – Capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la region Ica en el periodo 2016 – 2020.

OBJETIVO:

- Determinar si la capacidad gerencial, la asociatividad y la calidad están relacionadas con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la region Ica en el periodo 2016-2020

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Determinar si la capacidad gerencial está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la region Ica en el periodo 2016-2020
- Determinar si la asociatividad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la region Ica en el periodo 2016-2020
- Determinar si la calidad está relacionada con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la region Ica en el periodo 2016-2020.

DIRIGIDO A: Dueños de Asociaciones y Cooperativas en la region Ica.

VALORACION DEL INSTRUMENTO

Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:

Parodi Macedo Guillermo Jose

PUESTO ACTUAL Y EMPRESA DONDE LABORA ACTUALMENTE:

Especialista responsable del programa en negocios de frutales de sierra y selva exportadora

OBSERVACIONES:

Ninguna

GUILLERMO JOSE PARODI MACEDO

DNI: 06963697

ANEXO N°4: ENTREVISTAS A ESPECIALISTAS

ENTREVISTA 1: PERCY SANCHEZ

¿Cuál es su opinión sobre el incremento del volumen de exportación de uvas frescas entre los años 2016-2020?

Es bien interesante, ver cómo han crecido las exportaciones de uvas, todos los años ha venido creciendo, ahora estamos en los 530 millones de dólares de exportación. En el 2021 solo entre enero y mayo, superamos lo que se hizo 2019 y 2020. A pesar de la pandemia, han aumentado las exportaciones. Para fin de año se espera llegar a los 700 millones.

¿Qué tan riguroso considera usted el acceso a los mercados internacionales?

Es un tema muy importante, todos los productos frescos del agro tienen un problema con los mercados en la parte sanitaria, antes de vender un producto, debes pasar por una negociación sanitaria, es decir que el país te autorice ese producto. Peru ha negociado con USA, UE, China, Brasil y esas negociaciones demoran de 1 a 3 años porque en la práctica tú debes mostrar que las plagas que puedan tener los productos frescos no van a afectar el agro de cada país, esa barrera es la más difícil y Peru ya la supero en casi la mayoría de dichos países, ha logrado que el acceso sanitario ya esté autorizado por eso estamos creciendo y creciendo. Hay mucha oferta, empresas han cambiado cultivos de algodón por cultivos de uva.

¿En su opinión, considera importante que el gerente de la empresa se capacite para mejorar el desempeño de las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

Definitivamente tiene que saber cómo está el mercado internacional, es un mercado de tendencias, si el gerente no está informado de repente va a producir uvas que el mercado no compra, entonces es un factor importantísimo, si vas a hacer uva verde, la redglobe, con pepa o sin pepa, todo ese tema del mercado internacional, tiene precios diferenciados. Además, tiene que saber que otros países están produciendo, porque va a aparecer producción de repente en la misma época en que ellos salen con su producto y eso tumba todos los precios. La mayoría de los gerentes de las empresas

de uva viajan por el mundo a los principales eventos de productos frescos, por ejemplo en USA esta la PMA (PRODUCT MARKET ASOCIATION) que es un evento muy grande que se habla de todas las tendencias de alimentos frescos, casi todos van allá, a recolectar información y tomar decisiones de lo que harán en los próximos años (van pequeños y medianas empresas, así sean pequeños siempre serán parte de una cadena grande , es lo que se le llama asociatividad) tu puedes tener 10 hectáreas de uvas que es una inversión grande y eso puede ser una empresa grande que maneja 500 o 300 hectáreas.

¿De qué manera la experiencia en el sector agrícola de los directivos de la empresa influye positivamente en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Si tus directivos no están conscientes de las tendencias de mercado, entonces tampoco van a ayudar a sus ingenieros a definir qué es lo que quieren hacer, otra cosa es el que produce y otra el que comercializa. Por ello, el que comercializa es un factor muy importante porque los directivos tienen que entender que es lo que se viene más adelante para que la comercialización funcione, porque en el agro hay un proceso de producción, entonces en ese tiempo debes saber cuánto y en qué fecha vas a sacar tu producción o adelantar tu cosecha. Los exportadores peruanos tratan de coincidir su producción con fechas que no hay producción ni de Brasil ni Argentina para poder entrar con mejor precio, por eso los directivos deben estar informados para apoyar decisiones de inversión (no solo parte comercial sino también productiva) En Perú hay cada vez empresas más grandes, que producen uvas, hay comités de trabajo, hay un manejo más profesional de la parte de la gestión de la empresa.

¿Usted considera que la cantidad de socios influye positivamente en el desempeño de las exportaciones? ¿Por qué?

Se debe ver que por lo menos la gente que se asocie tenga los mismos niveles de productividad, por ejemplo, un socio puede tener 10 MT de uva y otro 3MT de uvas, entonces debe haber una asociatividad con los mismos estándares, porque el estándar te garantiza que todos tengan la misma calidad, porque eso es lo que el cliente va a pedir, que el producto homogéneo, que en conjunto tenga el mismo tamaño, color, etc.

¿Usted cree que la inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

Definitivamente, la uva es un producto caro. Si quieres producir uvas son 10,000 o 20,000 dólares por hectárea, entonces hay bastante inversión, entonces si tienes grupos de empresas que tiene 10 o 20 hectáreas (pequeñas), si bien es cierto que una inversión grande es mejor una inversión asociada, que reduzcan costos, es un producto caro, pero se recupera cuando se vende.

¿Usted considera que la promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas?

Si, como te digo si la red debe tener el mismo insumo, semilla, plaguicida, eso te garantiza calidad y cumplimiento de contratos de exportación.

¿De qué manera considera que la asociatividad con otras empresas influye de manera positiva en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Va por el lado de la oferta exportable, o sea tienes mayor capacidad de oferta, o sea puedes asegurar una campaña que te pidan 4 o 5 contenedores de uva, que de repente lo puedes hacer si estás asociado con productores, el lado positivo es por el lado de la oferta, cuanto puedes ofertar al comprador. La asociatividad te asegura oferta exportable.

¿Usted considera que la calidad de las uvas frescas influye en el desempeño de las exportaciones?

Sí, definitivamente. El consumidor no solo se va a llevar por el sabor sino por lo visual. Tienes que tenerlas bien bonitas por así decirlo. Por ejemplo, ahora las exportaciones salen envases para distribuidor minoristas como unas cajitas de plástico transparente, ya va presentada directo para el consumidor, todo entra más por los ojos, la imagen en que se presenta.

¿Qué opina sobre las diversas certificaciones y programas que existen para la mejora de la calidad de un producto agrícola?

Las certificaciones sirven para que el comprador este seguro que lo que compra tiene buenas prácticas de producción, el trabajo no esclavo, o si es producto orgánico, las certificaciones son puntos a favor, siempre es bueno que los productores certifiquen su producto. Por ejemplo, en Brasil o en todas partes del mundo, los productos orgánicos tienen precios por encima del 30 o 40% de cualquier precio normal, como la certificación GAP.

¿De qué manera considera que la mejora en los procesos productivos influye en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Importantísimo, ahí se tiene que reducir tiempos, por ejemplo el tema de la cadena de frio, cuando sacas la uva tiene todo un proceso de no romper la cadena de frio, cuando rompes eso le quitas vida al producto. Antes, se tenía que enviar la uva vía aérea, hoy en día ya se puede marítimo, porque hay sistemas de atmosfera controlada, que te permiten que la uva dure más tiempo. Todos esos temas en el proceso productivo y el control mismo de la calidad del producto influyen mucho en que la importación tenga rotación. Si haces un proceso mal, se malogra el proceso productivo. Incluso el sistema de riego por goteo, se ahorra tiempo, antes se hacían canales, con agua de río pero ahora hay este sistema donde se envía el agua por unas tuberías delgaditas y en cada punto entra el agua, se reduce el consumo de agua, optimizas el uso de agua y por ese sistema le echas los aditivos. Proceso productivo se han ido innovando.

¿Usted considera que tener proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas?

Si, mientras más certificaciones tengas más aseguras a tu cliente que le estas enviando un producto bueno.

ENTREVISTA 2: MIGUEL WATTS

¿Cuál es su opinión sobre el incremento del volumen de exportación de uvas frescas entre los años 2016-2020?

Eso básicamente se ha debido a que Perú tiene ciertas ventajas comparativas para producir uva de mesa, por lo que está en contra estación de los principales

mercados del hemisferio norte y hay ventanas comerciales que el país aprovecha para exportar uvas y también la superficie ha aumentado, muchos productores , exportadores han apostado por aumentar la superficie agrícola, sobre todo en zonas del norte, eso ha ayudado a que haya una mayor oferta exportable, los empresarios han apostado por el cultivo, eso que es un cultivo de alta inversión , por el hecho de que estamos en contra estación y ese es un producto muy demandado en los mercados, cuando el Peru sale al mercado con la uva donde no se tiene producción y se aprovechan las oportunidades para comercializarla, también con el incremento de la tierra hay más oferta exportable.

¿Qué tan riguroso considera usted el acceso a los mercados internacionales?

Los consumidores de alimentos en el mundo cada vez están más preocupados y sensibilizados con este tema de la calidad, la inocuidad de los alimentos, el tema también de que los productos tengan algún valor agregado, que sean orgánicos, sean producidos bajo comercio justo. Las certificaciones les dan ese valor especial a los productos y esa es la tendencia. Si hablamos de consumidores de alto poder adquisitivo en mercados de destino, ellos esperan un producto de altísima calidad y esa calidad que el consumidor exige, se traslada como una obligación para el productor, para producir y apostar por la mejor calidad posible, y que su producto sea aceptado tanto por los consumidores como por las autoridades sanitarias de los países donde entrar los productos para pasar los debidos controles y no tengan rechazo de los embarques. Cumplir con especificaciones: límites máximos de plaguicidas, tratamientos cuarentenarios, tratamiento de frio (USA) , Gracias a ellos SENASA lo puede certificar y así todas las autoridades sanitarias de los países de destino tienen que salvaguardar el patrimonio sanitario y la salud de los consumidores, entonces se ponen rigurosos en esos aspectos y esa obligación se traslada al productor y exportador que tienen que cumplir para poder ingresar a los mercados.

¿En su opinión, considera importante que el gerente de la empresa se capacite para mejorar el desempeño de las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

Si claro, el solo hecho que una organización de productores o una empresa exportadora cuente con un gerente ya es un requisito fundamental de que esa persona pueda tener un manejo total desde el conocimiento de los mercados a los cuales la organización o la empresa en la que se desempeña apunta con su producto, conocer los canales de comercialización del producto, conocer las regulaciones, requisitos de acceso, todo el tema de comercio exterior, todo ese manejo son fortalezas que debe tener cualquier gerente de una empresa dedicada al rubro de agro exportación, en este caso de uvas, saber de variedades, conocer el mercado de destino, conocimiento de promoción comercial, saber que eventos o ferias, ruedas de negocio, los precios. Conocer que variedades piden según mercado.

¿De qué manera la experiencia en el sector agrícola de los directivos de la empresa influye positivamente en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

El solo hecho de conocer cómo se cultiva un producto y como se le genera valor para que sea de calidad de exportación, ya es fundamental para que los directivos de las empresas puedan tomar las mejores decisiones que lleven adelante a la empresa a la que representan por el bien de todos los colaboradores, ya que mientras se venda más, habrá más empleo tanto para los agricultores, productores que trabajan asociados, que es una red de trabajo, los que tienen sus propios campos, todo eso se mueve a través de que los directivos tenga todo este conocimiento del mercado y tener las relaciones necesarias para hacer las transacciones en el exterior deben conocer todo el proceso para tener decisiones acertadas, un directivo es un tomador de decisiones de una empresa y debe conocer cómo está la producción, el clima, el movimiento de la uva en otros mercados que compiten por el contrario estación.

¿Usted considera que la cantidad de socios influye positivamente en el desempeño de las exportaciones? ¿Por qué?

Con el tema de asociatividad, hay un tema que se llama la economía de escala, si hablamos de pequeños productores que tienen 2,3,4 hectáreas tienen poca tierra, la

asociatividad es fundamental para poder salir juntos al mercado, tener una economía de escala que le permita comprar insumos a bajo precio, poder negociar en conjunto a través de una cooperativa o asociación de productores que puede poner un gerente o toda una organización empresarial que represente a todos esos socios para que su producción pueda ser colocada en el mercado. La asociatividad en este caso, cumple un rol fundamental cuando se trata de pequeños productores, y ellos son la fuerza laboral del agro, para que todos ellos se inserten al mercado y de forma rentable y sostenida deben tener un modelo asociativo.

**¿Usted cree que la inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas?
¿Por qué?**

Si, es necesario en el sentido de que las tierras cultivables en zonas como el valle de Ica, o Villacuri, el propio pisco, hay zonas donde hay mucha parcelación, muchos pequeños productores, entonces si ellos se asocian y pueden tener una oferta exportable de buen volumen eso repercute en las estadísticas, eso ira sumando, sobre todo si también le vende a las empresas más grandes porque a veces hay empresas que tienen sus propios campos de cultivo pero por muy grandes que sean nunca tienen el 100% de los pedidos pero mueven la economía comprando a los pequeños.

¿Usted considera que la promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas?

Si, es necesario en el sentido de que las tierras cultivables en zonas como el valle de Ica, o Villacuri, el propio pisco, hay zonas donde hay mucha parcelación, muchos pequeños productores, entonces si ellos se asocian y pueden tener una oferta exportable de buen volumen eso repercute en las estadísticas, eso ira sumando, sobre todo si también le vende a las empresas más grandes porque a veces hay empresas que tienen sus propios campos de cultivo pero por muy grandes que sean nunca tienen el 100% de los pedidos pero mueven la economía comprando a los pequeños.

¿De qué manera considera que la asociatividad con otras empresas influye de manera positiva en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Cuando hay asociatividad, los pequeños se suman a la canasta exportadora, también producen la oferta exportable. Es más, es el único mecanismo en el cual un pequeño puede realmente bajo un propio modelo empresarial poder generar oferta exportable, poder generar mayor exportaciones de uvas. Llegar a un volumen de ventas, con la asociación. Y así trabajar todo como una unidad.

¿Usted considera que la calidad de las uvas frescas influye en el desempeño de las exportaciones?

Lo que pasa es que ya el mercado de destino de la uva, da por hecho que la uva que el Perú envía es de calidad, o sea, al dar por eso descontado, toda la uva que se exporta es una uva que cuenta con estándares de calidad, se rige por normas técnicas internacionales o normas peruanas, el calibre que demanda el mercado, el color, los grados brix, tiene también la variedad que espera el consumidor, todo eso es calidad, que no tenga residuos de plaguicidas, que no tenga ningún problema de contaminación, y ya el mercado da por hecho eso y espera que las uvas salgan así y el Perú debe trabajar el tema de buenas prácticas agrícolas, certificaciones para que el Perú pueda ir con esos estándares certificado que los países de destino demandan. Ante cualquier problema de calidad pierdes la imagen no solo como productores, organización o empresa sino como país, es una verdadera pena que por un productor que haga mal una exportación y que no llegue un producto de calidad en el extranjero tachen a todo el país como que su calidad es mala.

¿Qué opina sobre las diversas certificaciones y programas que existen para la mejora de la calidad de un producto agrícola?

Esas certificaciones tienen usualmente como finalidad hacer que los productores puedan cumplir con lo que demandan los mercados, en aspectos de calidad, inocuidad, medio ambiente, responsabilidad social, comercio justo, entre otros aspectos, para el caso agrícola lo mínimo que exigen los países es una certificación de buenas prácticas agrícolas, tipo global GAP. El cual es un protocolo que garantiza a

los consumidores que el producto ha sido producido bajo estándares de buenas prácticas agrícolas, de calidad, inocuidad, y muestra la seguridad de su consumo. Es importante, que los productores que apuntan a mercados de destinos, tengan que implementar las buenas prácticas agrícolas y tengan que certificarla con organismo privado de certificación, en el país hay empresas que dan esos servicios en los campos, previa auditoria, se adjunta esos certificados en los documentos de exportación y ya no tienen inconvenientes por ese lado y pueden exportar sus productos de calidad.

¿De qué manera considera que la mejora en los procesos productivos influye en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Si un productor invierte en mejoras en su campo para facilitar las labores de cosecha, si invierte en maquinaria, mecanización, en su planta empacadora, en una buena cadena de frío, por ejemplo la uva no se lava, simplemente se limpia un poco antes del empaque antes de acomodarla, se necesita una buena cantidad de mano de obra, de equipos de última generación, mientras el desarrollo tecnológico de la empresa aumente, eso va a permitir que mejoren todos los procesos productivos. Desde campo, con un riego tecnificado para que su cultivo pueda producir mejor, a través del riego puede hacer irrigación, análisis de suelo, y sacar las dosis exactas de fertilizantes que se necesitan, hacer un manejo integrado de plagas, de cultivo, monitorear el avance de plagas para tomar decisiones en lo que respecta a la aplicación de productos, ver variables agro meteorológicas, tener estaciones de monitoreo del medio ambiente, ver temperatura, clima, horas de sol, etc. Todo eso es lo que finalmente, esos desarrollos que son los que se aplica al producto hará que se tenga mayor calidad.

¿Usted considera que tener proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas?

Claro, todo lo que este certificado, quiere decir que tienes la prueba que determinado proceso se realizó, cumple con determinados criterios de cumplimiento, entonces todo lo que está certificado le va a dar garantía al consumidor y por ende va a generar más demanda, porque le da valor agregado y cumplir ciertos estándares.

ENTREVISTA 3: GUILLERMO PARODI

¿Cuál es su opinión sobre el incremento del volumen de exportación de uvas frescas entre los años 2016-2020?

Refleja el excelente trabajo que el Perú ha ido haciendo en esos últimos 4 o 5 años, respecto a la apertura del mercado y asegurar una oferta que representa la calidad deseada por los consumidores finales, eso demuestra muy claramente la notable capacidad que la empresa privada nacional ha tenido en el desarrollo agroexportador de la uva de mesa, y los acuerdos comerciales que se han logrado entre Perú y los países de destino.

¿Qué tan riguroso considera usted el acceso a los mercados internacionales?

Es riguroso, ponen restricciones muy sólidas que aseguren que sus consumidores tengan un producto inocuo, que cumpla los estándares de calidad y con las exigencias de los mercados y la oportunidad deseada. El tema de inocuidad hay que verlo con restricciones en el término de agroquímicos u otros componentes que puedan afectar la salud de los consumidores de esta fruta, por eso hay un rigor muy fuerte con el acceso a estos mercados. Las unidades de sanidad agrícola de esos países, también piden que no afecte la sanidad de su producción local, por lo tanto hay un trabajo muy sólido detrás, para establecer que Perú cumple con el rigor en exigencias.

¿En su opinión, considera importante que el gerente de la empresa se capacite para mejorar el desempeño de las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

Si definitivamente, porque eso le permite tener una idea muy clara de cómo se va moviendo el mercado mundial de uva de mesa, las tendencias, las nuevas necesidades, los requerimientos, entonces la capacitación es fundamental, recibiendo información, conociendo el mercado, las exigencias, definitivamente sí.

¿De qué manera la experiencia en el sector agrícola de los directivos de la empresa influye positivamente en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

En términos de oportunidades de identificar mercados, oportunidades de lograr un acuerdo comercial, aterrizar en buenos términos a enlazar comercialmente proveedores, ofertantes con demandantes. Esa experiencia te permite lograr una excelente negociación, llegar a buenos términos y lograr un ganar/ganar.

¿Usted considera que la cantidad de socios influye positivamente en el desempeño de las exportaciones? ¿Por qué?

Definitivamente si, si hablamos en que debemos ser competitivos en base a una oferta estacional muy larga y en base a volúmenes solicitados dependiendo al mercado al que entremos. La asociatividad siempre da fortalezas, en cualquiera sea el concepto en que se involucre porque sirve para demostrar que se suman varios a un mismo compromiso, en este caso, comercial.

¿Usted cree que la inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

Si, el gremio de productores exportadores de uvas de mesa en Ica, se vuelve un gremio muy sólido, y es un consorcio de productores y da fortaleza en todos los niveles: comercial, financiero, gremial, en políticas.

¿Usted considera que la promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas?

También, porque al final las redes empresariales van a lograr que los diferentes eslabones de la cadena de uva se complementen adecuadamente, entonces de hecho

las redes empresariales sirven para eso, para conseguir más oportunidades y conocer nuevos nichos que requiere este producto y nuevas alternativas que puedan brindarnos la agro industria en temas de valor agregado.

¿De qué manera considera que la asociatividad con otras empresas influye de manera positiva en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

La asociatividad quiere decir que todos se pongan de acuerdo, trabajan en un objetivo en común, entonces al hacer esto cada uno suma para que ese objetivo se dé, lo que se quiere es llegar a ser más exitosos en el mercado y eso mejora el desempeño de las exportaciones. Al final el tema de asociatividad siempre va a ser positivo. Obtener volumen de ventas, oportunidad de mercado, condiciones o normas que ayuden ya que como gremio tienen un peso importante y por lo tanto si hay normas que necesiten ser evaluadas o modificadas, con esa fuerza gremial influir en ello.

¿Usted considera que la calidad de las uvas frescas influye en el desempeño de las exportaciones?

Definitivamente, es uno de los componentes clave en una oportunidad de mejora en términos comerciales, lo demandante define que un producto de calidad es un producto deseado. Por lo tanto si la cantidad se mantiene o mejora, siempre va a tener más oportunidades en el mercado.

¿Qué opina sobre las diversas certificaciones y programas que existen para la mejora de la calidad de un producto agrícola?

Son hoy en día una condición esencial para ser competitivo, y mientras uno se acoja a un mayor número de certificaciones y programas que estén ligados a esto, en buena hora. Se genera un mayor valor agregado por certificación, no por transformación.

¿De qué manera considera que la mejora en los procesos productivos influye en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Va a influir en la reducción de costos, en mejor presentación de producto, en la competitividad, por mayor calidad y más inocuidad y eso influye en la capacidad de exportación.

¿Usted considera que tener proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas?

Sí, porque de una u otra manera se puede definir quiénes son tus proveedores y quienes son los que te sostienen toda la cadena de producción, si tu proveedores están certificados y son reconocidos te da un mayor valor y por lo tanto mejor oportunidad de exportación.

ENTREVISTA 4: SUSANA YTURRY

¿Cuál es su opinión sobre el incremento del volumen de exportación de uvas frescas entre los años 2016-2020?

Entre los últimos años las exportaciones de uvas frescas han crecido muchísimo, el posicionamiento de las uvas tanto la blanca sin semillas como la roja con semilla, en varias variedades que exportamos se han hecho un gran nombres en varios mercados súper competitivos y que exijan muchísimos estándares de calidad y la uva peruana ha logrado sobre pasar dicho estándares y es por eso que son tan cotizadas en estos mercados, definitivamente la uva peruana tiene un renombre y eso se refleja en el incremento que se han dado año a año en las exportaciones. Gracias a todo el arduo trabajo de las empresas formales que han sobrellevado esta coyuntura que se desato el año pasado, además de la coyuntura que ya existía de la pandemia, al cierre del 2020 se logró superar las cifras del año anterior y lo que va de este año, la

última campaña ha botado cifras positivas. La pandemia había generado que más gente tenga demanda de productos naturales y de alto contenido vitamínico, proteico, los cítricos tuvieron un excelente impacto, las uvas también entraron en esa bolsa de alimentos súper vitamínicos.

¿Qué tan riguroso considera usted el acceso a los mercados internacionales?

El ingreso o acceso a mercados internacionales depende de cada país pero los países en donde la uva peruana entra son países con estándares muy altos de calidad y que exigen certificaciones y evaluaciones en campo del más alto nivel y la uva peruana los cumple.

¿En su opinión, considera importante que el gerente de la empresa se capacite para mejorar el desempeño de las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

Si, es básico. Sobre todo si son empresas pequeñas y quieren comenzar a exportar. En Adex tenemos un área encargada de apoyar y capacitar a las pymes, pero si son empresas que quieren comenzar a exportar pero no tienen el conocimiento de comercio exterior ni siquiera los más básicos, se les complica muchísimo poder lograr hacer una exportación que de repente si logran pero como no saben negociar los precios y no se dan cuenta de la magnitud de la cantidad de sobrecostos que se pueden ir pagando en el camino hasta que la fruta llegue a su destino, al final salen en pérdida. Es básico que el gerente general o comercial de empresa pequeñas que son la misma persona normalmente conozca no solo el trabajo en campo y planta sino que se capacite en gestión comercial internacional, que lleve los talleres, hay muchas opciones para capacitarse y así manejarse en este sector.

¿De qué manera la experiencia en el sector agrícola de los directivos de la empresa influye positivamente en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Normalmente las personas que se animan a ser exportadores de varios productos agroindustriales, principalmente gente que conoce alguien en el exterior y que quiere comprar y esta persona del Perú dice “voy a comprarle a una asociación y yo lo exporto, una asociación productora que le vende a otros entonces yo puedo acopiar y luego lo vendo” y así se genera una cadena, y muchas veces estas personas no tienen un conocimiento técnico del manejo agrícola y de la experiencia en campo, aprenden en la cancha a medida que van insertándose en el negocio, no digo que no sea efectivo pero si considero que los empresarios que quieran incursionar en las agro exportaciones conozcan desde todos los puntos de la cadena como es que se maneja el sector, desde la perspectiva de los agricultores, del sector público, que es el que te tiene que dar todos los permisos, son un montón de aristas que si son necesarias. Saber con quién hablar de SENASA, saber cuáles son las zonas certificadas. Una buena noticia es que el área certificada para plantar uva de exportación ha crecido en 2%, significa que cada vez más asociaciones están invirtiendo en hacer que sus campos y hectáreas estén certificadas para poder lograr eso estándares que muchos mercados exigen.

¿Usted considera que la cantidad de socios influye positivamente en el desempeño de las exportaciones? ¿Por qué?

Bueno, mientras más socios quiere decir que son más pequeños agricultores que se suman a esa asociación y que tratan de estandarizar en la medida de lo posible el tipo y calidad de uva que sacan, mientras más socios son es más difícil generar una estandarización del producto sin embargo, no es imposible, si se puede lograr, pero ahí el nivel gerencial que debe tener las cabezas de las asociaciones dirigidas y orientadas por parte del sector privado que son las empresas exportadoras que les compran es vital, es un trabajo que busca mucho balance, ese balance te permite tener los permisos de SENASA, cumplir con los estándares que exigen los compradores, y de esa manera se vende más pero la cantidad de socios influye positivamente porque se tendrá un mayor volumen siempre y cuando, todos tengan la misma calidad del producto. Ejemplo: en una asociación tienes 20 productores, y esos te dan los volúmenes que tú necesitas para cumplir con un cliente en Holanda pero tú no le puedes mandar una muestra de uno que no sea igual a todo lo que le vas a mandar, ahí

pierdes al cliente y pierdes tu envío, el cliente puede decidir no pagarte porque no es la calidad que te pidió.

**¿Usted cree que la inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas?
¿Por qué?**

Sí, siempre la inversión en investigación y desarrollo va a mover una mejora y un incremento en las exportaciones, cuando se habla de promover la asociatividad empresarial es darle capacidades a los agricultores para que ellos y las asociaciones en sí, gestionen internamente que todos sus cultivos tengan los estándares requeridos, eso definitivamente va a reflejar positivamente en un crecimiento de las exportaciones.

¿Usted considera que la promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas?

Sí, definitivamente.

¿De qué manera considera que la asociatividad con otras empresas influye de manera positiva en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

¿Usted considera que la calidad de las uvas frescas influye en el desempeño de las exportaciones?

Si, por supuesto. Si tú no nos satisfaces la demanda con la calidad, vas a perder a tus clientes. Fidelizar a tus clientes significa darles la misma calidad que le has ofrecido o incluso mejorarla. Es más inversión, más trabajo, mas I&D pero es lo único que va a asegurar que la reputación de las exportaciones se mantengan en el tiempo.

¿Qué opina sobre las diversas certificaciones y programas que existen para la mejora de la calidad de un producto agrícola?

Tiene sus adeptos y detractores, porque lamentablemente cumplir con esas certificaciones a veces demanda mucha inversión económica y también hay algunas calidades que no entran en esa certificación pero es necesario, en este mundo globalizado en donde los productos deben llegar al otro lado del mundo, literal, se tiene que manejar de una manera muy estricta el control de calidad de los productos para que no se generen problemas más adelante. Las diversas certificaciones y programas que existen definitivamente si ayudan a mantener un nivel de calidad superior de los productos.

¿De qué manera considera que la mejora en los procesos productivos influye en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Si, totalmente. La inversión que hacen las empresas en investigación y desarrollo para crear nuevas variedades, para mejorar el dulzor de la uva, para darle atributos o características que hagan más llamativas las variedades que se exportan, para competir o tener una ventaja competitiva frente a otros competidores que tienen la misma variedad nos hace mucho más atractivos y eso hace que las exportaciones se incrementen.

¿Usted considera que tener proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas?

Así es, que vayan creciendo las áreas certificadas significa que cada vez es más importante y los productores se dan cuenta de la necesidad de generar que sus áreas de cultivo cuenten con esas certificaciones porque eso les va a abrir puertas, sino se queda en comercio local donde no se les paga tanto de repente o su producto es bueno pero no tiene calidad de exportación, Como puedes encontrar en los mercados diferentes calidades de uva , una cuesta 5 soles el kilo, otra 6 , 7 y otra 10, la cual ves y dices que es hermosa, entonces esas certificaciones hacen que se pueda lograr la estandarización.

ENTREVISTA 5: PATRICIA MARAÑÓN

¿Cuál es su opinión sobre el incremento del volumen de exportación de uvas frescas entre los años 2016-2020?

Es claro de acuerdo a los ultimo rankings que nos han arrojado las plataformas, no solo nacionales sino también internacionales a las que he podido tener acceso que ha habido un incremento en el volumen de exportación, no solo en los mercados a los que siempre hemos exportado este producto sino también está incrementándose en mercados nuevos sobre todo en los asiáticos.

¿Qué tan riguroso considera usted el acceso a los mercados internacionales?

Una de las grandes barreras que tiene el acceso a los mercados es el tema sanitario, mucha veces las negociaciones no terminan de cerrarse por justamente esos temas, el tema de plagas, sanidad agraria e inocuidad agroalimentaria porque no se tienen claro cuáles son los parámetros que van a regir al producto, por ejemplo, en el caso de china se ha demorado año en obtener el acceso a dicho mercado.

¿En su opinión, considera importante que el gerente de la empresa se capacite para mejorar el desempeño de las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

Si, lo que pasa es que a veces , en algunas empresas o en algunos fundos, tenemos gerentes que tienen una formación más administrativa, más empresarial y en otros casos, gerentes que si tienen una formación un poco más técnica, son agrónomos o forestales o agroforestales, entonces pueden tener un poco más de conocimiento pero no lo consideraría indispensable, para mi si es indispensable que se tenga una persona que este capacitada en estos temas, no necesariamente el gerente, puede ser el gerente de sanidad , de calidad, a esa persona yo si le encargaría esta responsabilidad de empaparse por completo de cuáles son las restricciones a los mercados a los que yo quiero acceder, tanto en temas de sanidad, plagas e inocuidad.

¿De qué manera la experiencia en el sector agrícola de los directivos de la empresa influye positivamente en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Es importante, puede haber mejores resultados si los directivos conocen no solo de temas administrativos sino también los temas técnicos, porque van a poder tener mayor capacidad para la toma de decisiones en cuanto a cultivo en sí mismo, sería un plus.

¿Usted considera que la cantidad de socios influye positivamente en el desempeño de las exportaciones? ¿Por qué?

Más que la cantidad de socios, que tan variado es el grupo, con que capacidades cuenta cada socio. Si es que hay mayor variedad en capacidades. Por ejemplo, si en mi grupo tengo distintos perfiles, técnicos agrónomos, eso influye de manera más positiva. Ya que la interacción que van a tener todos ellos, desde sus propios puntos de vistas, experiencias y conocimiento, podría sumar mucho más.

¿Usted cree que la inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

Si, empresas que trabajan con pequeños productores en distintas parcelas y que se dedican a capacitarlos como si fueran parte de la empresa, para que los productos que ellos comercialicen tengan la misma calidad como si estuvieran en el mismo fundo, esto no solo aporta a la asociatividad y a la economía del pequeño productor sino también le permite a la empresa tener una mayor oferta, mayor volumen de ventas.

¿Usted considera que la promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas?

-

¿De qué manera considera que la asociatividad con otras empresas influye de manera positiva en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

-

¿Usted considera que la calidad de las uvas frescas influye en el desempeño de las exportaciones?

No solo la calidad, sino los requisitos de sanidad e inocuidad que son términos distintos a la calidad, nosotros podemos exportar una uvas súper buenas y lindas con la mejor calidad del mercado pero que pueden estar llevando consigo pesticidas o cualquier tipo de plaga, entonces considero que la calidad si influye pero algo que no estamos tomando muy en cuenta es el aspecto sanitario.

¿Qué opina sobre las diversas certificaciones y programas que existen para la mejora de la calidad de un producto agrícola?

Considero que son necesarias para que podamos cumplir con parámetros y requisitos que nos pide el mercado, va a depender del destino. No todos los mercados son tan rigurosos como EEUU, no solamente por todas las certificaciones que te puedan pedir sino que además te pide que cumplas con la norma de inocuidad para productos agrícolas frescos, donde la uva se encuentra normada. En este tema de certificaciones, habría que estar al tanto y estar al corriente de las actualizaciones de las normas.

¿De qué manera considera que la mejora en los procesos productivos influye en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Lo que pasa es que el proceso productivo inicia con la siembra, un proceso productivo en campo bien hecho te va a dar como resultado un producto , no solo de mejor calidad sino con menos probabilidades de exportar plagas o algún patógeno como microorganismo que no esté normado para el mercado, entonces tener los

procesos productivos claros desde el momento de la siembra hasta la cosecha es importante sobre todo por el tema de las plagas y a partir de la cosecha es importante por el tema de inocuidad , que es necesaria para que podamos garantizarle al consumidor un producto que pueda consumir.

¿Usted considera que tener proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas?

De hecho sí, porque estos proveedores o productores te dan la garantía de que tienen los procesos claros y están realizando buenas prácticas agrícolas y de manufactura, o sea buenas prácticas en el proceso de campo y durante la cosecha y post cosecha. Por eso, lo que se busca es que estos proveedores y productores se encuentren ya certificados y así tengo la certeza que están haciendo las cosas adecuadas, le dan mayor valor al producto y tengo menos probabilidad de que me rechacen el producto en el mercado de destino.

Certificaciones: GLOBAL GATT, buenas prácticas agrícolas, certificación PRC, HASA para plantas de proceso, para Europa vale bastante la certificación organica, y para USA tienes que estar certificado o cumplir con su norma de inocuidad FSMA.

ENTREVISTA 6 : CARLOS PEÑA

¿Cuál es su opinión sobre el incremento del volumen de exportación de uvas frescas entre los años 2016-2020?

El incremento es notablemente muy grande, pese a que hayamos sufrido una pandemia, no ha caído las exportaciones, esto se debe mucho a que el estado apoya bastante con leyes agropecuarias, lo cual ayuda a que las empresas crezcan. Por ejemplo, en un año una empresa tiene 50 hectáreas, y en 2 o 3 años de productividad, pueden crecer más hectáreas. El crecimiento de las empresas va en aumento, tanto en el terreno que cubren como en la calidad de los productos, además de tener más áreas cultivables, tenemos también un mejor conocimiento, se van capacitando más a todos los pequeños agroexportadores sobre posibles enfermedades plagas, métodos de

control, métodos de nutrición, todos esos factores hacen que con el tiempo se garantice una mayor exportación.

¿Qué tan riguroso considera usted el acceso a los mercados internacionales?

Esto es algo que depende mucho al mercado de destino al que queramos ingresar, lo principal es contar con certificación que garantice que no se tiene residuos peligrosos, porque hay un ente a nivel internacional que dice que si quieres que tu fruta/producto salga del país, tú tienes que indicar en los análisis de la fruta que no hay residuos fibrosos, lo cual prohíbe el uso de ciertos insecticidas. Para USA, Wal-Mart del 1 al 10 en rigurosidad es un 6; para Corea, el mercado asiático es muy estricto, hay plagas muy importantes para lo que es exportación como el planococcus , si en una de tus embarcaciones encuentran un solo individuo, muerto o vivo, te rechazan totalmente, no te reciben en lo más mínimo , ni fruta con tierra, literalmente para entrar al mercado asiático, debemos tener una fruta 10/10, por ello se necesita tener un control muy detallado en campo. Depende mucho del destino, si es Latinoamérica los estándares bajan bastante, si es mercado nacional aún más.

¿En su opinión, considera importante que el gerente de la empresa se capacite para mejorar el desempeño de las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

El gerente sí, debe estar capacitado en todas las áreas por ejemplo tener un buen riego, la planta este con agua, no llevar al exceso, a veces en la fructificación, le damos mucha agua van a quedar más hojas y ramas y no va a concentrar azúcares; otro es el factor sanitario, se debe tener un buen control en lo que son hongos, lo que desencadena la pudrición acida y malogra todo el racimo , también las plagas, porque antes de exportar viene SENASA y revisa todo el lote que vas a exportar, observando toda la fruta si encuentran algo mal, te dan más tiempo para que puedas solucionar eso. Por ello, el gerente debe estar capacitado , sobre todo en capacitación técnica, producción, sanitario, riego y calidad, porque al final son ellos los que dan las ordenes,

se encargan de la toma de decisiones por más que tengan a una persona encargada de cada área.

¿De qué manera la experiencia en el sector agrícola de los directivos de la empresa influye positivamente en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Todas las áreas influyen, tienen una labor esencial, por ejemplo el área de riego, de sanidad que es evaluaciones y dependiendo de los análisis, el área de aplicaciones va a poder tomar una decisión, porque se puede tener un buen control pero tampoco se va a estar bombardeando a cada rato con químicos nuestro lote.

¿Usted considera que la cantidad de socios influye positivamente en el desempeño de las exportaciones? ¿Por qué?

En mi opinión no, ya que en la agricultura hay muchos socios personas que buscan sacar ganancias y no se preocupan tanto del resultado de la planta, van y la sobre explotan. El tema de tener muchos socios influye al mal manejo del fundo porque solo querer ver ganancias, no ven en si el todo de lo que es la agricultura.

¿Usted cree que la inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

Sí, porque para que las exportaciones de uva en Peru crezca, debemos tener un mayor área cultivable y una mejor tecnología para producir uva de calidad, no solo en cantidad, ya que como Peru compites con otros países, como Argentina, Chile, México también producen uva y para que otros países europeos , asiáticos, norteamericanos elijan tu uva, tienes que tener una buena uva de calidad.

¿Usted considera que la promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas?

-

¿De qué manera considera que la asociatividad con otras empresas influye de manera positiva en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

-

¿Usted considera que la calidad de las uvas frescas influye en el desempeño de las exportaciones?

Claro, debemos producir muy buenas uvas para que seamos apetecibles para los demás países.

¿Qué opina sobre las diversas certificaciones y programas que existen para la mejora de la calidad de un producto agrícola?

Al menos en lo que se refiere al Estado Peruano es algo muy lento, en otros países hay una mayor inversión en lo que es investigación generando un mayor conocimiento, no solo a los agroexportadores grandes sino también para los pequeños exportadores, tampoco se tiene patente de uvas en Peru como Chile, ellos tienen patentes de uvas que han creado por sus centros de investigaciones y se dan el lujo de hacer esos experimentos. Si hay programas para poder capacitar, eso lo regula SENASA, el MINAGRI, el ANA (autoridad nacional del agua) , todas esas organizaciones del gobierno son las que van capacitando a pequeños agricultores y agro exportadoras.

¿De qué manera considera que la mejora en los procesos productivos influye en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Bastante, lo que se quiere es tener una uva “crujiente”, hay variedades que conozcas, la uva verde, es grande, y es lo que buscan varios supermercados, con los

procesos productivos originas eso y evitas que tu uva se deshidrate, que no le entren plagas, que el color sea el indicado, que sean aromáticas, por ello es necesario la investigación porque en todos los puntos tienen un pequeño lote de experimentales y depende de ello se obtienen mejores productos y se tiene mejores tomas de decisiones.

¿Usted considera que tener proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas?

Claro, obviamente que nuestros productores y proveedores tienen que ser de calidad y certificados porque , por ejemplo, había materias activas que estaban haciéndose prohibidas y si tenemos un proveedor que no este certificado, nos puede vender un producto con esa materia activa prohibida y que a la hora de nuestra cosecha , nuestros resultados salen con residuos tóxicos, la culpa va a ser haber usado ese producto sin certificación, Cuando se tiene un producto certificado, se tiene la seguridad que va a ser efecto. Si es para nutrición, que va a crecer la planta, si es para control sanitario, va a matar el hongo o la plaga, no va a dejar residuos, de eso depende mucho lo que es la certificación de los proveedores. Además, ello le agrega valor al producto, ahí resalta la agricultura ecológica, es decir, que al momento de ser llevada, cosechada se usaron productos orgánicos que no dañaban el ambiente o la tierra o la planta y para ello se necesitan certificaciones.

ENTREVISTA 7: MANUEL IZAGA

¿Cuál es su opinión sobre el incremento del volumen de exportación de uvas frescas entre los años 2016-2020?

Estamos apostando por el país, obviamente las apuestas se pueden hacer midiendo los riesgos, y si un país te ofrece estabilidad, pues habrá inversiones. Si el país tiene políticas de desarrollo, vienen las políticas de promoción y los inversionistas acuden a ello, para que el país crezca. El crecimiento se debe a las condiciones que el país ofrece. En el caso de la uva, años atrás habían variedades tradicionales, típicas, llamadas antiguas y que para ser comparadas y contrastadas con las nuevas variedades y las nuevas tecnologías que son patentadas, han aparecido variedades nuevas y gracias

a esto, resultan 2 cosas: que la subida de los costos ha podido ser compensada por la subida de la producción que han sido sembradas en los últimos 5 años.

¿Qué tan riguroso considera usted el acceso a los mercados internacionales?

Hay 2 términos: calidad y condición en la que arriban/llegan a destino. Calidad se refiere al tamaño de la baya, el color, la acidez; y la condición se refiere a si llega podrida o enferma, crujiente o deshidratada. Basándonos en eso, todos los mercados son exigentes, lo que pasa es que unos tienes costumbres diferentes a otros, entonces por ejemplo, si te vas a los mercados árabes, te pagan un buen precio sin importar que la uva verde tenga tonos amarillentos, siempre y cuando tengan mucha azúcar; pero si te vas a USA, esa uva no la vendes porque quieren un color verde perfecto, los términos o lo que significa calidad Premium para algunos, puede ser que para otros no. En cuanto a condición de arribo, todos los mercados te van a exigir una “fruta sana” entonces la calidad la logras mientras vas produciendo la uva en el campo.

¿En su opinión, considera importante que el gerente de la empresa se capacite para mejorar el desempeño de las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

Totalmente, tiene que estar capacitado y estar consciente de capacitar a sus equipos. Si antiguamente alguien decía “mejor no le enseñe porque se va a ir”, ¿De qué te sirve tenerlos sin saber? Entonces hay que invertir mucho en capacitación.

¿De qué manera la experiencia en el sector agrícola de los directivos de la empresa influye positivamente en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Es crítico e indispensable la experiencia, porque la experiencia te lleva a entender el porqué de las cosas. Si eres numérico y solo te encargas de eso, nunca vas a entender que un número puede fallar por razones que tu no manejas, por ejemplo, que significa que te caiga una lluvia y si eres un director o gerente de una empresa que

no sabe el impacto de esa lluvia , puedo terminar responsabilizando más de lo debido a la gente de campo, entonces uno tiene que saber discernir lo que es manejable y lo que no es manejable para ser un buen líder, para no culpar o responsabilizar a tu personal en eventos que de verdad sean injustos responsabilizar. Es necesario que esté al tanto de todo el proceso productivo, no solo de la parte gerencial.

¿Usted considera que la cantidad de socios influye positivamente en el desempeño de las exportaciones? ¿Por qué?

La cantidad de socios no tanto, la cantidad de inversión dependerá del número de errores que cometes, la frecuencia de eventos climáticos que te puedan perjudicar y que no son manejables. Lo ideal es que haya un número de socios impar y que te permitan tomar acuerdos rápidos. En cuanto a una cooperativa o asociación, si pueden haber varios socios pero deben nombrar a su directiva. Cuando se habla de cooperativas, hablas de menor inversión por socio, porque son personas con menos recursos, entonces se va a necesitar un número mayor para lograr la masa crítica que se necesita, de este modo si influiría en las exportaciones.

¿Usted cree que la inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

Es clave.

¿Usted considera que la promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas?

Si porque se habla de desarrollo y capacitación, y en buena hora integrar a los pequeños productores. El reto no es fácil pero si conviene.

¿De qué manera considera que la asociatividad con otras empresas influye de manera positiva en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Asociándote con el que te complementa. Ejemplo: si tú llegas a un punto A, necesitas a alguien que este en el punto B y a ese le falta el punto A, ¿por qué no juntarse? Se complementan y que tengan el mismo fin común, el mismo objetivo.

¿Usted considera que la calidad de las uvas frescas influye en el desempeño de las exportaciones?

La calidad si influye, si no tienes la calidad que el cliente necesita, no te la va a comprar.

¿Qué opina sobre las diversas certificaciones y programas que existen para la mejora de la calidad de un producto agrícola?

Es necesaria tomar las certificaciones que sean convenientes, sean 1 o 10. Muchas certificaciones se repiten o se complementan.

¿De qué manera considera que la mejora en los procesos productivos influye en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Cada vez que se hace una mejora en un proceso, y me refiero al proceso en papel, es decir, que terminada la campaña o terminado el ciclo o año, nos sentamos a discutir lo que hicimos, analizando el flujo del proceso y los procedimientos de cada etapa del proceso, entonces el hecho de revisarlos te hace evaluar si puedes mejorar o no, y siempre hay espacio para la mejora, por ello es clave lo que dices.

¿Usted considera que tener proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas?

Si influye, pero un tema es que estés certificado y otra que seas honesto, muchas veces quienes certifican cumplen un proceso y a veces no encuentran fallas que no son tan visibles. Entonces hay casos de certificados emitidos en terrenos que no deberían tenerlo, así como hay fruta no certificada que se ha metido a planta usando certificado de otras. Ello parte de la deshonestidad, por ello se debe tener mucho cuidado con esos proveedores certificados y que realmente se cumpla.

ENTREVISTA 8: JOSE BRAVO

¿Cuál es su opinión sobre el incremento del volumen de exportación de uvas frescas entre los años 2016-2020?

Si bien el consumo de uva redglobe, que era nuestro producto estrella ha disminuido un poco su producción, debido al abundante sembrío a nivel nacional, igual nos seguimos posicionando como uno de los más grandes exportadores a nivel mundial. Nuestra alternativa para poder diluir ese déficit en tema de precios por redglobe, ha sido los royalties y otras variedades, sweetglobe, Thompson, Flame entre otras variedades. De esta manera podemos ser más competentes, aunque hayamos aumentado muchísimo volumen a nivel nacional.

¿Qué tan riguroso considera usted el acceso a los mercados internacionales?

En un inicio, siempre cuando hay una apertura, un TLC en vigencia que recién se está llegando a tratar, el ingreso a un mercado es bastante riguroso por ser un mercado relativamente nuevo, entonces ahí las medidas fitosanitarias, control de calidad, son bastante exigentes, esto se dio por ejemplo cuando se dio los envíos a China, Corea, entre otros países, donde comenzaron a ser bastantes exigentes porque era recién donde se abría el mercado internacional. Si bien hasta el momento se cumplen bastantes parámetros de calidad, ya nos hemos vuelto bastante buenos como Peru en el tema de producción de uva de mesa, entonces ya no es que seamos muy rigurosos a la hora de control de calidad en planta, sino nos hemos vuelto rigurosos a la hora de control de calidad en campo, entonces nuestra uva ya viene a ser una uva de bastante calidad y es por eso el posicionamiento a nivel internacional de una manera bastante buena, por ejemplo un exportador que es ajeno a nosotros: Agrolatina , tiene

una de las mejores uvas en el mercado Asiático. Se han posicionado a tal nivel que es la mejor uva a nivel China que ellos consumen, pero es porque la calidad viene de un tema netamente interno más allá de parámetros internacionales.

¿En su opinión, considera importante que el gerente de la empresa se capacite para mejorar el desempeño de las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

En definitiva sí, necesitamos gente bastante especializada en cada uno de los cultivos que estamos exportando. Es muy fácil, a veces, gerenciar/dirigir una empresa con temas administrativos pero si vamos a enfocarnos netamente en exportación, es muy importante que el gerente general tenga el conocimiento agrícola, o de agro exportaciones o algo muy cercano al tema porque es básico, si no sabemos del agro va a ser muy difícil tomar decisiones que en última instancia se tienen que hacer, ya sea que se complicó un embarque y no puedo mandarlo a tal destino y tengo que mandarlo a otro, si bien una persona o un técnico que está metido en el tema pueda tomar una decisión, al fin y al cabo la decisión definitiva la va a tomar un gerente general y decir el porqué, antes de decir porqué, él va a tener que saber las razones, ya sea porque se tiene que desviar un contenedor por un cambio de temperatura y debemos meterlo en un tránsito más corto. Entonces si no sabes muy bien el meollo del asunto, que es la exportación de uva de mesa, entonces no vas a saber por qué y como tomar las decisiones rápidas y un gerente debe estar empapado si o si del tema. Si eres un gerente de finanzas o un administrador y eres el gerente general, entonces debes llevar una especialización o un diplomado de por medio porque es muy importante involucrarse en todos estos temas porque cuando vayas a un congreso o a vender a una feria internacional, no vas a llegar solo con un panfleto y decir que vendes porque te van a preguntar varias cosas, desde el color de uva, la calidad, cuantos racimos, el calibre etc. Son un montón de cosas, porque un gerente necesita tener presencia y siempre va a ver las consultas.

¿De qué manera la experiencia en el sector agrícola de los directivos de la empresa influye positivamente en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

-

¿Usted considera que la cantidad de socios influye positivamente en el desempeño de las exportaciones? ¿Por qué?

Es muy variante, a veces se tiene muchos socios y al fin y al cabo el director puede tomar buenas decisiones y a veces se tiene pocos socios y también toman muy buenas decisiones al momento de exportar. Va a depender mucho si los socios están direccionados a una sola meta, si se tiene metas distintas o proyecciones distintas, no va a funcionar.

¿Usted cree que la inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?

-

¿Usted considera que la promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas?

Las redes si, definitivamente sí. Por ejemplo, nosotros trabajamos con una asociación de productores del Pedregal y La Joya, donde ellos se juntaron como asociación y tuvieron un buen desempeño, entonces hablábamos de uniformidad, de calidad, y de volumen de fruta, porque a veces trabajar independientemente o individualizarte, no vas a tener el mismo desempeño que juntándote con 20 agricultores , porque así vas a tener: 1.Competitividad en el tema de precios a la hora de compra de abono, fertilizantes o lo que tengas que aplicar. 2. Puedes contratar a un ingeniero en común y que te pueda dar asesorías y puedas tener un mejor manejo y 3. Tener un apoyo a la hora de la negociación para la exportación.

Si eres un agricultor que tiene 1 hectárea, si bien tienes una producción significativa que puede generar un par de contenedores, no es lo mismo que tener el poder de negociación al tener 20 agricultores de 1 hectáreas cada uno, entonces una red de agricultores o asociación es muy buena, beneficia mucho a la exportación, sobre

todo al agricultor y al exportador también porque nos facilita la logística, la veracidad en la calidad y en el volumen que pueda brindar el agricultor.

¿De qué manera considera que la asociatividad con otras empresas influye de manera positiva en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

De empresas también beneficia, dependiendo. Si te asocias entre exportadores vas a tener buenos resultados. Por ejemplo, nosotros trabajamos con Pampa Baja que es un productor muy grande, sin embargo, tiene volúmenes que son excedentes a sus exportaciones y nosotros también los trabajamos, entonces hay alianzas comerciales que nos convienen. Si bien tú tienes tu marca de uva, yo tengo al cliente, entonces nos asociamos, tu como productor y yo como exportador y podemos lanzar la fruta que tengas como excedente y no tengas mercado donde colocarlo. El trabajo en equipo, también va a ser bastante esencial, ya seas exportador o productor, siempre va a haber algo que la otra empresa no tenga, ya sea cliente, producto, etc., entonces asociarte siempre va a traer mejores resultados.

¿Usted considera que la calidad de las uvas frescas influye en el desempeño de las exportaciones?

Definitivamente sí, porque el día de hoy no trabajamos con una calidad uniforme, sino podemos llegar a trabajar con 3 calidades, categoría I,II o III. Va a depender mucho del mercado y según la calidad de fruta que nosotros vendamos, va a depender el precio. Si o si la calidad es una variable, para que te posiciones como un buen exportador o no.

¿Qué opina sobre las diversas certificaciones y programas que existen para la mejora de la calidad de un producto agrícola?

Son necesarios, una vez que los mercados van creciendo, lo que van a buscar los mercados internacionales es diversificar la fruta mediante certificaciones como GLOBAL GAP, SMETA ya tenemos un mercado orientado. Entonces para cada

mercado vamos a tener certificaciones especiales para poder posicionarnos. Mientras más certificaciones, tu fruta va a tener mayor posibilidad de ser comercializada a nivel internacional en cualquier mercado, no solamente al mercado mayorista sino a supermercados como Wal-Mart, piden ciertas certificaciones mínimas para ingresar a sus anaqueles. El desempeño de una certificación va a tener un porqué, y le otorgas un mayor valor a tu producto, y así ser comercializado en cualquier mercado y tener un mejor posicionamiento

¿De qué manera considera que la mejora en los procesos productivos influye en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?

Es vital el desempeño productivo, todo va a empezar desde campo. Si tenemos un buen nivel en producción, vamos a tener un buen desempeño en exportación. Eso es básico, tener asesorías en los campos. El ingeniero se orienta netamente en que los campos, tengan un buen calibre de fruta, buen volumen, etc. Para que la producción esté garantizada en el nivel de calidad y nosotros poder garantizar un buen retorno agricultor o una buena comercialización de la fruta, es básico la producción.

¿Usted considera que tener proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas?

Más que influir, le da un valor agregado, porque certificaciones de calidad netamente para uva, no está estipulado como tal, sino certificaciones para campo.

ANEXO N°5: SOLICITUD DE CARTA PARA ENTREVISTAS



UPC
Universidad Peruana
de Ciencias Aplicadas

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Estimado validador:

Me es grato saludarlo y a la vez dirigirme a Usted, con la finalidad de solicitar su apoyo como especialista para validar el instrumento anexo, el cual será aplicado dueños de Asociaciones y Cooperativas en la región Ica. Por tal motivo consideramos que sus observaciones y comentarios serán de gran utilidad.

El presente instrumento, tiene como finalidad recolectar información directa de la investigación “Capacidad gerencial, asociatividad y calidad como factores que se relacionan con el desempeño de las exportaciones de uvas frescas de la región Ica en el periodo 2016 – 2020”

Para efectuar la validación del instrumento, Usted deberá leer atentamente cada aspecto de la evaluación y su relación con las dimensiones y el objetivo establecido. Por otra parte, se agradece cualquier sugerencia que crea necesaria y que considere relevante.

Gracias por su aporte.

Lima, 08 de abril de 2021



25 años
1946-2021

A quien corresponda,

Estimados señores:

A través de la presente es un placer saludarlos y presentar a:

Código	Apellidos y nombres
201310467	Infante Boufuz, Alexandra Violeta
20141A283	Ochoa Perez, Diego Alonso

Ellos son egresados de la carrera de Administración y Negocios Internacionales en la Facultad de Negocios de la UPC, y se encuentra realizando un proyecto de investigación del Programa de Titulación Profesional en Negocios Internacionales para el cual requieren una entrevista con ustedes.

Agradecemos se sirvan concederles las facilidades necesarias para el cumplimiento de sus objetivos.

Hacemos propicia la oportunidad para reiterar nuestro agradecimiento por su amable contribución en beneficio de su investigación.

Atentamente,

James Leigh Boluarte
Director de Carrera
Administración y Negocios Internacionales
Facultad de Negocios

UPC
Universidad Peruana
de Ciencias Aplicadas

Proyecto de Titulación
Profesional en Negocios
Internacionales
Lima - Perú
T 311 20 000
www.upc.edu.pe

000000000000

ANEXO N°6: BÚSQUEDA DE BASE DE DATOS

SCOPUS

The screenshot shows the Scopus search interface. At the top, it displays '13 document results' for the search term 'TITLE-ABS-KEY (asociatividad)'. Below this, there are options to 'Edit', 'Save', and 'Set alert'. A 'Search tips' box indicates the search criteria. The main results area is divided into 'Documents', 'Secondary documents', and 'Patents'. A table of results is shown with columns for Document title, Authors, Year, Source, and Cited by. Two results are visible:

Document title	Authors	Year	Source	Cited by
1 Business partnership and sources of social capital: Towards an explanatory model [L'association d'entreprises et les sources de capital social: Vers un modèle explicatif] Open Access	Rodríguez de Pepe, M., Cervilla Ruano, M.A.	2020	Innovar 30(7), pp. 107-122	0
2 Associativity, inclusive leadership and local economic development. The group of independent artisans of Mompox [Associativité, leadership inclusif et développement économique local. Le Groupe d'Artisans Indépendants de Mompox] Open Access	Montero-Muñoz, S., Calderón-Gómez, N.	2020	Bitacora Urbano Territorial 30(1), pp. 193-204	1

PROQUEST

The screenshot shows the ProQuest search interface. At the top, it displays '3.454 resultados' for the search term 'ASOCIATIVIDAD'. The interface includes navigation tabs for 'Búsqueda básica', 'Búsqueda avanzada', 'Publicaciones', 'Examinar', and 'Bases de datos (4)'. On the left, there are filters for 'Mostrar resultados fuera de la suscripción de mi biblioteca', 'Ordenar por Relevancia', 'Limitar a' (with 'Texto completo' selected), and 'Tipo de fuente' (with 'Revistas científicas', 'Libros', and 'Tesis doctorales y tesinas' selected). The main results area shows a list of documents with columns for 'Seleccionar 1-20', document number, title, author, year, source, and 'Texto completo'. Three results are visible:

Seleccionar 1-20	Document number	Title	Author	Year	Source	Texto completo
<input type="checkbox"/>	1	agro: ¿una nueva ley basta?: Realidades. La baja asociatividad de los minifundios, la problemática de la titularidad de tierras y el acceso a créditos exigen implementar en el sector mucho más que una ley. /6, 7			El Comercio; Lima [Lima]05 Apr 2021.	Texto completo
<input type="checkbox"/>	2	Ley de asociatividad municipal			La Nación; Santiago, Chile [Santiago, Chile]08 Dec 2008. ...constitucional respectiva. Un ejemplo de esta asociatividad...	Texto completo
<input type="checkbox"/>	3	Asociatividad que rinde frutos			Lideres; Quito, Ecuador [Quito, Ecuador]16 Dec 2014.	Texto completo

ANEXO N°7: LISTA DE EXPORTADORES DE UVA FRESCA



PERU - EXPORTACIONES
(Partida) 0806 100000 UVAS FRESCAS
Periodo: DE ENE. 2016 A DIC. 2020

Exportador	Total registros	Total US\$ FOB Tot	%	Total KG	US\$ / KG
EL PEDREGAL S.A.	8,523	386,793,185	9.56%	137,048,352	2.822
COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	5,633	191,876,896	4.74%	96,835,106	1.981
AGRICOLA DON RICARDO S.A.C.	3,368	146,592,165	3.62%	47,287,998	3.100
EXPORTADORA SAFOD PERU S.A.	2,225	116,190,975	2.87%	34,569,759	3.361
AGRICOLA ANDREA S.A.C.	3,251	112,579,952	2.78%	44,538,842	2.528
SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	2,965	110,021,708	2.72%	40,018,921	2.749
AGRO VICTORIA S.A.C.	3,110	99,072,925	2.45%	55,360,799	1.790
CORPORACION AGROLATINA S.A.C.	2,328	87,634,929	2.17%	40,800,234	2.148
PROCESOS AGROINDUSTRIALES A PROAGRO	1,864	83,017,703	2.05%	35,248,380	2.355
RVR AGRO E.I.R.L.	2,493	73,385,493	1.81%	40,867,561	1.796
PROCESADORA LARAN SA C	1,978	69,626,772	1.72%	29,340,847	2.373
AGRICOLA HOJA REDONDA S.A.	1,261	54,618,188	1.35%	19,006,776	2.874
AGRICOLA SOL DE VILLACURI S.A.C.	1,206	41,940,590	1.04%	20,314,728	2.065
CAMPOS DEL SUR S.A.	827	36,869,545	0.91%	12,927,243	2.852
AGRICOLA CHAPI S.A.	941	34,871,117	0.86%	15,201,070	2.294
AGRICOLA LA VENTA S.A.C.	933	33,469,121	0.83%	15,587,858	2.147
SOCIEDAD AGRICOLA DON LUIS S.A.	854	32,152,709	0.79%	14,136,351	2.274
CORPORACION FRUTICOLA DE CHINCHA S.A.C.	871	24,051,415	0.59%	16,098,676	1.494
CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA S.A.	534	15,686,097	0.39%	8,497,848	1.846
PACKING GROUP S.A.C.	434	12,807,134	0.32%	6,033,754	2.123
FUNDO SAN FERNANDO S.A.	291	11,165,810	0.28%	5,334,872	2.093
I Q F DEL PERU SA	253	10,153,308	0.25%	4,439,794	2.287
FLORIDABIANCA S.A.C.	284	9,770,755	0.24%	4,389,670	2.226
SUN FRUITS EXPORTS S.A.	244	7,619,149	0.19%	3,965,032	1.922
CAMET TRADING S.A.C.	189	6,303,924	0.16%	2,983,603	2.113
C.A.D.E EXP. Y NEGOCIOS GNRLES S.A.(COEXA)	140	5,396,892	0.13%	2,038,059	2.648
EMPRESA AGRO EXPORT ICA S.A.C.	154	5,303,142	0.13%	2,360,124	2.247
CASA CHICA S.A.C.	129	4,587,176	0.11%	1,859,401	2.467
AGRICOLA MIRANDA S.A.C.	124	2,799,510	0.07%	1,651,496	1.695
VIRU S.A.	14	469,779	0.01%	307,921	1.526
INCAVO S.A.C.	20	430,675	0.01%	295,200	1.459
AGRO PARACASSA.	1	68,318	0.00%	14,000	4.890

ANEXO N°8: Respuesta a la Solicitud de Información al Portal de Transparencia



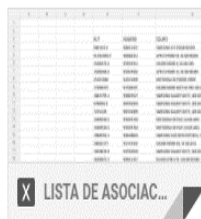
webmaster@correo.sunat.gob.pe

lun, 10 may. 14:28

para mí

Estimado Administrado,

Para confirmar el correo electrónico: diegochoaperez1@gmail.com que ha informado en SUNAT - Mesa de Partes Virtual



SUNAT

Nota: Por favor, no responda este mensaje, es remitido desde una dirección de correo desatendida.

ANEXO N°9: FORMATO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA A ASOCIACIONES QUE EXPORTAN UVAS FRESCAS - ICA

Siguiente Página 1 de 6

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

ENCUESTA A ASOCIACIONES QUE EXPORTAN UVAS FRESCAS - ICA

DATOS DE LA EMPRESA

N° DE RUC

Tu respuesta

RAZON SOCIAL

Tu respuesta

ENCUESTA A ASOCIACIONES QUE EXPORTAN UVAS FRESCAS - ICA

DESEMPEÑO DE LAS EXPORTACIONES DE UVAS FRESCAS

El acceso a los mercados ha aumentado en los años 2016-2020

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

El volumen de exportación ha incrementado en los años 2016-2020

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo

ENCUESTA A ASOCIACIONES QUE EXPORTAN UVAS FRESCAS - ICA

CAPACIDAD GERENCIAL

La experiencia en el sector agrícola por parte de los directivos es un factor decisivo para el desempeño de las exportaciones de uvas frescas

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

El nivel de conocimiento de mercado de los directivos de la empresa influye en el incremento de las exportaciones de uvas frescas.

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Atrás

Siguiente

Página 4 de 6

Nunca envíe contraseñas a través de Formularios de Google.

ENCUESTA A ASOCIACIONES QUE EXPORTAN UVAS FRESCAS - ICA

ASOCIATIVIDAD

La inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas.

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

La promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas.

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

La asociatividad ayuda a mejorar el desempeño de las exportaciones en la región Ica

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo

ENCUESTA A ASOCIACIONES QUE EXPORTAN UVAS FRESCAS - ICA

CALIDAD

Contar con proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo

1 2 3 4 5
Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

El control de calidad de las uvas frescas en los procesos productivos, influye de manera positiva en las exportaciones del producto

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo

1 2 3 4 5
Totalmente en desacuerdo Totalmente de acuerdo

Una mejora en los procesos productivos aumentaría la exportación de las uvas frescas

Marque su respuesta, donde 1 significa totalmente en desacuerdo y 5 significa totalmente de acuerdo

ANEXO N°10: CUESTIONARIOS REALIZADOS PARA LA FASE CANTITATIVA

Encuesta para la asociación Agro Paracas en la región Ica



Cindy Landauro <aaba.agrop1@gmail.com>

Sáb 12/06/2021 18:51

Para: u20141a283 (Ochoa Perez, Diego Alonso)



Buenas noches Diego Ochoa, disculpa la demora. Solo informarle que ya se realizó la encuesta. Saludos

Muchas gracias.

¡Mil gracias!

Gracias.

Encuesta para la asociación Agroexportadora AGF



Anthony Angulo <maav.agf@gmail.com>

Mié 16/06/2021 16:07



Para: u20141a283 (Ochoa Perez, Diego Alonso)

Hola Diego, soy Anthony de la empresa AGF. Solo para informarte que ya se realizó la encuesta.

Suerte en tu investigación

¡Muchas gracias por tu apoyo!

¡Mil gracias!

Muchas gracias.

🗉 ¿Las sugerencias anteriores son útiles? Sí No

Encuesta para la asociación Agrícola Chapi



Fiorella Cruz Perez <fiorella.cruz.perez1@gmail.com>

m>

Dom 20/06/2021 13:08



Para: u20141a283 (Ochoa Perez, Diego Alonso)

Buenas tardes Diego Ochoa, te envío este correo para informarle que ya se realizó con éxito la encuesta.

Saludos Cordiales

Responder | Reenviar

Encuesta para la CORPORACION FRUTICOLA DE CHINCHA S.A.C.



Este mensaje se identificó como correo no deseado. No es un correo no deseado



Brian De la Torre <fruchin.delatorre@gmail.com>

Lun 17/05/2021 13:02



Para: u20141a283 (Ochoa Perez, Diego Alonso)

Buenas tardes, informarte que ya hice la encuesta, espero me confirmes si está todo bien por favor.

Saludos

Responder | Reenviar

Encuesta para el Consorcio de Productores de Fruta



GiiOv?nn? Peña Y. <giovana_p_y@hotmail.com>

Lun 21/06/2021 19:14



Para: u20141a283 (Ochoa Perez, Diego Alonso)

Buenas tardes, informarle que la encuesta ya se realizó.

Saludos.

Encuesta para la asociación Uvica



David Clinton <thon.cruz.daer@gmail.com>

Lun 28/06/2021 15:01

Para: u20141a283 (Ochoa Perez, Diego Alonso)



Buenas, lo saluda David Clinton, informarle que se acaba de realizar la encuesta.
Saludos

Muchas gracias.

Gracias.

Gracias por la información.

Encuesta para la asociación AGROSER



Erik Torres <erik.torres.19921@gmail.com>

Vie 25/06/2021 19:21

Para: u20141a283 (Ochoa Perez, Diego Alonso)



Buenas tardes ya se realizó la encuesta, disculpe la demora. Que tenga un buen fin de semana.
Saludos

Muchas gracias.

Muchas gracias, buen fin de semana.

Muchas gracias. Excelente fin de semana.

Encuesta para la asociación Kon Sol Perú



Ivan Diaz <ivan.diaz.osores@gmail.com>

Lun 21/06/2021 20:15

Para: u20141a283 (Ochoa Perez, Diego Alonso)



Buen día Sr. Diego Ochoa, la encuesta se acaba de realizar con éxito fue un gusto conocerle virtualmente y que se interese por nuestra asociación. Para cualquier duda o consulta que usted tenga me escribe a este mismo correo.

Encuesta para la asociación PROUVAS ICA



Jean Diaz <aap.jp Diaz@gmail.com>

Jue 17/06/2021 10:04

Para: u20141a283 (Ochoa Perez, Diego Alonso)



Buenas tardes, encuesta realizada satisfactoriamente.
Saludos

Responder

Reenviar

ANEXO N°11: Grado de relación de las variables según coeficiente de correlación

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

ANEXO N°12: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES							
Título de tesis: "CAPACIDAD GERENCIAL, ASOCIATIVIDAD Y CALIDAD COMO FACTORES QUE SE RELACIONAN CON EL DESEMPEÑO DE LAS EXPORTACIONES DE UVAS FRESCAS DE LA REGIÓN ICA EN EL PERIODO 2016 - 2020"							
	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS O PREGUNTAS DE ENTREVISTA	ITEMS O ENUNCIADOS DE LA ENCUESTA
V. Dependiente	Desempeño de las exportaciones de uvas frescas	Acción comercial sustentada en la venta de un bien o servicio hacia el mercado exterior	Venta de uvas frescas hacia el mercado exterior	Exportación de uvas frescas	Acceso a Mercado Volumen de exportación Distancia geográfica	¿Cuál es su opinión sobre el incremento del volumen de exportación de uvas frescas entre los años 2016-2020?	El acceso a los mercados ha aumentado en los años 2016-2020 El volumen de exportación ha incrementado en los años 2016-2020
						¿Qué tan riguroso considera usted el acceso a los mercados internacionales?	La proximidad geográfica con el país de destino es importante
V. Independiente	Factores que influyen en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas	Elementos que pueden condicionar una situación, convirtiéndose en los que generan un cambio en los hechos	Elementos que tienen una relación directa con el proceso de exportación y que pueden influir de forma positiva o negativa	CAPACIDAD GERENCIAL	Experiencia en el sector	¿De qué manera la experiencia en el sector agrícola de los directivos de la empresa influye positivamente en el desempeño de las exportaciones de uvas frescas?	La experiencia en el sector agrícola por parte de los directivos es un factor decisivo para el desempeño de las exportaciones de uvas frescas
					Capacitaciones	¿En su opinión, considera importante que el gerente de la empresa se capacite para mejorar el desempeño de las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?	El nivel de conocimiento de mercado de los directivos de la empresa influye en el incremento de las exportaciones de uvas frescas.
				ASOCIATIVIDAD	Cantidad de socios	¿Usted considera que la cantidad de socios influye positivamente en el desempeño de las exportaciones? ¿Por qué?	La inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas.
					Viabilidad de asociatividad	¿Usted considera que la promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas?	La asociatividad ayuda a mejorar el desempeño de las exportaciones en la región Ica
					Promoción de asociatividad	¿Usted cree que la inversión para promover la asociatividad empresarial en la región Ica es necesaria para incrementar las exportaciones de uvas frescas? ¿Por qué?	La promoción de redes empresariales de pequeños productores agropecuarios ayuda a tener un mejor desempeño en las exportaciones de uvas frescas.
				CALIDAD	Mejora en procesos productivos	¿Usted considera que la calidad de las uvas frescas influye en el desempeño de las exportaciones?	Una mejora en los procesos productivos aumentaría la exportación de las uvas frescas
					Certificaciones	¿Qué opina sobre las diversas certificaciones y programas que existen para la mejora de la calidad de un producto agrícola?	El control de calidad de las uvas frescas en los procesos productivos, influye de manera positiva en las exportaciones del producto
					Proveedores y productores certificados	¿Usted considera que tener proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas?	Contar con proveedores y productores certificados en áreas de calidad influye en las exportaciones de uvas frescas