



**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSE FAUSTINO SANCHEZ
CARRION**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, CONTABLES Y
FINANCIERAS**

**ESCUELA ACADEMICO PROFESIONAL DE ECONOMIA Y
FINANZAS**

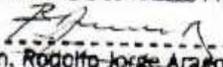
TESIS

**LOS PRECIOS DE EXPORTACION DE ESPARRAGO FRESCO SU
INCIDENCIA EN EL VOLUMEN DE CONSUMO EN EL PERU
2010-2019**

PRESENTADO POR BACHILLER:

**MARISOL JOSELYN GONZALES ASENCIOS
PARA OPTAR TITULO DE ECONOMISTA**

ASESOR:

UNIV. NAC. JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION
FACI. CI. ECONOMICAS CONTABLES Y FINANCIERAS

Mg. Econ. Rodolfo-Jorge Aragon Rosadio

.....
MG.ECO. RODOLFO JORGE ARAGON ROSADIO

HUACHO – PERÙ

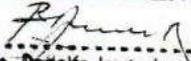
2022

NOMBRE DEL AUTOR:

MARISOL JOSELYN GONZALES ASENCIOS

ASESOR

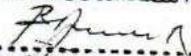
UNIV. NAC. JOSE FAUSTINO SANCHEZ CARRION
FAC. DE ECONOMICAS CONTABLES Y FINANCIERAS



Mg. Econ. Rodolfo Jorge Aragon Rosadio

.....
MG.ECO. RODOLFO JORGE ARAGON ROSADIO

UNIV. NAC. JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y FINANCIERAS


Mg. Econ. Rodolfo Jorge Aragón Rosadio

.....
MG.ECO. RODOLFO JORGE ARAGON ROSADIO

ASESOR

DEDICATORIA:

La culminación de la presente Tesis está dedicada a mis abuelos y mis padres, quienes con su apoyo incondicional y gran esfuerzo, me enseñaron que todo es posible sin importar las trabas del camino.

AGRADECIMIENTO:

Agradezco a mi Familia, por darme la oportunidad de culminar mis estudios y de demostrar que con esfuerzo y dedicación todo es posible.

INDICE GENERAL

PORTADA	i
CONTRACARATULA	ii
ASESOR	iii
JURADO EVALUADOR	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
INDICE GENERAL	vii
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xii
ABSTARCT	xiii
INTRODUCCION	xiv
CAPITULO I	
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción de la Realidad Problemática	1
1.2. Formulación del Problema	6
1.2.1 Problema General	6
1.2.2 Problemas Específicos	6
1.3. Objetivos de la Investigación	7
1.3.1 Objetivo General	7
1.3.2 Objetivos Específicos	7
1.4 Justificación de la investigación	7
1.5. Delimitación del Estudio	8

CAPITULO II	9
MARCO TEÓRICO	9
2.1. Antecedentes de la Investigación	9
2.2. Bases Teóricas	12
2.2.1. Precios de Exportación	12
2.2.2. Volumen de consumo	13
2.3. Bases filosóficas	15
2.4. Definición de términos básicos	16
2.5. Formulación de Hipótesis	18
2.5.1. Hipótesis General	18
2.5.2. Hipótesis Específicas	18
2.6. Operacionalizacion de variables	18
CAPITULO III	21
METODOLOGIA	21
3.1. Diseño Metodológico	21
3.1.1. Tipo	21
3.1.2. Nivel	21
3.2. Población y Muestra	23
3.2.1. Población	23
3.2.2. Muestra	23
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	25
3.4.1. Técnicas a Emplear	25
3.4.2. Descripción de los Instrumentos	25
3.5. Técnicas para el Procesamiento de la Información	26
3.5.1. Técnicas de Análisis	26

3.5.2. Técnicas de Procesamiento de Datos	27
CAPÍTULO IV	28
RESULTADOS	28
4.1. Resultados	28
4.2. Contrastación de Hipótesis	48
CAPITULO V	58
DISCUSION, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	58
5.1. Discusión	59
5.2. Conclusiones	60
5.3. Recomendaciones	61
CAPITULO VI	62
FUENTES DE INFORMACION	62
6.1. Fuentes documentales	62
6.2. Fuentes Bibliográficas	63
6.2. Referencias Electrónicas	65
ANEXOS	
02 INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS	67

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1</i>	Volumen de producción de espárragos peruanos 2010-2019	4
<i>Tabla 2</i>	Volumen exportación del espárrago peruano a Estados Unidos, 2009-2019	5
<i>Tabla 3</i>	Se cumple con el nivel de competitividad en la exportación de espárragos frescos en el Perú.	28
<i>Tabla 4</i>	Se cumple en forma adecuada con el nivel de calidad de los productos exportados de espárragos frescos en el Perú.	30
<i>Tabla 5</i>	Se cuenta con el nivel de producción adecuada de espárragos para cumplir con la exportación.	32
<i>Tabla 6</i>	Se cuenta con cartera de clientes debidamente registrada en las empresas agroindustriales industriales en el Perú.	34
<i>Tabla 7</i>	Los precios de exportación de esparrago fresco inciden en el volumen de consumo en el Perú.	36
<i>Tabla 8</i>	Los precios de mercado en la exportación de esparrago fresco en el Perú.	38
<i>Tabla 9</i>	Se cuenta con la capacidad de consumo de esparrago en el Perú.	40
<i>Tabla 10</i>	Se evalúa el nivel de demanda de esparrago fresco en el mercado nacional e internacional.	42
<i>Tabla 11</i>	Se cuenta la capacidad de cobertura, en las empresas agroindustriales de espárragos en el Perú.	44
<i>Tabla 12</i>	El volumen de consumo de espárragos frescos se mejorará con los pecios de exportación de espárragos en el Perú.	46
<i>Tabla 13</i>	Nivel de competitividad incide en el precio de mercado para el consumo de esparrago en el Perú.	48
<i>Tabla 14</i>	Calidad incide de manera positiva en la capacidad de consumo de esparrago en el Perú.	50
<i>Tabla 15</i>	Nivel de producción incide de manera positiva en la demanda del mercado de esparrago fresco en el Perú.	53
<i>Tabla 16</i>	Contar con cartera de clientes incide de manera favorable en la capacidad de cobertura de consumo de esparrago en el Perú.	55
<i>Tabla 17</i>	Los precios de exportación de esparrago fresco inciden de manera positiva en el volumen de consumo en el Perú 2010-2019.	57

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i>	Se cumple con el nivel de competitividad en la exportación de espárragos frescos en el Perú.	29
<i>Figura 2</i>	Se cumple en forma adecuada con el nivel de calidad de los productos exportados de espárragos frescos en el Perú.	31
<i>Figura 3</i>	Se cuenta con el nivel de producción adecuada de espárragos para cumplir con la exportación.	33
<i>Figura 4</i>	Se cuenta con cartera de clientes debidamente registrada en las empresas agroindustriales industriales en el Perú.	35
<i>Figura 5</i>	Los precios de exportación de esparrago fresco inciden en el volumen de consumo en el Perú.	37
<i>Figura 6</i>	Los precios de mercado en la exportación de esparrago fresco en el Perú.	39
<i>Figura 7</i>	Se cuenta con la capacidad de consumo de esparrago en el Perú.	41
<i>Figura 8</i>	Se evalúa el nivel de demanda de esparrago fresco en el mercado nacional e internacional.	43
<i>Figura 9</i>	Se cuenta la capacidad de cobertura, en las empresas agroindustriales de espárragos en el Perú.	45
<i>Figura 10</i>	El volumen de consumo de espárragos frescos se mejorará con los pecios de exportación de espárragos en el Perú.	47
<i>Figura 11</i>	Nivel de competitividad incide en el precio de mercado para el consumo de esparrago en el Perú.	49
<i>Figura 12</i>	Calidad incide de manera positiva en la capacidad de consumo de esparrago en el Perú.	51
<i>Tabla 13</i>	Nivel de producción incide de manera positiva en la demanda del mercado de esparrago fresco en el Perú.	54
<i>Tabla 14</i>	Contar con cartera de clientes incide de manera favorable en la capacidad de cobertura de consumo de esparrago en el Perú.	56
<i>Tabla 15</i>	Los precios de exportación de esparrago fresco inciden de manera positiva en el volumen de consumo en el Perú 2010-2019.	58

RESUMEN

Objetivo general: Verificar como los precios de exportación de esparrago fresco inciden en el volumen de consumo en el Perú. Métodos: La población quedó establecida en 104 sujetos entre empresarios, administradores y colaboradores, determinados por muestreo aleatorio, utilizando como medida de nivel la escala de Likert. Sus dimensiones: capacidad de producción, proceso productivo, cantidad de materia prima, clasificación de clientes. Su confianza, fue aprobada en aplicación la estadística computacional SPSS, Traducción 22.0 de relación de correspondencia de Pearson, con nivel de confianza al 95%. Con la prueba de Chi cuadrada. Resultados: Sus consecuencias exponen mayor porcentaje (40.24%) empresarios, administradores, colaboradores quienes están muy de acuerdo en la importancia de los precios de exportación del esparrago fresco, en cuanto al nivel de consumo en el Perú (28.05%) están muy de acuerdo. Conclusión: Los precios de exportación de esparrago fresco inciden en forma importante en mejorar el volumen de consumo en el Perú 2010-2019 ($1.22E-106 < 0.05$).

Palabras Claves: Precios de exportación, esparrago fresco, volumen de consumo, economía de mercado.

ABSTRACT

Course objective: To verify how the export prices of fresh asparagus affect the volume of consumption in Peru. Methods: The population was established in 104 subjects among entrepreneurs, administrators and collaborators, determined by random sampling, using the Likert scale as a measure of level. Its dimensions: production capacity, production process, quantity of raw material, customer classification. Their confidence was approved in application of the computational statistics SPSS, Translation 22.0 of Pearson's correspondence relation, with a confidence level of 95%. With the Chi square test. Results: Its consequences expose a higher percentage (40.24%) entrepreneurs, administrators, collaborators who strongly agree on the importance of the export prices of fresh asparagus, regarding the level of consumption in Peru (28.05%) strongly agree. Conclusion: The export prices of fresh asparagus have an important impact on improving the volume of consumption in Peru 2010-2019 ($1.22E-106 < 0.05$).

Keywords: Export prices, fresh asparagus, consumption volume, market economy.

INTRODUCCION

Nuestra indagación, trata de: Los precios de exportación de esparrago fresco su incidencia en el volumen de consumo en el Perú 2010-2019, se elaboró de acuerdo a los métodos y normas proporcionados por facultad de ciencias económicas, contables y financieras empleadas de manera frecuente, considerando el análisis de la situación problemática, sus bases teóricas del marco teórico como hipotético, sus procedimientos utilizados; consecuencias; discusión; soluciones; acomodos; se efectúa los respectivos anexos como matriz de consistencia la encuesta utilizada para obtención de información, su estructura fue desarrollada sobre la base de capítulos aprobados, que fueron ejecutados de forma siguiente:

Capítulo I: Planeamiento descripción de la situación problemática, en él se desarrolló la metodología de investigación científica, iniciando con comprensión de realidad problemática, identificando variables comprobando la importancia de precios de transferencia en la exportación del esparrago fresco, de acuerdo a situación descrita se formula el problema general, como determinados pertinentes, así mismo producto de ello nos propusimos bosquejar el objetivo general como los específicos del estudio.

Del Capítulo II: Marco teórico, desarrollamos en primer lugar los contextos, en la utilización e importancia de los precios de exportación del esparrago fresco y su incidencia en el volumen de consumo en el país, estudiando los problemas que se presentan en su desarrollo, la calidad de los productos en el sector agrario, y capacidad productiva para consumo peruano, procedimos a respaldar las bases teóricas, que permitió descifrar educadamente bases conceptuales

Para el Capítulo III: la metodológica, compuesta por esquema de procedimiento realizado, el cual observa el modelo y disposición de la indagación; la población a tener en cuenta para la investigación estuvo constituida por 104 individuos entre empresarios, administradores como colaboradores quienes laboran en las empresas agroexportadoras ubicadas en el Perú, luego se estableció su muestra en 82 personas se les administró un cuestionario organizado por contestaciones cerradas en 10 interrogaciones, luego Operacionalización de variables.

Por el Capítulo IV: consecuencias, la cual fue trabajada estadísticamente con respuestas aplicadas a cada una de incógnitas expresadas, la cual sustenta la transformación en las figuras estadísticas; del mismo modo se considera la contrastación de las propuestas establecidas con hipótesis, para lo cual se utilizó la distribución de Chi cuadrada.

Por el Capítulo V: discusión, conclusiones, recomendaciones las cuales fueron derivadas como resultado de su perfeccionamiento, se examinó el aspecto teórico las conclusiones en correspondencia con contestaciones de enunciación de hipótesis, y recomendaciones, orientadas a proponer las contribuciones en relación al reconocimiento de los precios de exportación del esparrago fresco, así como el volumen de consumo en el país en los periodos 2010-2019.

Finalmente, en el Capítulo VI: narraciones de libros, artículos se describen la cual fue necesaria para desarrollo de nuestro trabajo, del mismo modo se cumple en complementar los anexos respectivos.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA

En las últimas décadas el nivel de producción de espárragos en el Perú creció principalmente en la zona costa, generando gran actividad en el sector del campo, de manera que se convierte en fuente de trabajo importante, de la misma forma la gran mayoría de medianos productores colocaron sus productos al mercado nacional, y al ver los niveles de producción iniciaron la posibilidad de ingresar al mercado internacional, de manera que se convirtieron en exportación indirecta ya que pequeños y medianos productores vendían sus productos a inversionistas que luego procedían a la exportación, sin embargo con el tiempo hoy existen productores nacionales que exportan su producción principalmente a Estados Unidos de Norteamérica - EE.UU como a países orientales como en Europa.

Explicada la situación problemática, en portal del Observatorio de la complejidad Económica- The Observatory of Economic Complexity, como el portal de Mapa Comercial, expresan como se encuentra clasificado el comercio del esparrago teniendo en cuenta sus respectivas partidas arancelarias fica bajo dos partidas arancelarias relacionadas directamente con el esparrago fresco o enfriado: Partida 070920, de manera que se cuente con el conocimiento para la comercialización.

El crecimiento en la producción de toneladas de espárragos permitió que por el año 2016 Perú ocupaba el primer lugar del ranking a nivel mundial con mayor exportación de espárragos considerando sus exposiciones a nivel fresco, permitiendo un cupo en el mercado del 34%, flanqueado por México con 24%. Así mismo, Estados Unidos (EE.UU.) fue el primer país con mayor importación con una cuota de participación de 41.1%, seguido de España con 9.3% (TradeMap, 2017). Por otro lado, China es el principal productor de espárragos en el mundo con 7,350,000 Tm y el primer exportador de espárragos en conserva, relegando al Perú al segundo lugar con una producción de 377,645 Tm de espárragos (The Observatory of Economic Complexity, 2017). Las Tablas 1 y 2 muestran respectivamente los rankings de los países con mayor exportación e importación considerando a los espárragos en fresco y conserva a nivel mundial en los años 2015 y 2016.

La Sociedad de comercio exterior del Perú (Comex Perú) (2018), en la investigación “Exportaciones peruanas de espárragos” determinó que los espárragos forman parte esencial de las exportaciones peruanas con un 4.7% del total y que, a diferencia de otros países, en Perú las condiciones climáticas permiten exportarlos durante todo el año. Sin embargo, durante el periodo de 2014 al 2017 se observó que las exportaciones disminuyeron debido a que las producciones fueron reducidas por cultivar otros alimentos.

La Sociedad de comercio exterior del Perú (Comex Perú) (2018), expresa también que los espárragos frescos peruanos son altamente demandados por diversos países en el mundo y Perú cuenta con las condiciones requeridas para su producción, sin embargo, durante los últimos años se ha notado la disminución de la cantidad exportada de estos. Así, lo expresó también Manchego (2016) en el informe de Scotiabank “Exportación de espárragos limitada por menor producción”, donde explica que las exportaciones de estas

hortalizas sufrieron un descenso durante los años 2006 y 2017; sin embargo, el mercado internacional seguía consumiéndolos y demandándolos durante todo el año.

Según la agencia agraria de noticias (mayo 2020) Espárragos frescos Cillóniz Benavides señaló que en el 2019 los envíos de espárragos frescos ascendieron a US\$ 400 millones, obteniendo una reducción de 5% versus los US\$ 422 millones alcanzados el 2018. En volumen se redujo 8.4% al pasar de 142 mil a 130 mil toneladas.

Las principales empresas exportadoras de espárragos frescos el año anterior fueron: Complejo Agroindustrial Beta con 14.000 toneladas, Danper Trujillo 12.000 toneladas, Sociedad Agrícola Drokasa 7.000 toneladas, Flor de Blanca 6.000 toneladas, Santa Sofía del Sur 5.000 toneladas, entre otros.

Estados Unidos fue el principal mercado destino del espárrago fresco procedente del Perú adquiriendo 91.000 toneladas y concentrando el 70% del total. Le siguen España con 11 mil toneladas, Países Bajos 10 mil toneladas, Reino Unido 9.000 toneladas, entre otros.

En conclusión, para tener un éxito exportador es indispensable saber qué es lo que implica y qué es; es por ello por lo que Lerma Kirchner (Márquez, 2010) define a la exportación como una actividad vital dentro de los negocios internacionales, la cual consiste en comercializar los productos o servicios fuera de los límites territoriales del país al que pertenece el oferente.

El volumen de producción comprende el total de espárragos producidos en el Perú en un determinado periodo, en ese sentido, se mostró el volumen de producción anual representada en toneladas durante los años 2009-2019. De este modo, se buscó determinar la tendencia de la cantidad producida de espárrago peruano dentro del contexto del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos. Es por ello, que se presenta a continuación la tabla 1 donde se visualizó el periodo en estudio, la cantidad producida y la variación anual con respecto al año anterior.

Tabla 1

Volumen de producción de espárragos peruanos 2010-2019

AÑO	Volumen de producción (T)	Variación %
2010	335,209	7%
2011	392,306	17%
2012	375,978	-4%
2013	383,144	2%
2014	377,701	-1%
2015	369,032	-2%
2016	378,306	3%
2017	383,098	1%
2018	360,630	-6%
2019	366,790	2%

Fuente: Elaborado con datos de MINAGRI

Se puede observar que el volumen de espárragos producidos en Perú ha superado las 300,000 toneladas en todos los años de estudio. Para el año 2011 se obtuvo el mayor volumen de producción con un total de 392,306 toneladas presentando una variación de 17% con respecto al año anterior, es decir, que fue un año productivo, sin embargo, desde entonces ha mostrado caídas constantes. Para los años 2012 y 2018 la cantidad producida disminuyó presentando variaciones significativas de -4% y -6% respectivamente, alcanzando un total de 360,630 toneladas producidas para el año 2018 siendo recuperada sólo en un 2% para el año 2019.

Volumen de exportación

El volumen de exportación comprende la cantidad total de espárragos peruanos exportados al mercado de Estados Unidos, empleando la tonelada métrica como unidad de medida, de este modo, se analizará la evolución del volumen de exportación de espárragos peruanos hacia nuestro principal mercado de destino en el periodo 2009-2019. A continuación, se presenta la tabla 4, la cual integró datos de los años en estudio, el volumen de exportación de espárragos peruanos a EE.UU. representada en toneladas y la variación porcentual en relación al año anterior.

Tabla 2

Volumen de exportación del espárrago peruano a Estados Unidos, 2009-2019

AÑO	Volumen de producción (T)	Volumen de exportación (T)	Consumo nacional
2010	335,209	85,807	249,402
2011	392,306	84,626	307,680
2012	375,978	77,734	298,244
2013	383,144	86,819	296,325
2014.	377,701	92,581	285,120
2015	369,032	91,420	277,612
2016	378,306	86,613	291,693
2017	383,098	81,429	301,669
2018	360,630	91,346	269,284
2019	366,790	91,201	275,589

Fuente: datos MINAGRI y Trade Map elaboración propia

En la presente tabla, se observó que el volumen de espárragos peruanos exportados a Estados Unidos muestra variaciones negativas constantes, lo que genera la ausencia de un

crecimiento permanente en los años 2009-2019. Para el año 2012 se mostró el menor volumen exportado durante todo el periodo de análisis con 77,734 toneladas exportadas a Estados Unidos. Por otro lado, el mayor volumen exportado fue de 92,582 toneladas en el año 2014 que desde entonces ha mostrado variaciones negativas hasta el año 2017 para posteriormente mostrar un ascenso de 12% en el año 2018 y se ha mantenido sin variación notable para el 2019.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Problema General

¿En qué medida los precios de exportación de espárrago fresco inciden en el volumen de consumo en el Perú 2010-2019?

1.2.2 Problemas Específicos

a. ¿De qué forma el nivel de competitividad incide en el precio de mercado para el consumo de espárrago en el Perú?

b. ¿En qué medida el nivel de calidad incide en la capacidad de consumo de espárrago en el Perú?

c. ¿Cómo el nivel de producción incide en la demanda del mercado de espárrago en el Perú?

d. ¿De qué manera contar con una cartera de clientes incide en la capacidad de cobertura de consumo de espárrago en el Perú?

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Objetivo General

Verificar en qué medida los precios de exportación de esparrago fresco inciden en el volumen de consumo en el Perú 2010-2019.

1.3.2 Objetivos Específicos

a. Identificar de que forma el nivel de competitividad incide en el precio de mercado para consumo de esparrago en el Perú.

b. Establecer en qué medida el nivel de calidad incide en la capacidad de consumo de esparrago fresco en el Perú.

c. Evidenciar como el nivel de producción incide en la demanda del mercado de esparrago en el Perú.

d. Establecer de qué manera el contar con cartera de clientes incide en la capacidad de cobertura de consumo de esparrago en el Perú.

1.4. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

El estudio permitirá demostrar el proceso de variación que ha tenido la producción de espárragos en el país, así como los precios que se colocaron en diferentes mercados internacionales, su comportamiento en el nivel competitivos, como las expectativas que permiten tan exportación en los países como EE. UU y europeos.

Así mismo consideramos que se justifica en la medida que permitirá identificar como en función a la producción, que niveles de exportación y porcentaje se queda en el Perú para el consumo nacional, es importante verificar como ha crecido la posibilidad de consumo de

tan importante producto en el mercado nacional, teniendo en cuenta su valor nutricional que permite ser utilizada en la gastronomía peruana.

Finalmente consideramos se justifica, en la medida que nos permita establecer la relación entre la producción de espárrago fresco con el volumen de consumo en el país, como se ha venido desarrollando en los últimos años, que permita ser atractivo en el consumo nacional, de manera que sea importante identificar el volumen de consumo en el país del total de producción en forma periódica.

1.5. DELIMITACION DEL ESTUDIO

Para cumplir el desarrollo de investigación será necesario realizar diversas visitas in situ a las empresas agroindustriales dedicadas a la producción de espárragos, en sus diversas actividades, de producción como el proceso de selección del producto para ser puesto en el mercado nacional como considerar el volumen de exportación, en la búsqueda de conocer las causas que permitan mejorar los niveles de consumo del producto en el país, sin perder de vista el dialogo directo con trabajadores como de empresarios, conociendo los principales problemas que se presentan en los niveles de la población que forman parte del mercado.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Investigaciones Internacionales

Cherres y Jaramillo (2020) tesis: Exportación de café soluble a mercado alemán su incidencia en ingreso de divisas, en Guayaquil – Ecuador, tuvo como objetivo general analizar las fluctuaciones de exportaciones del café soluble al mercado alemán determinando causas y su consecuencia en productividad y variación del ingreso de divisas, en relación a la metodología fue de diseño no experimental, de tipo descriptiva , de método cuantitativo – analítico, para la recolección de datos utilizo encuesta y cuestionario. Finalmente llega a la conclusión que las fluctuaciones de exportación del café soluble al mercado almenan genera mayor productividad.

Balvin (2016) Competitividad de la oferta exportable de la palta hass (persea americana) en el mercado de Estados Unidos. Asumió como objetivo general analizar el nivel de competitividad de la oferta exportable de palta Hass de Lima e Ica a Estados Unidos; para obtener liderazgo de país exportador y permitir el desarrollo de productores del Perú, uso metodología, el diseño descriptivo – comparativo, uso el instrumento entrevista – cuestionario. Finalmente se concluyó que los productos de exportación no tradicionales la oferta exportable de la palta Hass se va incrementando.

Bottger (2016) en su tesis Factores que afectan la exportación de espárrago desde Perú a Estados Unidos; el cual tuvo como objetivo delimitar la consecuencia al Acuerdo de Promoción Comercial Estados Unidos – Perú sobre las remesas de espárragos. Utilizando la regresión lineal múltiple de modelo empírico. Obteniendo como resultado: las variables Arancel Perú, Ingreso Nacional Bruto EE. UU, y Producción de Espárrago México son significativas para el modelo, por ende, sí afectan a la demanda de espárragos de Perú. Deduciendo que los tonelajes de las exportaciones agropecuarias han ido aumentando, considerando que el Perú se ha consolidado como el principal exportador de espárrago a Estados Unidos, teniendo una ventaja sobre México.

Investigaciones Nacionales

Pozo (2020) su tesis: Factores de exportación de espárragos frescos. Impacto en la balanza comercial agropecuaria tuvo como objetivo explicar de que manera exportaciones del esparrago fresco interviene en la Balanza Comercial Agropecuaria en el Perú, el método de estudio fue cuantitativo, de diseño no experimental y longitudinal. Finalmente llega a la conclusión de que el esparrago peruano es importante para la balanza comercial, por las características del producto rico y nutricional.

Cano (2020) en su tesis: El impacto del TLC Perú – Estados Unidos en exportaciones de espárragos frescos periodo 2012-2018, tuvo como finalidad verificar el impacto que ha tenido el Tratado de libre comercio en el Perú y EE. UU. con relación a las ventas de esparrago fresco al exterior, la metodología utilizada fue descriptiva de enfoque cuantitativo. Finalmente se llega a la conclusión que entre el TLC suscrito entre Perú y EE. UU si generó un impacto positivo en el volumen y precio FOB de envió de espárragos fresco, de esa forma resulta beneficiado el sector agroexportador de esparrago.

Pérez y Villanueva (2019) determinaron las variables fundamentales que afectan la exportación de espárragos. La investigación es explicativa con datos de series

temporales y con modelos de investigación cuantitativos, por lo que efectuaron un análisis estadístico descriptivo y de regresión. Para explicar el objetivo se obtiene información de la web del Banco Central de Reserva - BCRP, Agrodaperu y Trade Map, con su objetivo demostrar que las variables dependen de la exportación de espárragos. Finalmente se concluye que las variables económicas permitieron demostrar que el comportamiento estacional en exportación de espárrago avanza a en propensión de invariabilidad.

Campos, Cabrera, Pérez, y Laura (2017) analizaron si en Perú continuaba una tendencia al sembrío bienes orgánicos a diferencia de otros países, conociendo que su desarrollo de dichos productos genera el incremento de la economía en diversos continentes. Se pudo observar Perú mantiene un proceso productivo tan igual que diversos países que producen productos orgánicos y avanzan en su desarrollo de manera permanente, incluso de manera general el consumo nacional, generando mayor beneficio incrementando su consumo con baja oferta de mercado.

Abanto & Puma (2017) ejecutaron una exploración cualitativa-descriptiva, en el interés de conocer el compromiso existente que aporten en desarrollo de capacidad para la exportación del espárrago frescos principalmente a Estados Unidos. Se recurrió a diversas fuentes de información confiables analizando diversos factores. Al final se concluye que uno de los factores que inciden en el detrimento de posicionamiento, es la evolución del mercado mexicano, carencia de competencia efectiva de costos, recursos insuficientes y la falta de oferta por la migración de este producto a otro de mayor rentabilidad para los agroexportadores.

2.2. BASES TEÓRICAS

Precios de Exportación

Exportación Se define como la venta de un producto (bien o servicio) determinado de un país a otro. El país que realiza la venta es el país productor, emisor o simplemente exportador. En cambio, el que recibe el producto o compra es el importador. La exportación es posible gracias a la apertura al comercio internacional. Las exportaciones e importaciones de un país son importante para el ingreso de divisas que es una fuente importante de ingreso al producto nacional (PBI). Estas transacciones se miden en la balanza de cuenta corriente. (BCRP, 2020)

Por otro lado, en el ámbito nacional, según el reporte semanal de Estudios Económicos de Scotiabank (2016) señala:

La eminente concausa que está perjudicando la venta internacional de espárragos es la decreciente producción a causa de la veteranía de la siembra y algunas plantaciones de espárragos llegan a una etapa donde sus rendimientos son decrecientes optando en recuperar sus niveles de productividad. A partir de ello se entiende que las organizaciones productoras debido a este suceso han obtenido baja rentabilidad, es por ello que empezaron a sustituir sus plantaciones empleando otras alternativas de cultivo que brindan mayores utilidades (p.13).

En cuanto al nivel de exportaciones que se presentan en diversos cambios cíclicos de la economía en muchos casos por carencia de capacidad de producción o diversos problemas climatológicos, a ello Jácome y Torres (2018) mencionan:

“Las exportaciones peruanas de espárragos ha venido fluctuando durante el periodo 2013 - 2017, mostrando caídas durante los periodos 2013-14 (-7%) y 2016-17(-3%). Estas variaciones son debido a la baja de producción generada por la antigüedad y falta de productividad que generan las tierras, a todo lo

mencionado se le suma el desastre natural conocido como el fenómeno del niño” (p.25).

Es importante que, en el nivel de competitividad en el mercado internacional, es necesario contar con la tecnología adecuada que permita mantener un nivel de producción aceptable por los clientes, en tal sentido Huesca (2012), afirma: (...) la oferta exportable es la capacidad de producción para exportación, compromisos externos e internos y posibilidades de atender pedidos grandes. (p.103).

El desarrollo de la economía interna como global, en la cual se pone de manifiesto factores como la capacidad tecnológica que permita generar productos de calidad, competitivos en el mercado internacional, la capacidad de importación e exportación como elementos bases para una economía emergente, que permiten mejorar la economía de inversionistas como el país, al respecto, Larraín y Jeffrey (2013), consideran que: (...)“comercio internacional importante porque correlaciona a países en distintos campos económicos: finanzas, tecnología, bienes y servicios, por ello el efecto del comercio internacional en la balanza comercial de cada país ha crecido significativamente”.

Además, se deberá de tener en cuenta la capacidad de conocer los aspectos legales normativos de cada país con los cuales se desarrolla dicho comercio, aspecto de suma importancia que permite medir la capacidad de ubicación en dicho aspecto, nacional como internacional, en ese sentido Martínez (2004) considera: “conjunto de orden jurídico, que regulan las relaciones entre órganos públicos y de particulares que realizan actos catalogados como comercio exterior” (p.12).

Volumen de consumo

La capacidad de consumo estar relacionado a diversos aspectos, como la situación o posibilidad de adquisición de dichos productos, en función a la economía como

capacidad de necesidad del producto, considerando calidad, oportunidad, por lo que Farfán (2014) explica al respecto: “La compañía debe escoger niveles y valores negociables, teniendo en cuenta las necesidades de liquidez y cualquiera de los saldos compensadores que se requieran” (p.35).

Con relación al consumismo en periodo de negocios globales se presentan diferentes aspectos que inciden en el comportamiento de socio económico, al respecto Vivas, R. (2020) precisa: (...) mucho se puede hablar del fenómeno globalización, en el cual surgen temas tan importantes como las economías globales, los medios de comunicación masivos, el consumismo y muchos otros, que relacionados entre sí conforman la realidad actual. De acuerdo con el autor periodo que implica que los negocios deberán de tener en cuenta el crecimiento de sus actividades, pero en la cual se prioriza o mejora la calidad de sus productos como la presencia de futuros riesgos.

En ese mismo escenario se comparte la opinión del consumo responsable, como al inicio de la década del 2000, ya por en aquel entonces Hailes (2007) precisaba: (...) el consumismo responsable inicia su consideración como un fenómeno colectivo pero dependiente de numerosos conjuntos sociales mediante los cuales el consumidor interactúa de manera permanente en sus negocios.

El avance en la interpretación del consumo y su comportamiento por diferencias de la existencia de productos dañinos no solo para la salud del consumidos, también en cuanto a la conservación del medio ambiente, como consumo social responsable a lo que Goncalves (2012) lo define como:

(...) aquella actividad que ve en sus actividades de consumo la oportunidad para preservar el medio ambiente como calidad debida de la sociedad, en la cual el consumidor este preparado para rechazar productos dañinos. Efectivamente es un

periodo importante en la cual se inicia todo un proceso de exigencia en la preservación ambiental y sostenibilidad de la sociedad.

Es el riesgo es decir la posibilidad de que la empresa no tenga liquidez para cumplir con sus compromisos: “Se define como aquella probabilidad que existe en una empresa de no poder cumplir con sus obligaciones, ésta se convierte en insolvente y sin liquidez” (Robles, 2012, p. 53).

En ese mismo escenario se aprecia la opinión de consumo y su comportamiento en la economía y su relación insistente en los procesos productivo, así como su ubicación en el mercado, a ello Herrera y Alvear (2012) los definen al consumo como: (...) el acto en virtud del cual se destruye la utilidad de un producto y se considera, en la Economía Política, como término y fin de la producción, de la distribución y del cambio. (p.90).

2.3. BASES FILOSOFICAS

Precios de Exportación

Reconocida como aquel valor que se da a un producto preparado con los controles de calidad, debidamente preparados, como controlados, con los estándares de cumplimiento para ser puesto en el mercado extranjero, que deberá de determinarse los costos de producción, de exportación considerando los aranceles necesarios a ser puestas en el mercado.

Volumen de Consumo

Referida a la capacidad de producción y nivel competitivo que tienen sus productos de las empresas, de manera que permita garantizar su ubicación en el mercado

de manera periódica, oportuna, de calidad, con estándares de que los mercados actuales exigen, de cumplimiento a sus clientes en tiempo, cantidad, y oportunidad deseada.

2.4. DEFINICION DE TERMINOS BASICOS

Nivel de competitividad

Representada por la capacidad que tienen los productos en torno a sus controles de calidad, con responsabilidad social y con niveles de competitividad adecuados que permitan su ubicación en el mercado, de manera continua y permanente, sin que sus características de identificación presenten aspectos que podrían poner en riesgo su continuidad.

Nivel de calidad

En los negocios dicho nivel implica, no solamente la calidad de sus productos implica el comportamiento integral, o sea la actitud y comportamiento de las acciones de las personas en los negocios la competencia responsable, y el reconocimiento a quienes son sus colaboradores, haciendo frente los niveles de competencia de manera responsable.

Nivel de producción

Los niveles de producción se relacionan, con la capacidad de calidad de la materia prima o los procesos productivos, en cuantos a los procesos agroexportadores, que implica en comportamiento en cada una de las líneas del proceso de producción, de industrialización que permita colocar dichos productos de calidad en el mercado, debe de mantener los niveles en función a la capacidad de sus colaboradores.

Cartera de clientes

Los mercados hoy exigen que las empresas cuenten con carteras de clientes, debidamente identificados y clasificados de manera que en los procesos de producción como en los niveles de exportación se cuente con una red de clientes que puedan estar en la capacidad de adquirir dichos productos, además que permitirá adecuarse a la exigencia de los clientes consumidores y no solamente intermediarios.

Precio de mercado

La determinación del precio de un producto puesto en el mercado nacional o internacional pasa necesariamente por la valoración de cada uno de los niveles de identificar sus costos desde la materia prima su proceso productivo, el ingreso a la transformación a industrialización como la agroindustria, las expectativas de rentabilidad, además es importante tener en cuenta la oferta y demanda del mercado lo cual se convierte en aspecto importante a tener en cuenta.

Capacidad de consumo

La oferta y demanda son elementos de suma importancia en el mercado, sin embargo, es de suma necesidad determinar la capacidad de consumo nacional como internacional del producto, lo cual será un aspecto primordial tener en cuenta para su colocación de los productos en el mercado y no generase dificultad en su adquisición por los clientes.

Demanda del mercado

La capacidad de adquirientes de los productos en el mercado, lo cual implica periodo importante de puesta en el mercado mayor cantidad de productos para su venta,

teniendo en cuenta la calidad de estos y la capacidad de producción en las empresas, que permitirá mejorar los niveles de rentabilidad, a mayor consumo mayor será la posibilidad de mejorar utilidad.

Capacidad de cobertura

Esta referida a la posibilidad con la que cuenta la compañía para hacer frente a diferentes procesos o riesgos que suelen presentarse en el mundo de los negocios, considerando la posición del mercado por sus consumidores, como por políticas arancelarias que suelen presentarse en forma no prevista.

2.5. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

2.4.1. Hipótesis General

Los precios de exportación de esparrago fresco inciden de manera positiva en el volumen de consumo en el Perú 2010-2019.

2.4.2. Hipótesis Específicas

a. El nivel de competitividad incide en el precio de mercado para el consumo de esparrago en el Perú.

b. El nivel de calidad incide de manera positiva en la capacidad de consumo de esparrago en el Perú.

c. El nivel de producción incide de manera positiva en la demanda del mercado de esparrago fresco en el Perú.

d. El contar con una cartera de clientes incide de manera favorable en la capacidad de cobertura de consumo de esparrago en el Perú.

2.6. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES E INDICADORES

VARIABLE INDEPENDIENTE

Precios de exportación

CONCEPTO OPERACIONAL

Los precios de exportación generalmente son considerados por el comportamiento del mercado, en la oferta y la demanda, las compañías deben estar preparadas para enfrentar dichos retos teniendo en cuenta la capacidad operativa y de calidad de sus productos a ser puestas en el mercado internacional, sin perder de vista los aspectos de orden arancelarios que el mercado internacional exige.

DIMENSIONES

- Capacidad de producción
- Proceso productivo
- Cantidad de materia prima
- Clasificación de clientes

INDICADORES:

- Nivel de competitividad
- Nivel de calidad
- Nivel de producción
- Cartera de clientes

INDICES

- Nivel de calidad de productos
- Evaluación de competencias
- Cantidad de producción
- Evaluar posición de clientes

VARIABLE DEPENDIENTE (VD)

Volumen de Consumo

CONCEPTO OPERACIONAL

La capacidad operativa de empresas dedicadas a la exportación deberá de estar en condiciones de cumplir con sus clientes extranjeros en cuanto a su calidad de los productos agroindustriales, así como el volumen de exigencia para hacer frente al nivel competitivo a la cual se enfrenta en el negocio, por cuanto de ello dependerá su conservación en dicho mercado.

DIMENSIONES

- Oferta de productos
- Posibilidad de adquisición
- Carencia de control financiero
- Acciones frente a riesgo de liquidez

INDICADORES:

- Precio de mercado
- Capacidad de consumo
- Demanda del mercado
- Capacidad de cobertura

INDICES

- Evaluación de precios
- Cumplimiento de adquisición
- Capacidad de mercado
- Evaluación de riesgos de cobertura

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1. DISEÑO METODOLÓGICO

Tipo

De acuerdo a las características del estudio, así como del objetivo previsto, la investigación fue de tipo Descriptiva – Explicativa por la situación problemática señalada y su relación a los precios de exportación de esparrago fresco y como ello inciden en el volumen de su consumo en el Perú.

Nivel de Investigación

En correspondencia a los aspectos reconocidos como exploración y análisis se medita de una búsqueda descriptiva interpretativa.

Diseño

El diseño específico de la investigación es Descriptivo Correlacional, para la cual se plantea el diagrama siguiente:

M = ox I oy

Dónde:

M = Tipo designada.

O = Búsqueda.

X = Precios de exportación

Y = Volumen de consumo

I = Nivel de prerrogativa como productividad y continuidad.

Enfoque

En el presente estudio consideramos que estará realizada en la consideración de una disposición cuantitativa, estableciendo que nos complacerá proporcionar una contribución sobre hechos existentes, evidentes, perceptibles, valorizables sobre la comprobación de exportación de espárragos fresco a diferentes países, así como sus precios, y su relación con el volumen de consumo en el Perú.

Para proceder al desarrollo de la presente investigación consideramos que será necesaria la utilización de los siguientes métodos:

Histórico

Metodología de singular importancia considerando que su uso nos permitió conocer como se ha desarrollado la exportación de espárragos en nuestro país, sus antecedentes y comportamiento de las empresas agroindustriales, su ubicación en el contexto de los mercados globales de tan importante producto.

Descriptivo

Técnica la cual nos consintió equiparar, inspeccionar y experimentar las variables de la investigación. Igualmente nos consentirá narrar y demostrar los procedimientos, así como sus datos, documentación e información que se lograrán primariamente de los antecedentes que se muestran en correspondencia con la identificación de los periodos de exportación de espárragos frescos.

Explicativo

Dicho procedimiento nos admitió explicar la forma que se desarrollan en las empresas agroindustriales los procedimientos desde sus inicios como empresas productoras en la agricultura y como éstas se convierten en empresas exportadoras con el conocimiento de la agroindustria.

Analítico

Procedimiento que nos accedió examinar los procesos y técnicas que se han utilizado en cada proceso, que les permita mantenerse en el mercado nacional e internacional, en la producción y venta de espárragos fresco, como repercute estos en la economía peruana, y cuan preparadas están las empresas para ser competitivas en el mercado internacional.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. Población

En la presente investigación se ha considerado una población determinada en 104 personas quienes trabajan en forma directa en empresas agroindustriales en la producción y exportación de espárragos frescos, para ello hemos tomado en cuenta empresarios, administradores, personal especializado en exportaciones, para ello hemos concurrido a las oficinas con el objetivo de conocer las características de sus trabajos.

3.2.2. Muestra

El tamaño de la muestra estará constituido por 82 personas debidamente identificada como empresarios, administradores, trabajadores, para lo cual nos permitiéremos utilizar la fórmula del muestreo aleatorio simple, que nos permita la estimación de proporciones, para una población finita o conocida, la misma que a

continuación se detalla:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

De dónde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Valor de la abscisa para una probabilidad del 95% de confianza.

P= (Se asume P=0.5).

Q.= (Q = 0.5, valor asumido debido al desconocimiento de Q).

E= Margen de falta 5%

N= Población

n= Tamaño óptimo de muestra.

En tal sentido, de acuerdo con el grado de importancia al 95% y 5% según diferencia por falta

Supliendo cálculos asumimos

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (104)}{(0.05)^2 (104-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{99.8816}{1.2179}$$

n= 82 Personas

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1 Técnicas a emplear

Cuestionario

Instrumento, que está constituido por un conjunto de interrogantes delineadas, que permite organizar datos orientados a obtener los objetivos materia de indagación con relación a la verificación de como los precios de exportación de espárragos frescos inciden en la capacidad de consumo en el Perú.

Encuestas

Técnica para el proceso de recolección de información que se consiga de personas que forman parte de nuestra muestra, nos permita procesar sus resultados encaminados a identificar si los precios de exportación de espárragos fresco de alguna manera inciden en mejorar el volumen de consumo en el Perú.

Análisis Documental.

Habilidad que deberá de mostrarse en la revisión y análisis de la documentación como información obtenida de empresas, así como de entidades dedicadas a la exportación de tal modo que admita identificar los precios de exportación de espárrago fresco y como este incide en el volumen de consumo en el Perú.

3.4.2. DESCRIPCION DE LOS INSTRUMENTOS

Ficha bibliográfica:

La bibliografía es el sustento que nos permite identificar la participación de diferentes autores, a nivel nacional como internacional, así como de especialistas en temas relacionados a proceso de exportación de espárragos frescos, así mismo como el de identificar el volumen de consumo en el Perú.

Guía de entrevista:

Dicha técnica será elaborada previamente con la finalidad que permita desarrollar la entrevista a empresarios, gerentes, contadores y colaboradores que nos permita conocer los procedimientos de importación de espárragos, así como a aquellos países de mayor importancia, de tal manera que nos permita identificar si tiene un nivel de incidencia en el consumo de espárragos frescos en el Perú.

Ficha de encuesta:

Dicha cédula nos permitirá facilitar el acopiamiento como recolección de documentos e información como opinión de parte de las personas que serán encuestados, facilitando la obtención de datos e información directa que permita la obtención de información veraz, y real con la finalidad de poder confrontar las entrevistas con la verificación de datos.

Procedimientos de comprobación de la validez y confiabilidad de los instrumentos

Dichos instrumentales preelaborados serán consultados a empresarios, gerentes, economistas y colaboradores que cuentan con la experiencia requerida. Con el propósito de experimentar la confiabilidad de la información se procederá a ejecutar la encuesta a 82 personas que serán determinadas de la muestra quienes anticipadamente serán escogidos al azar, con el propósito que nos permitan corroborar si los precios de exportación de espárrago fresco inciden en la capacidad de consumo en el Perú.

3.4.6. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

3.5.1 Técnicas de Análisis

Se tomaron en cuenta la aplicación de las siguientes técnicas:

- Análisis documental

- Concordancia de datos
- Búsqueda
- Exploración

3.5.2 Técnicas de Procesamiento de Datos

El compromiso de exploración enjuicio datos que se lograron de las diferentes fuentes por medio de las numerosas metodologías como:

- Ordenamiento y clasificación
- Exploración manejable
- Examen fundamentado
- Tabulación de tablas con proporciones
- Conocimiento de figuras
- Concordancia de testimonios

Transcurso informatizado con SPSS (Statistical Package for Social Sciences), Traducción 21.0 del piloto de correspondencia de Pearson y nivel de seguridad del 95%.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. RESULTADOS

De las revisiones realizadas a diversas investigaciones en el contexto nacional como internacional hemos podido observar, que efectivamente, existe una variable de suma importancia que nos permitió analizar de manera doctrinaria como del aspecto objetivo en el periodo materia de estudio, nos referimos a los precios de exportación, que en muchos casos son de mucha importancia para el inversionista, porque genera réditos económicos así como la mejora en contexto internacional con relación a la ubicación del espárrago fresco en diversos continentes del mundo, debido fundamentalmente a valía nutricional que ello significa, sin embargo el debate se plantea como siendo un producto como otros que se exportan generan un movimiento en la economía del país, se pudo observar que no es de consumo nacional, y se proponía, si mejorando la calidad en el proceso productivo como en su maduración, ayudara a que su consumo peruano se vea mejorado, se pudo observar que los tratadistas mencionan que dichos aspectos son fundamentalmente a un nivel de cultura, y comportamiento con las líneas de gobierno en los países que no ha sido abordado de la mejor manera para su consumo adecuado, precisando que superando dichos problemas de calidad, como de precio puede mejorar la capacidad de consumo en el país, sin embargo podemos notar que en algún momento su nivel de consumo fue mejorando, pero no se ha estabilizado como tal, ello mismo requiere de orientación en el consumo de la mesa popular, no se ha tenido en cuenta, los niveles de proteínas adecuadas, y que en país existen inmensas hectáreas de terrenos que hasta hoy no han sido mejorado y puesto al nivel de producción agrícola lo cual ayudaría de manera significativa en el mejoramiento del consumo en el Perú.

4.1.1. NIVEL DE COMPETITIVIDAD

Tabla 3

Se cumple con el nivel de competitividad en la exportación de espárragos frescos en el Perú

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
a. Muy de acuerdo	15	18.29	18.29	18.29
b. De acuerdo	24	29.26	29.27	47.56
c. Poco de acuerdo	22	26.82	26.83	74.39
d. En desacuerdo	15	18.29	18.29	92.68
e. Muy en desacuerdo	06	7.31	7.32	100.00
TOTAL	82	99.97	100.00	

Nota: Elaboración propia

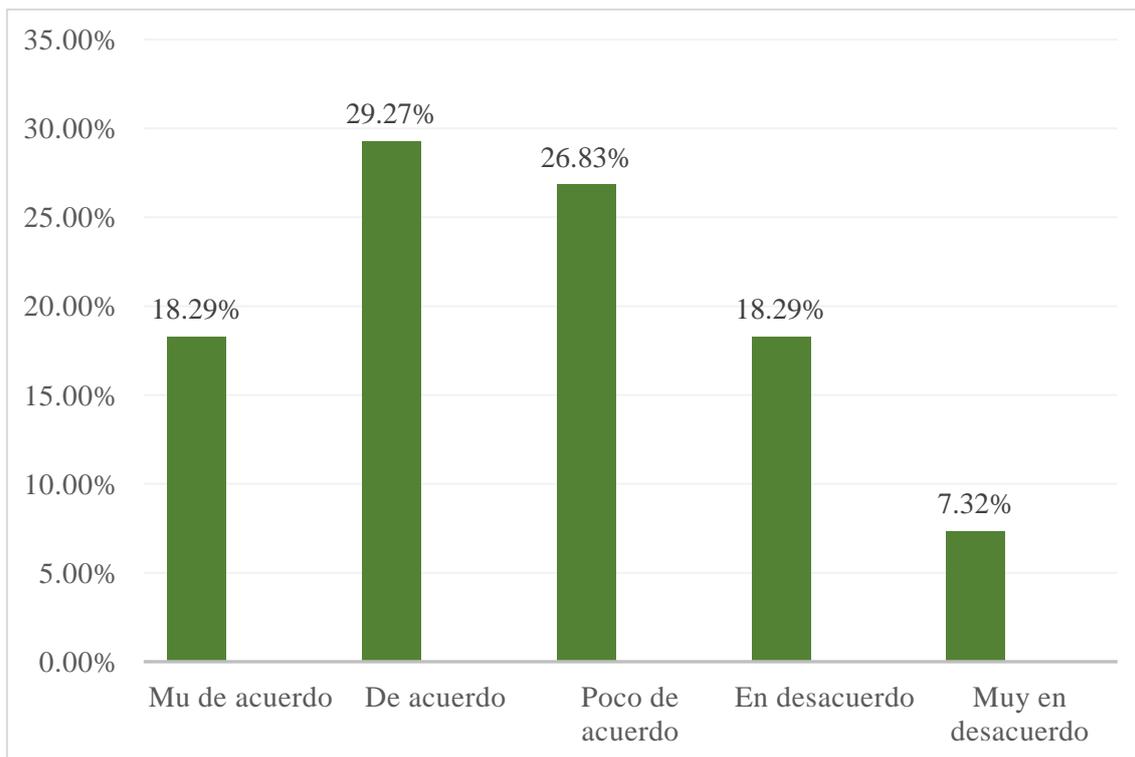


Figura 1. Se cumple con el nivel de competitividad en la exportación de espárragos frescos en el Perú

INTERPRETACIÓN

De lo expuesto logramos prestar atención que la respuesta a interrogante formulada, se evidencia en la tabla antecedente, el 18.29% reflexionaron estar muy de acuerdo que, se cumple con el nivel de competitividad en la exportación de espárragos frescos en el Perú; un 29.27% respondieron estar de desacuerdo; 23.83% poco de acuerdo; contrariamente un 18.29% respondieron estar en desacuerdo que, se cumpla con el diseño del programa presupuestal en la dirección regional de trabajo – Lima; y finalmente el 17.32% estar muy en desacuerdo que se cumple con el nivel de competitividad en la exportación de espárragos frescos en el Perú.

4.1.2. NIVEL DE CALIDAD

Tabla 4

Se cumple en forma adecuada con el nivel de calidad de los productos exportados de espárragos frescos en el Perú

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
a. Muy de acuerdo	23	28.04	28.05	28.05
b. De acuerdo	16	19.51	19.51	47.56
c. Poco de acuerdo	26	31.70	31.71	79.27
d. En desacuerdo	10	12.19	12.19	91.46
e. Muy en desacuerdo	07	8.53	8.54	100.00
TOTAL	82	99.98	100.00	

Nota: Elaboración propia

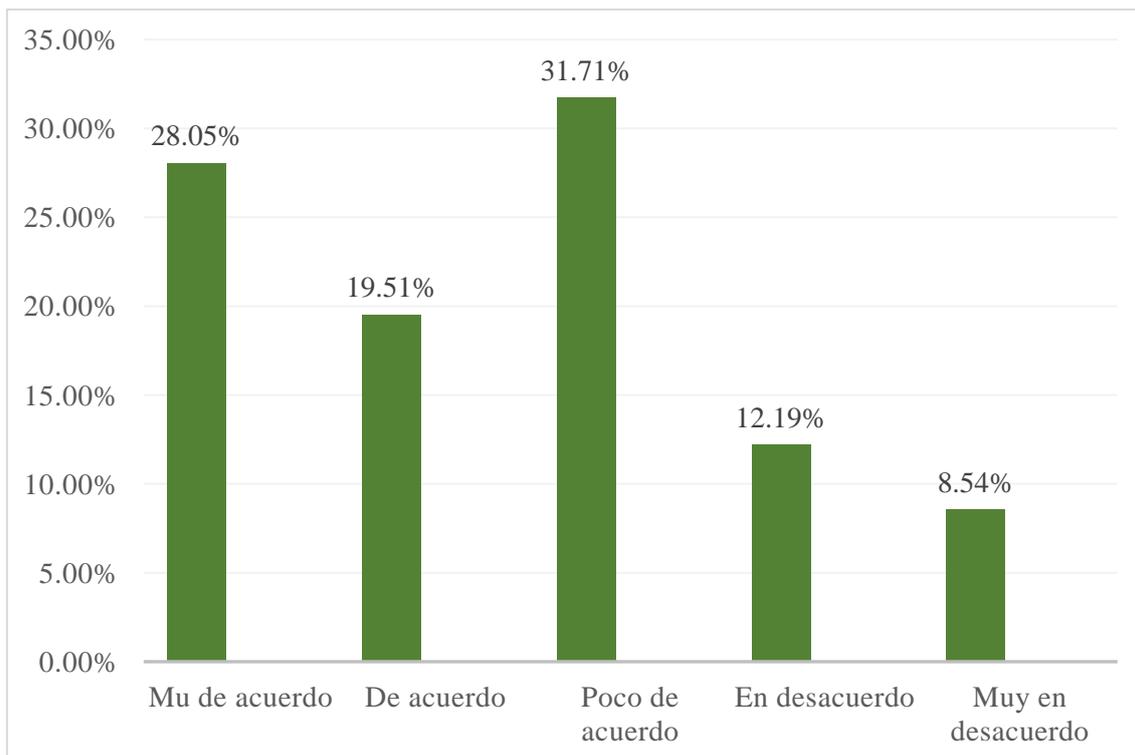


Figura 2. Se cumple en forma adecuada con el nivel de calidad de los productos exportados de espárragos frescos en el Perú

INTERPRETACIÓN

En correspondencia a las respuesta obtenidas las cuales se muestran en la tabla que precede, podemos señalar que, el 28.05% consideraron que, se cumple en forma adecuada con el nivel de calidad de los productos exportados de espárragos frescos en el Perú; un 19.51% consideraron estar de acuerdo; el 31.71% respondieron estar poco de acuerdo en cambio inversamente el 12.19% reflexionaron estar en desacuerdo que se cumple en forma adecuada con el nivel de calidad de los productos exportados de espárragos frescos en el Perú, finalmente el 8.54% respondieron estar muy en desacuerdo que se cumple en forma adecuada con el nivel de calidad de los productos exportados de espárragos frescos en el Perú

4.1.3. NIVEL DE PRODUCCION

Tabla 5

Se cuenta con el nivel de producción adecuada de espárragos para cumplir con la exportación.

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
a. Muy de acuerdo	14	17.07	17.07	17.07
b. De acuerdo	23	28.04	28.05	45.12
c. Poco de acuerdo	22	26.82	26.83	71.95
d. En desacuerdo	18	21.95	21.95	93.90
e. Muy en desacuerdo	05	6.09	6.10	100.00
TOTAL	82	99.97	100.00	

Nota: Elaboración propia

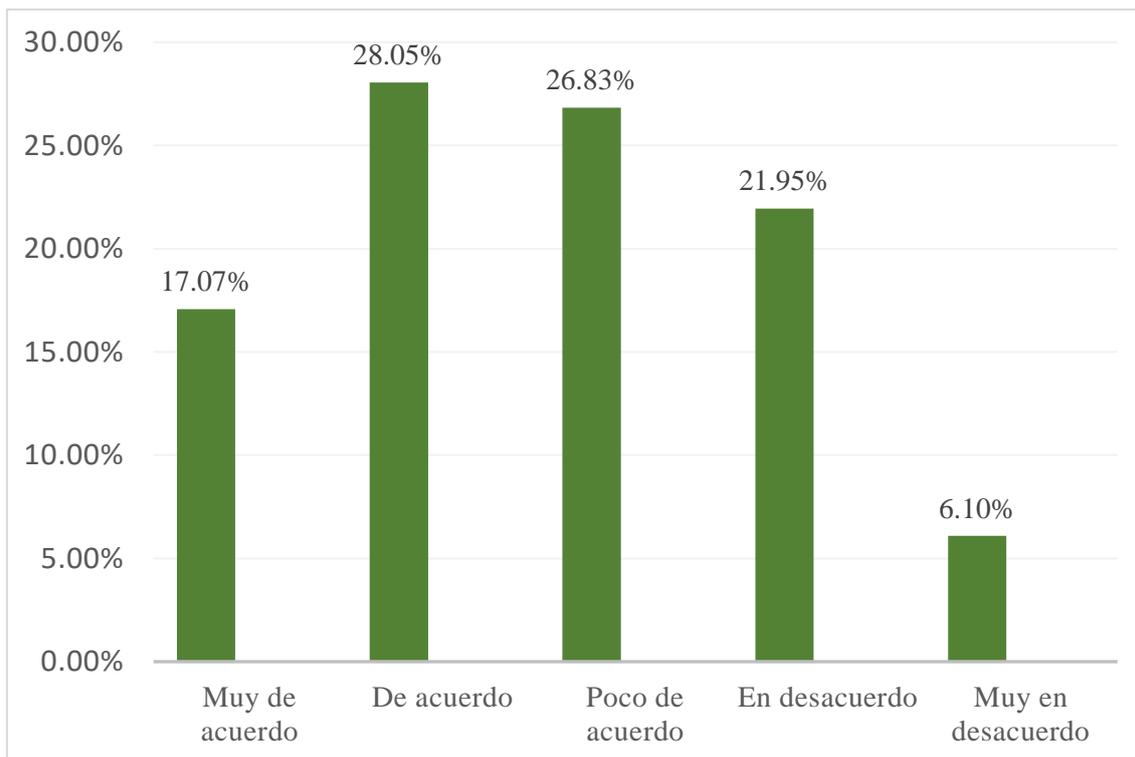


Figura 3 Se cuenta con el nivel de producción adecuada de espárragos para cumplir con la exportación

INTERPRETACIÓN

Observando los resultados obtenidos a la pregunta formulada que se muestran en el cuadro que antecede, podemos señalar que el 17.07% consideraron estar muy de acuerdo que, se cuenta con el nivel de producción adecuada de espárragos para cumplir con la exportación; un 28.05% respondieron estar de acuerdo; 26.83% respondieron estar poco de acuerdo; pero contrariamente un 21.95% respondieron estar en desacuerdo que, se cuenta con el nivel de producción adecuada de espárragos para cumplir con la exportación; finalmente el 6.10% respondieron estar muy en desacuerdo que se cuenta con el nivel de producción adecuada de espárragos para cumplir con la exportación.

4.1.4. CARTERA DE CLIENTES

Tabla 4

Se cuenta con cartera de clientes debidamente registrada en las empresas agroindustriales industriales en el Perú.

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
a. Muy de acuerdo	14	17.07	17.07	17.07
b. De acuerdo	24	29.26	29.27	46.34
c. Poco de acuerdo	16	19.51	19.51	65.85
d. En desacuerdo	24	29.26	29.27	95.12
e. Muy en desacuerdo	04	4.87	4.88	100.00
TOTAL	82	99.97	100.00	

Nota: Elaboración propia

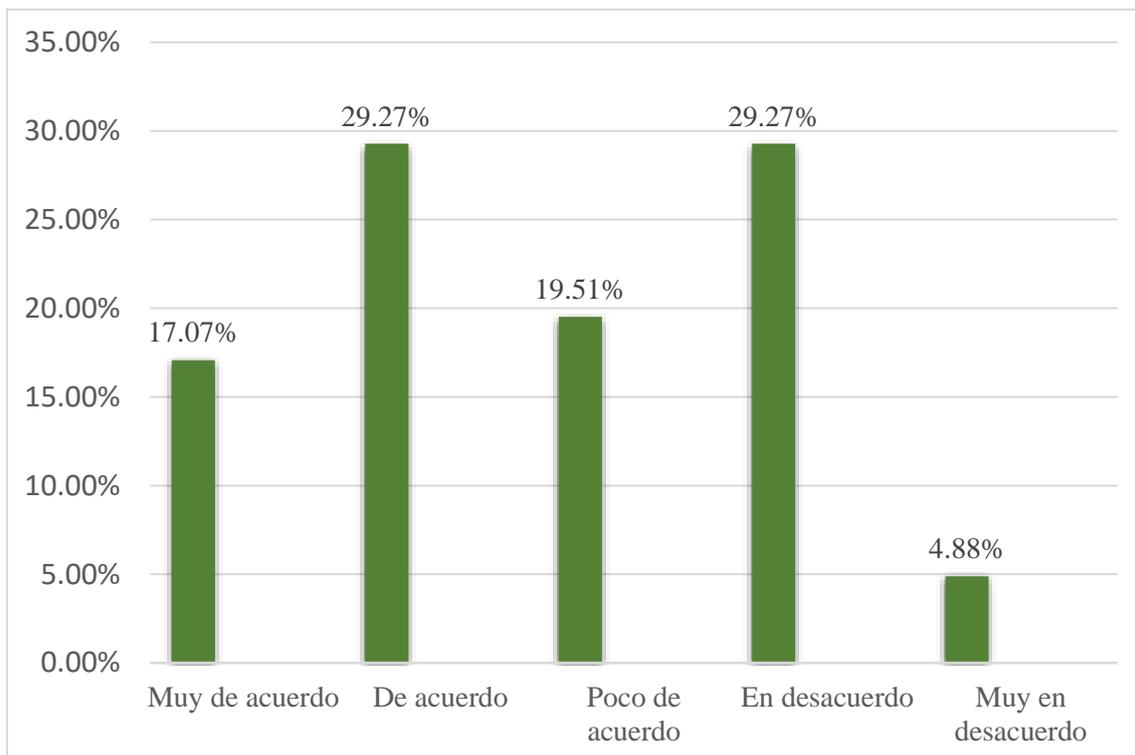


Figura 4. Se cuenta con cartera de clientes debidamente registrada en las empresas agroindustriales industriales en el Perú

INTERPRETACIÓN

De lo expuesto en la tabla que antecedente podemos señalar que, el 17.07% consideraron estar muy de acuerdo que se cuenta con cartera de clientes debidamente registrada en las empresas agroindustriales industriales en el Perú; un 29.27% respondieron estar de acuerdo; un 19.51% respondieron estar poco de acuerdo; sin embargo, el 29.57% consideraron estar en desacuerdo que, se cuenta con cartera de clientes debidamente registrada en las empresas agroindustriales industriales en el Perú, y finalmente el 4.88% respondieron estar muy en desacuerdo que se cuenta con cartera de clientes debidamente registrada en las empresas agroindustriales industriales en el Perú.

4.1.5. PRECIOS DE EXPORTACION

Tabla 5

Los precios de exportación de espárrago fresco inciden en el volumen de consumo en el Perú

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
a. Muy de acuerdo	15	18.29	18.29	18.29
b. De acuerdo	22	26.82	26.83	45.12
c. Poco de acuerdo	21	25.60	25.61	70.73
d. En desacuerdo	18	21.95	21.95	92.68
e. Muy en desacuerdo	06	7.31	7.32	100.00
TOTAL	82	99.97	100.00	

Nota: Elaboración propia

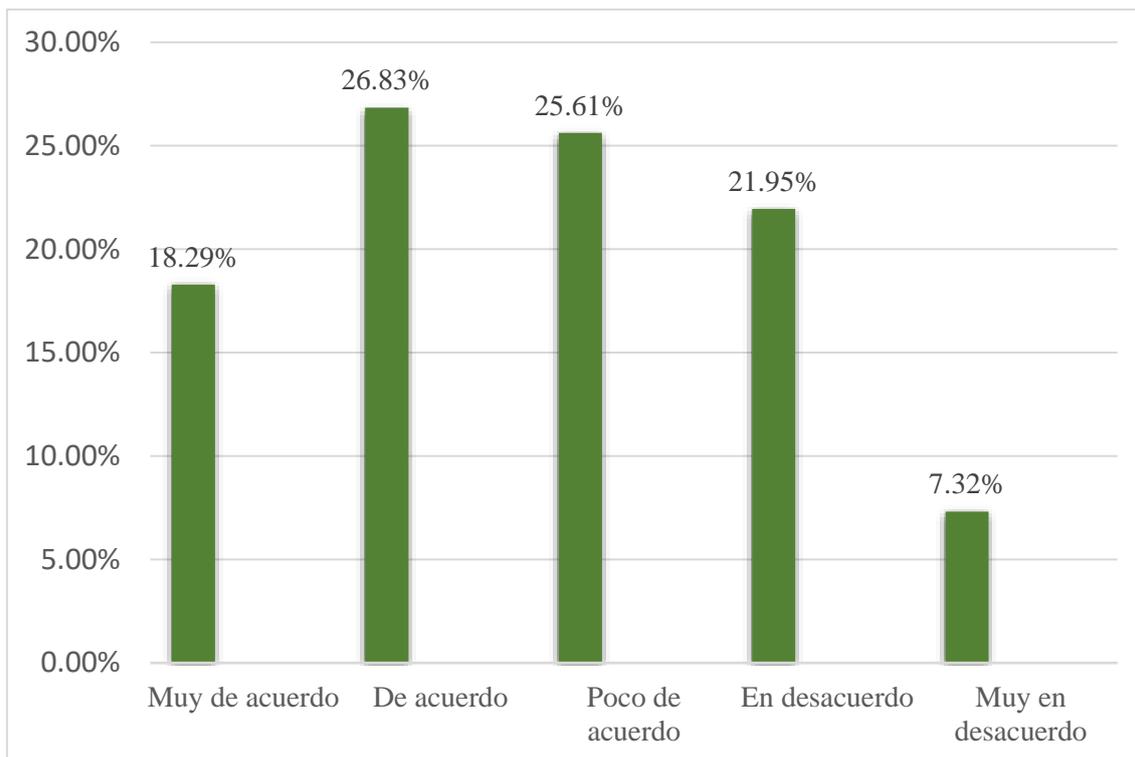


Figura 5. Precios de exportación de espárrago fresco inciden en el volumen de consumo en el Perú.

INTERPRETACIÓN

Observando los resultados obtenidos a la pregunta formulada que se muestran en el cuadro precedente, podemos señalar que el 18.29% pensaron estar muy de acuerdo que, los precios de exportación de espárrago fresco inciden en el volumen de consumo en el Perú; un 26.83% respondieron estar de acuerdo; un 25.61% marcaron estar poco de acuerdo; pero contrariamente un 21.95% marcaron estar en desacuerdo que los precios de exportación de espárrago fresco inciden en el volumen de consumo en el Perú, y finalmente el 7.32% marcaron estar muy en desacuerdo que los precios de exportación de espárrago fresco inciden en el volumen de consumo en el Perú.

4.1.8. PRECIOS DE MERCADO

Tabla 6

Se cumple con los precios de mercado en la exportación de esparrago fresco en el Perú

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
a. Muy de acuerdo	33	40.24	40.24	40.24
b. De acuerdo	24	29.26	29.27	69.51
c. Poco de acuerdo	11	13.41	13.41	82.92
d. En desacuerdo	10	12.19	12.20	95.12
e. Muy en desacuerdo	04	4.87	4.88	100.00
TOTAL	82	99.97	100.00	

Nota: Elaboración propia

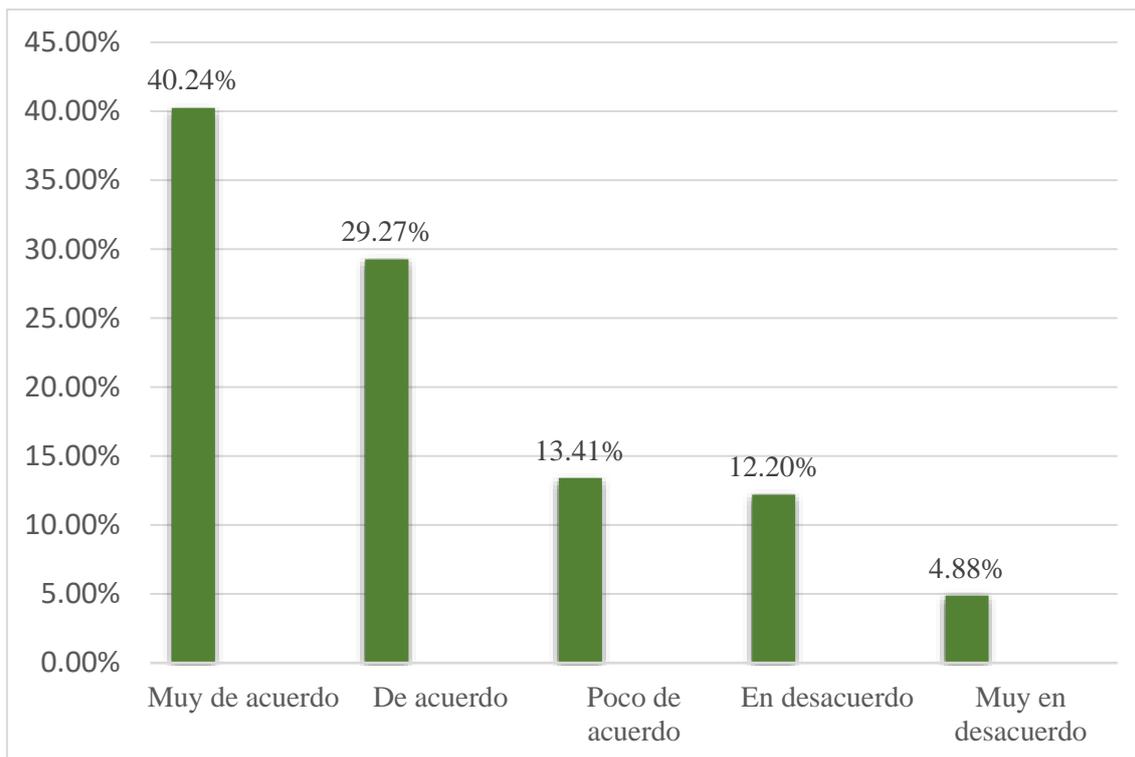


Figura 6. Se cumple con los precios de mercado en la exportación de espárrago fresco en el Perú

INTERPRETACIÓN

De los resultados obtenidos que se muestran en el cuadro precedente en relación a la pregunta formulada, podemos señalar que el 40.24% opinaron estar muy de acuerdo que se cumple con los precios de mercado en la exportación de espárrago fresco en el Perú; un 29.27% opinaron estar de acuerdo; un 13.41 marcaron estar poco de acuerdo; contrariamente 13.20% opinaron estar en desacuerdo que se cumple con los precios de mercado en la exportación de espárrago fresco en el Perú y finalmente el 4.88% manifestaron estar muy en desacuerdo.

4.1.7. CAPACIDAD DE CONSUMO

Tabla 7

Se cuenta con la capacidad de consumo de esparrago en el Perú

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
a. Muy de acuerdo	14	17.07	17.07	17.07
b. De acuerdo	21	25.60	25.61	42.68
c. Poco de acuerdo	24	29.26	29.27	71.95
d. En desacuerdo	17	20.73	20.73	92.68
e. Muy en desacuerdo	06	7.31	7.32	100.00
TOTAL	82	99.97	100.00	

Nota: Elaboración propia

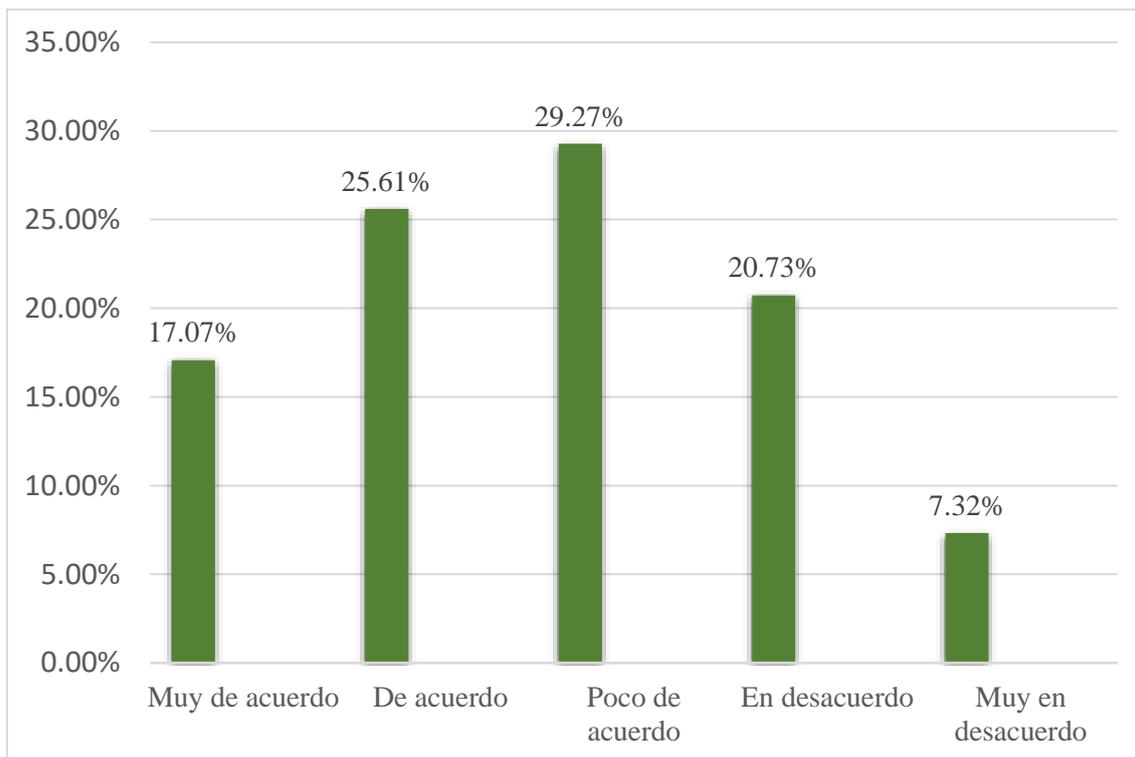


Figura 7. Se cuenta con la capacidad de consumo de espárrago en el Perú

INTERPRETACIÓN

Observando los resultados obtenidos a la pregunta formulada que se muestran en el cuadro precedente, podemos señalar que el 17.07% consideraron estar muy de acuerdo que, se cuenta con la capacidad de consumo de espárrago en el Perú; un 25.61% manifestaron estar de acuerdo; el 20.73% consideraron estar poco de acuerdo; contrariamente un 20.73% consideraron estar en desacuerdo que se cuenta con la capacidad de consumo de espárrago en el Perú, y finalmente el 7.32% respondieron estar muy en desacuerdo.

4.1.8. NIVEL DE DEMANDA

Tabla 10

Se evalúa el nivel de demanda de esparrago fresco en el mercado nacional e internacional

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
a. Muy de acuerdo	14	17.07	17.07	17.07
b. De acuerdo	21	25.60	25.61	42.68
c. Poco de acuerdo	21	25.60	25.61	68.29
d. En desacuerdo	19	23.17	23.17	91.46
e. Muy en desacuerdo	07	8.53	8.54	100.00
TOTAL	82	99.97	100.00	

Nota: Elaboración propia

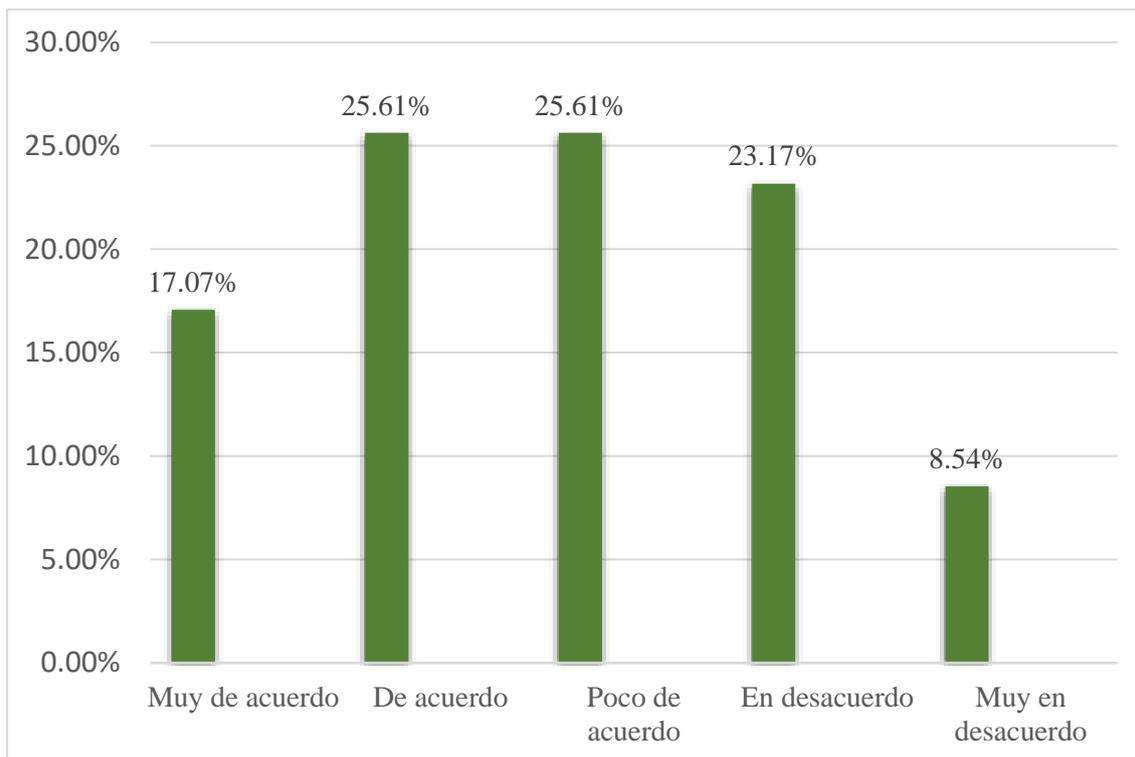


Figura 8. Se evalúa el nivel de demanda de espárrago fresco en el mercado nacional e internacional

INTERPRETACIÓN

De lo observando a los resultados obtenidos de la pregunta formulada que se muestran en el cuadro precedente, podemos señalar que, el 17.07% consideraron estar muy de acuerdo que, se evalúa el nivel de demanda de espárrago fresco en el mercado nacional e internacional; un 25.61% consideraron estar de acuerdo; el 25.62% opinaron estar poco de acuerdo; contrariamente el 23.17% consideraron estar en desacuerdo que se evalúa el nivel de demanda de espárrago fresco en el mercado nacional e internacional; finalmente el 8.54% respondieron estar muy en desacuerdo.

4.1.09 CAPACIDAD DE COBERTURA

Tabla 11

Se cuenta la capacidad de cobertura, en las empresas agroindustriales de espárragos en el Perú

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
a. Muy de acuerdo	14	17.07	17.07	17.07
b. De acuerdo	21	25.60	25.61	42.68
c. Poco de acuerdo	22	26.82	26.83	69.51
d. En desacuerdo	19	23.17	23.17	92.68
e. Muy en desacuerdo	06	7.31	7.32	100.00
TOTAL	82	99.97	100.00	

Nota: Elaboración propia

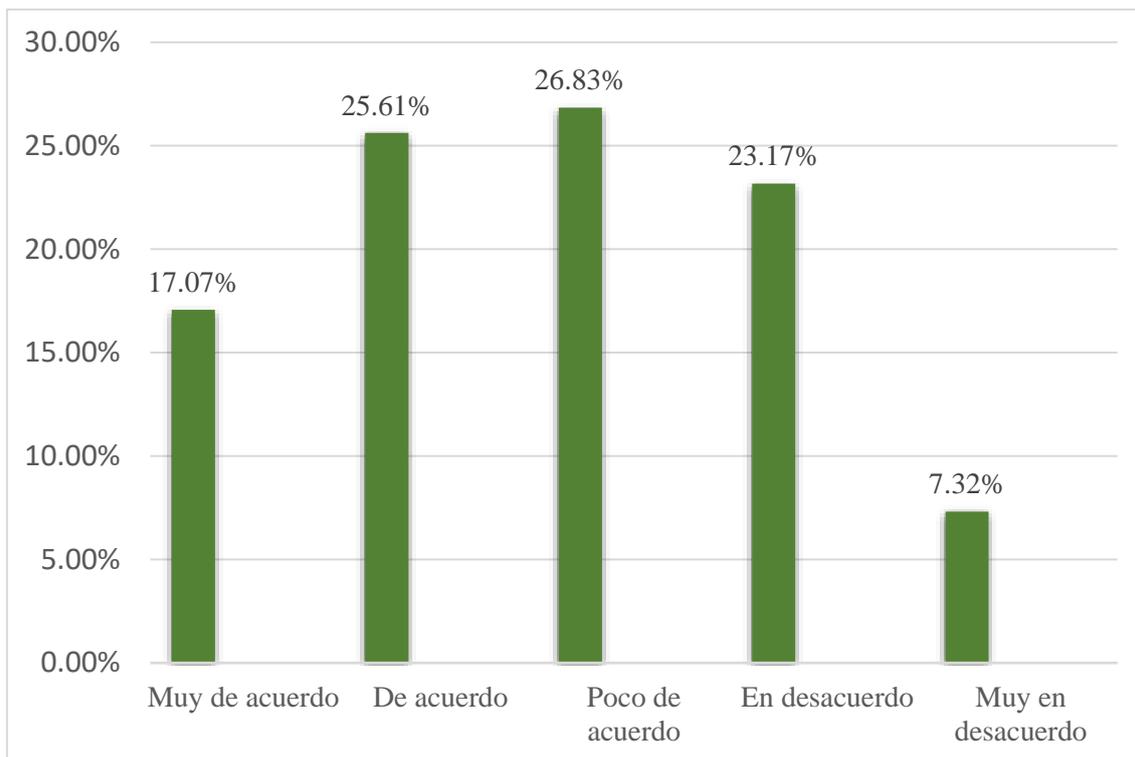


Figura 9. Se cuenta la capacidad de cobertura, en las empresas agroindustriales de espárragos en el Perú

INTERPRETACIÓN

Observando los resultados obtenidos a la pregunta formulada que se muestran en cuadro antecedente, podemos señalar que, el 17.07% opinaron estar muy de acuerdo que, se cuenta la capacidad de cobertura, en las empresas agroindustriales de espárragos en el Perú; un 25.61% manifestaron estar de acuerdo; un 26.83% opinaron estar poco de acuerdo; contrariamente el 23.17% opinaron estar muy en desacuerdo que, se cuenta la capacidad de cobertura, en las empresas agroindustriales de espárragos en el Perú; y finalmente el 7.32% respondieron estar muy en desacuerdo, que se cuenta la capacidad de cobertura, en las empresas agroindustriales de espárragos en el Perú.

4.1.10. VOLUMEN DE CONSUMO

Tabla 10

El volumen de consumo de espárragos frescos se mejorará con los pecios de exportación de espárragos en el Perú

ALTERNATIVAS	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
a. Muy de acuerdo	10	12.19	12.19	12.19
b. De acuerdo	20	24.39	24.39	36.58
c. Poco de acuerdo	21	25.60	25.61	62.19
d. En desacuerdo	26	31.70	31.71	93.90
e. Muy en desacuerdo	05	6.09	6.10	100.00
TOTAL	82	99.97	100.00	

Nota: Elaboración propia

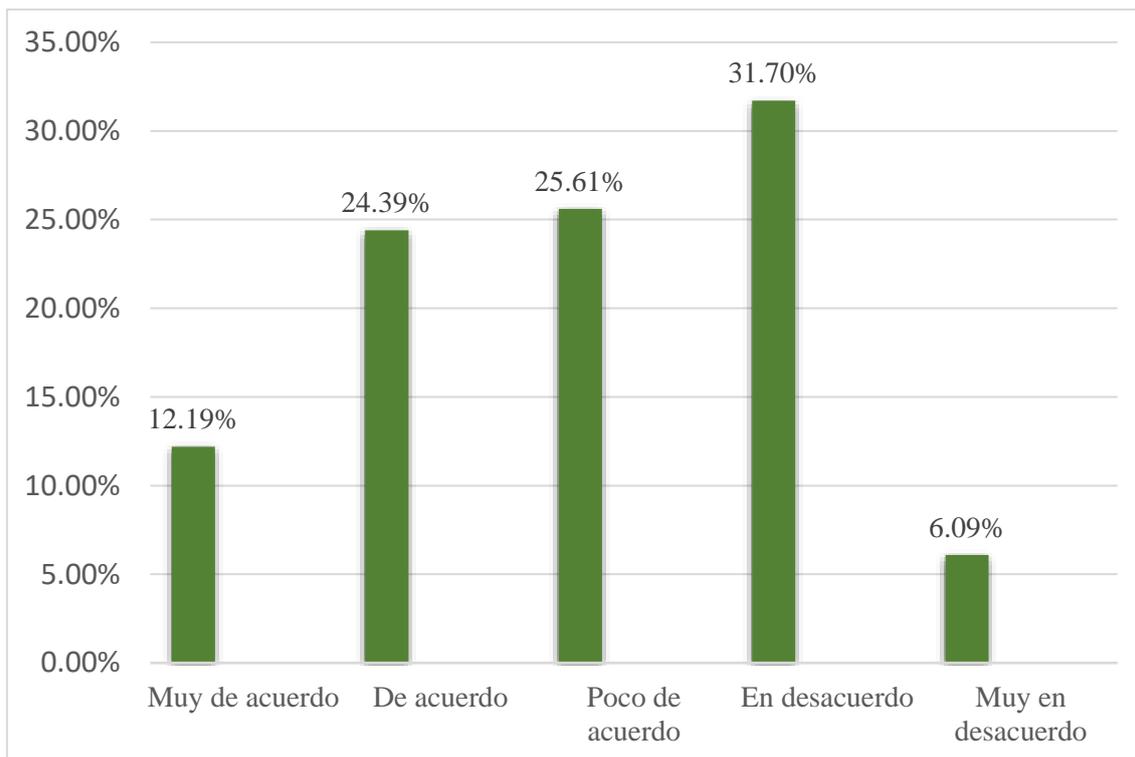


Figura 10. Volumen de consumo de espárragos frescos se mejorará con los precios de exportación de espárragos en el Perú

INTERPRETACIÓN

Observando los resultados obtenidos a la pregunta formulada que se muestran en cuadro precedente, podemos señalar que, el 12.19% consideraron estar muy de acuerdo que el volumen de consumo de espárragos frescos se mejorara con los precios de exportación de espárragos en el Perú; un 24.39% opinaron estar de acuerdo; un 25.61% respondieron estar poco de acuerdo; contrariamente el 31.70% consideraron estar en desacuerdo que el volumen de consumo de espárragos frescos se mejorara con los precios de exportación de espárragos en el Perú, finalmente un 6.09% respondieron estar muy en desacuerdo.

4.2. CONTRASTACION DE HIPÓTESIS

HIPÓTESIS A:

H₀: El nivel de competitividad, no incide en el precio de mercado para el consumo de esparrago en el Perú.

H₁: El nivel de competitividad incide en el precio de mercado para el consumo de esparrago en el Perú.

Tabla 13

Nivel de competitividad incide en el precio de mercado para el consumo de esparrago en el Perú.

Nivel de competitividad	Incide en precio de mercado Consumo de esparrago					TOTAL
	Muy de Acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	
a. Muy de acuerdo	07	06	01	01	00	15
b. De acuerdo	10	01	02	02	02	24
c. Poco de acuerdo	08	07	02	03	02	22
d. En desacuerdo	05	03	02	02	03	15
e. Muy en desacuerdo	01	02	01	01	01	06
TOTAL	31	26	08	09	08	82

Nota: Elaboración propia

1.- Estadística de prueba:

$$p(f) = \frac{(a+b)!(c+d)!(a+c)!(b+d)!}{n!a!b!c!d!}$$

2.- Nivel de significancia o error de tipo I: $\alpha = 0.05$.

3.- Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$p(f) = \frac{(15)!(24)!(17)!(07)!}{82!07!10!6!01!}$$
$$= 2.48E-106$$

4.- Decisión estadística: Dado que $2.48E-106 < 0.05$, se rechaza **H₀**.

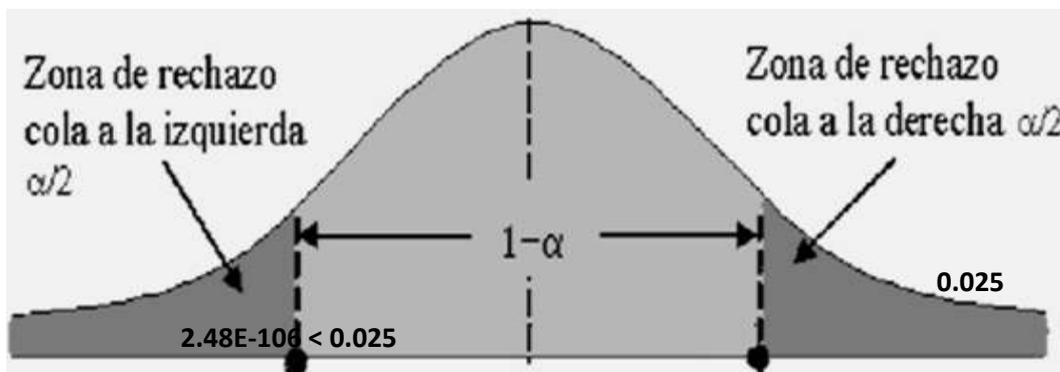


Figura 13. Nivel de competitividad incide en el precio de mercado para el consumo de espárrago en el Perú.

5.- Conclusión: Como $2.48 < 0.05$ no se acepta **H₀**. En tal sentido, se concluye, el nivel de competitividad incide en el precio de mercado para el consumo de espárrago en el Perú.

HIPÓTESIS B:

H₀: El nivel de calidad, no incide de manera positiva en la capacidad de consumo de esparrago en el Perú.

H₁: El nivel de calidad incide de manera positiva en la capacidad de consumo de esparrago en el Perú.

Tabla 14

Calidad incide de manera positiva en la capacidad de consumo de esparrago en el Perú.

Nivel de calidad	Incide de manera positiva en capacidad de consumo					TOTAL
	Muy de Acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	
a. Muy de acuerdo	07	05	01	01	00	14
b. De acuerdo	10	01	02	01	02	23
c. Poco de acuerdo	08	07	02	03	02	22
d. En desacuerdo	07	03	02	03	03	18
e. Muy en desacuerdo	01	01	01	01	01	05
TOTAL	33	24	08	09	08	82

Nota: Elaboración propia

1.- Estadística de prueba:

$$p(f) = \frac{(a+b)!(c+d)!(a+c)!(b+d)!}{n!a!b!c!d!}$$

2.- Nivel de significancia o error de tipo I: $\alpha = 0.05$.

3.- Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$p(f) = \frac{(21)!(12)!(10)!(1)!}{82!17!116!0!}$$
$$= 1.31E-92$$

4.- Disposición estadística: Dado que $1.31E-92 < 0.05$, se rechaza H_0 .

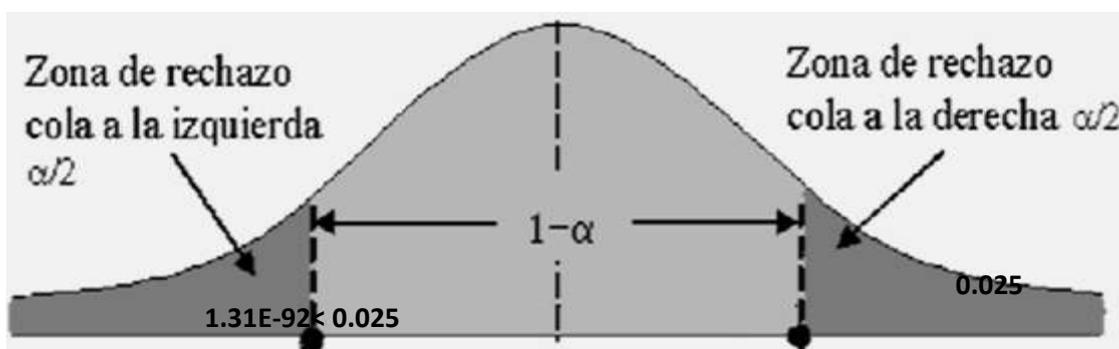


Figura 14. Nivel de calidad incide de manera positiva en la capacidad de consumo de esparrago en el Perú.

5.- Conclusión: Como $1.31 < 0.05$, no se acepta H_0 . En tal sentido, se concluye, el nivel de calidad incide de manera positiva en la capacidad de consumo de esparrago en el Perú.

HIPÓTESIS C:

H₀: El nivel de producción, no incide de manera positiva en la demanda del mercado de esparrago fresco en el Perú.

H₁: El nivel de producción incide de manera positiva en la demanda del mercado de esparrago fresco en el Perú.

Tabla 15

Nivel de producción incide de manera positiva en la demanda del mercado de esparrago fresco en el Perú.

Actividades presupuestales	Inciden en formulación de plan anual de gestión					TOTAL
	Muy de Acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	
a. Muy de acuerdo	07	06	01	00	00	14
b. De acuerdo	10	08	02	02	02	24
c. Poco de acuerdo	07	06	01	01	01	16
d. En desacuerdo	10	06	02	03	03	24
e. Muy en desacuerdo	01	01	01	01	00	04
TOTAL	35	27	07	07	06	82

Nota: Elaboración propia

1.- Estadística de prueba:

$$p(f) = \frac{(a+b)!(c+d)!(a+c)!(b+d)!}{n!a!b!c!d!}$$

2.- Nivel de significancia o error de tipo I: $\alpha = 0.05$.

3.- Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$p(f) = \frac{(14)!(11)!(7)!(6)!}{82!20!1316!0!}$$

$$= 1.30E-97$$

4.- Decisión estadística: Dado que $1.30E-97 < 0.05$, se rechaza **H₀**.

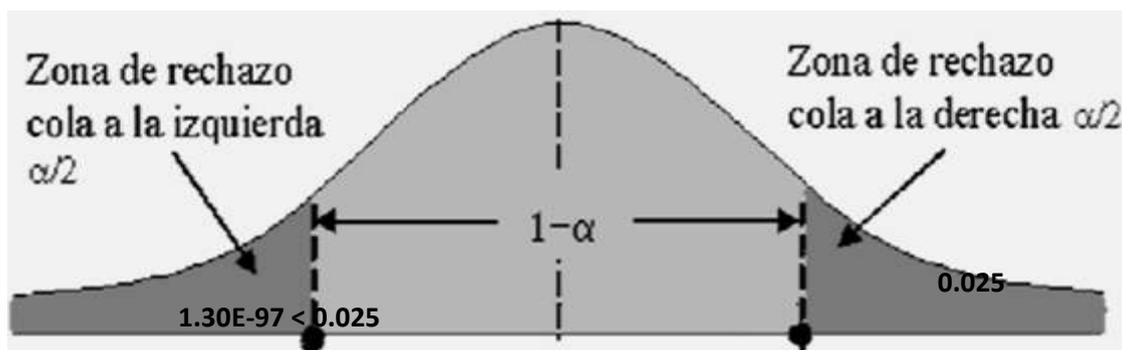


Figura 15. Nivel de producción incide de manera positiva en la demanda del mercado de espárrago fresco en el Perú.

5.- **Conclusión:** Como $1.30 < 0.05$, no se acepta **H₀**. En tal sentido, se concluye, el nivel de producción incide de manera positiva en la demanda del mercado de espárrago fresco en el Perú.

HIPÓTESIS D:

H₀: El contar con una cartera de clientes, no incide de manera favorable en la capacidad de cobertura de consumo de esparrago en el Perú.

H₁: El contar con una cartera de clientes incide de manera favorable en la capacidad de cobertura de consumo de esparrago en el Perú.

Tabla 16

Contar con cartera de clientes incide de manera favorable en la capacidad de cobertura de consumo de esparrago en el Perú.

Impactos de planes presupuesto	Inciden en transparencia y rendición de cuentas					TOTAL
	Muy de Acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	
a. Muy de acuerdo	12	09	01	01	00	23
b. De acuerdo	09	05	01	01	00	16
c. Poco de acuerdo	11	09	02	02	02	26
d. En desacuerdo	02	02	02	02	02	10
e. Muy en desacuerdo	01	01	01	02	02	07
TOTAL	35	26	07	08	06	82

Nota: Elaboración propia

1.- Estadística de prueba:

$$p(f) = \frac{(a+b)!(c+d)!(a+c)!(b+d)!}{n!a!b!c!d!}$$

2.- Nivel de significancia o error de tipo I: $\alpha = 0.05$.

3.- Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$p(f) = \frac{(15)!(14)!(13)!(6)!}{82!10!3!5!0!1!}$$

$$= 1.26E-108$$

4.- Decisión estadística: Dado que $1.26E-108 < 0.05$, se rechaza H_0 .

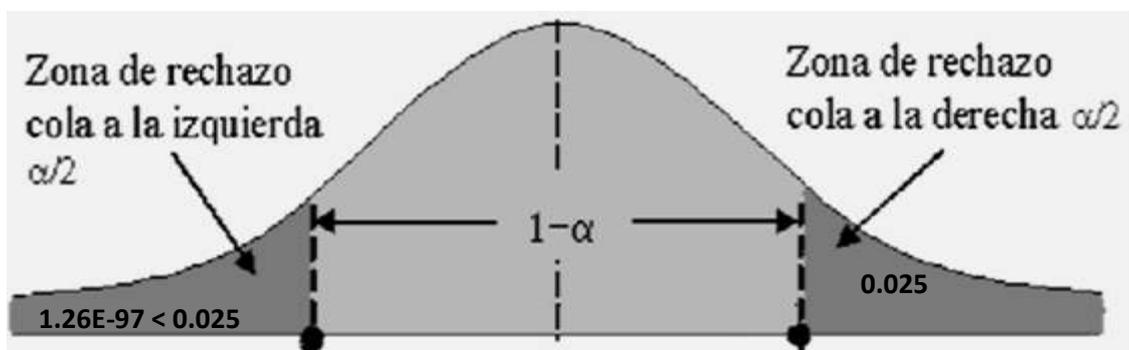


Figura 16. Contar con cartera de clientes incide de manera favorable en la capacidad de cobertura de consumo de esparrago en el Perú.

5.- **Conclusión:** Como $1.26 < 0.05$, no se acepta H_0 . En tal sentido, se concluye, contar con una cartera de clientes incide de manera favorable en la capacidad de cobertura de consumo de esparrago en el Perú.

HIPÓTESIS GENERAL:

H₀: Los precios de exportación de esparrago fresco, no inciden de manera positiva en el volumen de consumo en el Perú 2010-2019.

H₁: Los precios de exportación de esparrago fresco inciden de manera positiva en el volumen de consumo en el Perú 2010-2019.

Tabla 18

Los precios de exportación de esparrago fresco inciden de manera positiva en el volumen de consumo en el Perú 2010-2019.

Programas presupuestales	Inciden en fortalecimiento social de gestión pública					TOTAL
	Muy de Acuerdo	De acuerdo	Poco de acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	
a. Muy de acuerdo	16	14	01	01	01	33
b. De acuerdo	10	09	02	01	02	24
c. Poco de acuerdo	03	02	02	02	02	11
d. En desacuerdo	03	01	02	02	02	10
e. Muy en desacuerdo	01	01	01	01	00	04
TOTAL	33	27	08	07	07	82

Nota: Elaboración propia

1.- Estadística de prueba:

$$p(f) = \frac{(a+b)!(c+d)!(a+c)!(b+d)!}{n!a!b!c!d!}$$

2.- Nivel de significancia o error de tipo I: $\alpha = 0.05$.

3.- Cálculo de la estadística de prueba: Al desarrollar la fórmula tenemos:

$$p(f) = \frac{(18)!(05)!(12)!(11)!}{82!8!4!2!0!}$$

$$= 1.22E-106$$

4.- Decisión estadística: Dado que $1.22E-106 < 0.05$, se rechaza H_0 .

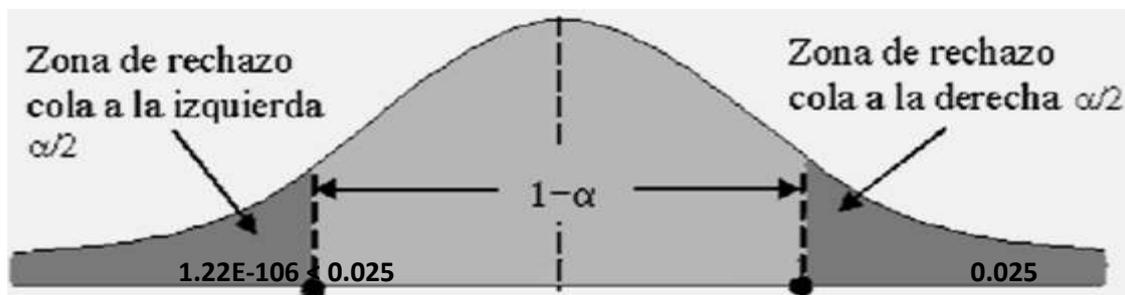


Figura 18. Los precios de exportación de espárrago fresco inciden de manera positiva en el volumen de consumo en el Perú 2010-2019.

5.- Conclusión: Como $1.22 < 0.05$, no se acepta H_0 . En tal sentido, se concluye, los precios de exportación de espárrago fresco inciden de manera positiva en el volumen de consumo en el Perú 2010-2019.

CAPITULO V

DISCUSION, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. DISCUSIÓN

Luego de culminar el estudio hemos podido observar la experiencia de diversos autores registrados en el contexto internacional de ellos negocios, así como el movimiento de la economía con los productos agroexportadores, y como en muchos casos estos son puestos al mercado internacional y no al consumo de la ciudadanía peruana, sin embargo se ha podido analizar que los autores tanto en el contexto nacional como internacional, señalan el nivel de cultura que en muchos casos no es entendida de mejor manera en el país, de manera que es importante tener en cuenta la calidad de nuestros productos, que son puesto en la economía internacional si bien es cierto generan un movimiento importante en el comportamiento de la balanza de pagos, es necesario precisar que como en otros productos, como la uva, la palta Hass, los arándanos, de mejor calidad son ubicados en el mercado internacional, mejorando la posición en dichos escenarios, de tal manera que los expertos recomiendan que la calidad de nuestros productos deberán de mejorar se para el consumo interno, de manera que en primer orden busquen mejorar la capacidad de proteínas para la ciudadanía, y que la exportación se puede mejorar, incrementando los niveles de producción con la finalidad que de acuerdo a los estándares de calidad y evaluación puedan salir al mercado internacional, sin dejar desprotegida a la comunidad nacional.

5.2. CONCLUSIONES

Primera conclusión

En revisión como análisis a información como datos logrados, se concluye, el nivel de competitividad incide en el precio de mercado para el consumo de esparrago en el Perú.

Segunda conclusión

En análisis como evaluación de documentación y puesta a prueba se estableció, El nivel de calidad incide de manera positiva en la capacidad de consumo de esparrago en el Perú.

Tercera conclusión

Del análisis a documentación como a datos obtenidos puestas a prueba se establece que, el nivel de producción incide de manera positiva en la demanda del mercado de esparrago fresco en el Perú.

Cuarta conclusión

De la comparación de hipótesis con documentación se puedo identificar, El contar con una cartera de clientes incide de manera favorable en la capacidad de cobertura de consumo de esparrago en el Perú.

Quinta conclusión

En definitiva, de documentación como ensayo ejecutado se concluyó, Los precios de exportación de esparrago fresco inciden de manera positiva en el volumen de consumo en el Perú 2010-2019.

5.3. RECOMENDACIONES

Primera recomendación

Que empresarios, administradores, deberán de considerar los aspectos importantes orientados a mejorar el nivel de competitividad en las empresas agroexportadoras ya que incide en el precio de mercado para el consumo de espárragos en el Perú.

Segunda recomendación

La administración deberá de liderar las acciones orientadas a mejorar el nivel de calidad, considerando que incidirá de manera significativa en la capacidad del consumo de esparrago en el Perú.

Tercera recomendación

Que la administración y trabajadores de empresas agrícolas dedicadas al sembrío de espárragos deberán de priorizar mejorar el nivel de producción, considerando que a mayor capacidad de producción mejorará la incidencia de manera significativa en la demanda del esparrago fresco en el mercado peruano.

Cuarta recomendación

Que la administración de empresas agroindustriales, dedicadas a la producción de espárragos deberán de contar con una cartera de clientes debidamente seleccionada, ya que incidirá de manera favorable en la capacidad de cobertura de consumo del esparrago en el Perú.

Quinta recomendación

Empresarios, administradores y colaboradores en su conjunto deberán de considerar los precios de exportación de esparrago fresco, ya que inciden de manera significativa en el volumen del consumo en el Perú 2010-2019.

CAPITULO VI

FUENTES DE INFORMACION

6.1. Fuentes documentales

Abanto, J., & Puma, P. (2017). *Factores que influyeron en la disminución de las exportaciones de espárragos frescos a Estados Unidos entre los años 2012 al 2015* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.

Bottger, X. (2016) *Factores que afectan la exportación de espárrago desde Perú a Estados Unidos*. (Tesis de licenciado, Escuela Agrícola Panamericana Zamorano Honduras) Recuperada de:
<https://bdigital.zamorano.edu/bitstream/11036/5809/1/AGN-2016-T008.pdf>

Cherres Mora, Genesis Alejandra y Jaramillo Macas Grace Elizabeth (2020) tesis: *Exportación de Café soluble a mercado alemán su incidencia en ingreso de divisas*, en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil – Ecuador.

Cano Lévano, Atilio Jardel (2020) tesis *El Impacto del TLC Perú – Estados Unidos en exportaciones de espárragos frescos periodo 2012-2018*, Universidad Tecnológica del Perú Lima – Perú

Campos, M., Cabrera, R., Pérez, M. & Laura, B. (2017). *Tendencia del mercado y la producción de los productos orgánicos en el Perú*. Revista de Investigaciones

Altoandinas, 19 (4). Recuperado desde:
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2313-29572017000400009&lang=es Comex Perú (2018, 09 Marzo). Exportaciones peruanas de espárragos. <https://bit.ly/3pR3pIP>

Pérez, M., & Villanueva, V. (2019). *Determinantes de las exportaciones de espárrago en el Perú - EE.UU. 2008 - 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque, Perú.

Pozo Arce, Leslie Andrea (2020) su tesis: *Factores de la exportación de espárragos frescos -impacto en balanza comercial*. Universidad San Ignacio de Loyola – Lima – Perú

6.2. Fuentes Bibliográficas

Balvin, E. (2016). *Competitividad de la oferta exportable de la palta hass (persea americana) en el mercado de estados unidos*. Lima: Universidad Nacional Agraria La

García, V. (2011). *La Política monetaria y cambiaria*. Venezuela: Mc Graw Hill.

Chambergo Guillermo Isidro (2020) *Revista Actualidad Empresarial* Año XX N° 438
Ira Quincena de Enero Revista Indexada en: Latindex L- Lima – Perú.

Hernández, Fernández, Baptista (2008) *Metodología de la Investigación*. México. Mc Graw Hill.

Hernández Sampieri Roberto (2010) *Metodología de la Investigación*. Quinta Edición.
Interamericana editores. México D.F.

BCRP. (2020). Balanza comercial.

<https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/balanza-comercial>

Molina. Recuperado el 12 de febrero de 2019, de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/UNALM/2744>

Herrera Dávila D.J. y Alvear D.A. *Lecciones de economía política*, M. Caro, 1827.

Huesca, C. (2012). *Comercio Internacional*. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Comercio_internacional.pdf

Jácome, J y Torres, L (2018) *Factores que influyeron en la disminución de las agroexportaciones peruanas de espárragos al mercado estadounidense durante los años 2013 al 2017*. (Tesis de título profesional de Negocios Internacionales, Universidad Pontificia Católica). Recuperada de: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625742/JacomeB_J.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Larraín, F. B., & Sachs, J. D. (2013). *Macroeconomía en la Economía Global* (Tercera Edición). <https://www.studocu.com/cl/document/universidad-albertohurtado/introduccion-a-la-economia/otros/macroeconomia-sachs-larrain3ed/3951595/view>

Martínez, R. (2004), *Legislación del comercio exterior*. México: McGraw Hill.

Márquez, A. L. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. México: CENAGAGE Learning.

Vivas. R. (2020) *Teoría económica del pensamiento administrativo*. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de ciencias económicas y administrativas Pontificia Universidad Javeriana

Facultad De Ciencias Económicas Y Administrativas
Seminario Del Pensamiento Administrativo
Por Ricardo Vivas Bernal

6.3. Referencias electrónicas

www.ministeriodeeconomiaayfinanzas

<https://www.agrodataperu.com>

www.fccea.unicauca.edu.co/old/nias.htm

www.slideshare.net/damalysyenil/normas-generales-

www.intosai.org/es/actualidades.html

ANEXO 1

INSTRUMENTOS PARA LA TOMA DE DATOS

ENCUESTA:

La presente técnica que se presenta es el Cuestionario correspondiente al trabajo de investigación denominado: **LOS PRECIOS DE EXPORTACIÓN DE ESPÁRRAGO FRESCO SU INCIDENCIA EN EL VOLUMEN DE CONSUMO EN EL PERU 2010-2019** En relación con dicho trabajo se pide que tenga a bien marcar con un aspa (X) la alternativa que según su criterio conteste la pregunta que se formula.

1. ¿Considera Usted que se cumple con el nivel de competitividad en la exportación de espárragos frescos en el Perú?
 - a. Muy de acuerdo ()
 - b. De acuerdo ()
 - c. Poco de acuerdo ()
 - d. En desacuerdo ()
 - e. Muy en desacuerdo ()

2. ¿Considera Usted que se cumple en forma adecuada con el nivel de calidad de los productos exportados de espárragos frescos en el Perú?
 - a. Muy de acuerdo ()
 - b. De acuerdo ()

- c. Poco de acuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Muy en desacuerdo ()

3. ¿Considera Usted que se cuenta con el nivel de producción adecuada de espárragos para cumplir con la exportación?

- a. Muy de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Poco de acuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Muy en desacuerdo ()

4. ¿Considera Usted que se cuenta con cartera de clientes debidamente registrada en las empresas agroindustriales industriales en el Perú?

- a. Muy de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Poco de acuerdo ()
- d. En desacuerdo ()
- e. Muy en desacuerdo ()

5. ¿Considera Usted que los precios de exportación de espárrago fresco inciden en el volumen de consumo en el Perú?

- a. Muy de acuerdo ()
- b. De acuerdo ()
- c. Poco de acuerdo ()

d. En desacuerdo ()

e. Muy en desacuerdo ()

6. ¿En su opinión se cumple con los precios de mercado en la exportación de esparrago fresco en el Perú?

a. Muy de acuerdo ()

b. De acuerdo ()

c. Poco de acuerdo ()

d. En desacuerdo ()

e. Muy en desacuerdo ()

7. ¿Considera usted que se cuenta con la capacidad de consumo de esparrago en el Perú?

a. Muy de acuerdo ()

b. De acuerdo ()

c. Poco de acuerdo ()

d. En desacuerdo ()

e. Muy en desacuerdo ()

8. ¿Considera usted que se evalúa el nivel de demanda de esparrago fresco en el mercado nacional e internacional?

a. Muy de acuerdo ()

b. De acuerdo ()

c. Poco de acuerdo ()

d. En desacuerdo ()

e. Muy en desacuerdo ()

9. ¿En su opinión considera Usted que se cuenta la capacidad de cobertura, en las empresas agroindustriales de espárragos en el Perú?

a. Muy de acuerdo ()

b. De acuerdo ()

c. Poco de acuerdo ()

d. En desacuerdo ()

e. Muy en desacuerdo ()

10. ¿Considera Usted que el volumen de consumo de espárragos frescos se mejorara con los pecios de exportación de espárragos en el Perú?

a. Muy de acuerdo ()

b. De acuerdo ()

c. Poco de acuerdo ()

d. En desacuerdo ()

e. Muy en desacuerdo ()

Muchas gracias por vuestro apoyo