

Universidad de Lima

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas

Carrera de Negocios Internacionales



IMPACTO DE LAS BARRERAS A LA EXPORTACIÓN EN EL DESARROLLO DE PYMES AGROEXPORTADORAS PERUANAS

Tesis para optar el título profesional de licenciado en Negocios Internacionales

Melanie Rossana Anton Pino

Código 20141573

Alejandra Milagros Chavez Egoavil

Código 20140311

Asesor

Ricardo Manuel Francisco Limo del Castillo

Lima – Perú

Agosto de 2023



**IMPACT OF EXPORT BARRIERS ON THE
DEVELOPMENT OF PERUVIAN AGRI SME
EXPORTERS**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	IX
ABSTRACT.....	X
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES.....	3
CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
2.1 Problema de investigación	15
2.1.1 Promoción de políticas de exportación	15
2.1.2 El rol de las Pymes en la economía peruana	15
2.1.3 Las Pymes como fuente de empleo	16
2.1.4 La falta de acceso al financiamiento para las Pymes	17
2.1.5 La agricultura peruana	18
CAPÍTULO III: JUSTIFICACIÓN.....	21
3.1 Importancia de la Investigación	21
3.1.1 Justificación Teórica	21
3.1.2 Justificación Práctica.....	22
3.1.3 Justificación Metodológica	22
3.2 Viabilidad de la Investigación.....	22
3.3 Limitaciones de la Investigación.....	23
CAPÍTULO IV: OBJETIVOS.....	24
4.1 Objetivo General	24
4.2 Objetivos Específicos.....	24
CAPÍTULO V: HIPÓTESIS.....	25
5.1 Hipótesis General.....	25
5.2 Hipótesis Específicas	25
CAPÍTULO VI: FUNDAMENTOS TEORICOS	26
6.1 Marco Teórico.....	26
6.1.1 Teorías de comercio internacional	26
6.1.2 Barreras a la exportación.....	31
6.1.3 Clasificación exportadora	34
6.2 Marco Conceptual	34

6.3	Matriz de Consistencia.....	42
6.4	Matriz de Operacionalización de Variables	44
CAPÍTULO VII: CLASIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN.....		46
7.1	Tipo de investigación	46
7.1.1	Según la orientación.....	46
7.1.2	Según el alcance de la investigación.....	46
7.1.3	Según el diseño de la investigación	46
7.1.4	Según la direccionalidad de la investigación	47
7.1.5	Según el tipo de fuente de recolección de datos	47
7.2	Método de investigación	47
7.3	Modalidad de investigación	47
7.4	Tamaño de muestra de la investigación	47
7.5	Lugar y período de la investigación.....	47
CAPÍTULO VIII: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS		
CUALITATIVOS.....		49
8.1	Presentación y análisis de los resultados.....	49
8.2	Contrastación de hipótesis	57
CONCLUSIONES		59
RECOMENDACIONES		60
REFERENCIAS.....		62
BIBLIOGRAFÍA		69
ANEXOS		73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Prioridades regionales para intervenciones públicas	20
Tabla 6.1 Descripción generalizada de las barreras de exportación	31
Tabla 6.2 Barreras internas a la exportación.....	32
Tabla 6.3 Barreras externas a la exportación	33
Tabla 6.4 Matriz de Consistencia	42
Tabla 6.5 Matriz de Operacionalización de Variables.....	44
Tabla 8.1 Distribución de las respuestas del cuestionario	49



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 8.1 Frecuencia de respuesta - Pregunta 1	49
Figura 8.2 Frecuencia de respuesta - Pregunta 2	50
Figura 8.3 Frecuencia de respuesta - Pregunta 3	50
Figura 8.4 Frecuencia de respuesta - Pregunta 4	51
Figura 8.5 Frecuencia de respuesta - Pregunta 5	52
Figura 8.6 Frecuencia de respuesta - Pregunta 6	52
Figura 8.7 Frecuencia de respuesta - Pregunta 7	53
Figura 8.8 Frecuencia de respuesta - Pregunta 8	53
Figura 8.9 Frecuencia de respuesta - Pregunta 9	54
Figura 8.10 Frecuencia de respuesta - Pregunta 10	55
Figura 8.11 Frecuencia de respuesta - Pregunta 11	55
Figura 8.12 Frecuencia de respuesta - Pregunta 12	56
Figura 8.13 Frecuencia de respuesta -Pregunta 13	56
Figura 8.14 Frecuencia de respuesta -Pregunta 14	57

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuestas a especialistas	74
Anexo 2: Encuestados.....	84
Anexo 3: Cuestionario	85
Anexo 4: Tabla de respuestas al cuestionario.....	88



RESUMEN

En la actualidad, muchas de las pequeñas y medianas empresas en el rubro agroexportador no desarrollan sus operaciones en el mercado internacional debido a que existen diversos tipos de barreras a la exportación que dificultan este proceso. Según Malca y Rubio (2015), existen cuatro tipos de barreras a la exportación que son: barreras de procedimiento, barreras de recursos, barreras de conocimiento y barreras exógenas.

El presente trabajo identifica diferentes tipos de barreras a la exportación desde el punto de vista de diversos autores, tomando como referencia base a Oscar Malca. Asimismo, se analizan estudios previos realizados a Pymes alrededor del mundo, logrando observar las diferentes situaciones que se presentan. Adicional a ello, se describen distintas teorías basadas en el comercio internacional como la teoría de Adam Smith, el modelo Ricardiano, el modelo de Heckscher-Ohlin, entre otros. Si bien existen estudios previos a Pymes alrededor del mundo, son muy pocos los estudios realizados a aquellas dentro del territorio latinoamericano que permita replantear nuevas políticas o incentivos que les permita desarrollar su crecimiento.

Los resultados muestran que para las pequeñas y medianas empresas agroexportadoras peruanas entrevistadas, la falta de conocimiento sobre el potencial del mercado de exportación y de conocimiento de oportunidades en un país extranjero es una barrera de conocimiento a la que se le debe dar mayor importancia. Asimismo, la falta de personal técnico en el extranjero y la insuficiente capacidad de producción de la empresa son unas de las barreras más importantes respecto a los recursos. Respecto a las barreras de procedimiento, se identificó que las barreras más importantes a las dificultades logísticas y a la documentación y trámites requeridos. Finalmente, el tipo de cambio es considerada por los encuestados, la barrera exógena más importante.

Línea de investigación: 5306 – 3.b20

Palabras clave: Barreras a la exportación, desarrollo exportador, Pymes, agroexportación, empresas peruanas, exportaciones

ABSTRACT

Nowadays, many of the small and medium-sized companies in the agro-export sector are unable to expand their products in the international market because there are many types of export barriers that make this process difficult. According to Malca and Rubio (2015), there are four types of export barriers: procedural barriers, resource barriers, knowledge barriers, and exogenous barriers.

This paper identifies different types of export barriers from the point of view of various authors, based on Oscar Malca. Likewise, previous studies carried out on SMEs around the world are analyzed, managing to observe the different situations that arise. In addition to this, different theories based on international trade are described, such as the Adam Smith theory, the Ricardian model, the Heckscher-Ohlin model, among others. Although there are previous studies on SMEs around the world, there are very few studies carried out on those within the Latin American territory that allow rethinking new policies or incentives that allow them to develop their growth.

The results obtained shows that for the Peruvian agro-exporting SMEs surveyed, the lack of knowledge of the potential of export markets and/or the lack of knowledge of opportunities abroad is a knowledge barrier that should be given greater importance. The lack of technical personnel abroad and the company's insufficient production capacity are considered the most important resource barriers. Logistical difficulties and/or documentation and paperwork required are also identified as the most important procedural barrier. Finally, the exogenous barrier considered the most important by those surveyed is the exchange rate.

Line of research: 5306 – 3.b20

Keywords: Export barriers, export development, SMEs, agroexports, Peruvian companies, exports

INTRODUCCIÓN

A nivel global, las pequeñas y medianas empresas constituyen gran parte de la economía. “Las mipymes representan el 90% del total de las empresas, entre el 60% al 70% del empleo y el 50% del PIB a nivel mundial” (Organización de las Naciones Unidas [ONU], s.f.).

Sin embargo, la situación en Latinoamérica es distinta. Cerca del 10% de las Pymes de LATAM exportan, mientras que en Europa la fracción de Pymes exportadoras alcanzan por lo menos el 40% del total. Además, indican que, con la aplicación de las políticas de exportación correctamente coordinadas y definidas, las Pymes podrían ser agentes del cambio y así mejorar su situación de contribución y aumento en su productividad (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], s.f.).

En el caso de Perú, la importancia de las Pymes se puede entender con el último informe del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), ya que “el 99,6 % de las empresas que existen en el Perú son micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), las cuales representan el 47% del PBI. Del 99,6% mencionado, el 96,6% son micro y pequeñas empresas (Pymes)” (Cañari, 2020).

El presente trabajo de investigación analiza las principales barreras a la exportación que dificultan el desarrollo exportador. Específicamente, se desarrollarán temas relacionados a investigaciones previas, a las barreras a la exportación desde el punto de vista de distintos autores y sobre las teorías del comercio internacional. Asimismo, se detallarán conclusiones y recomendaciones para que el gobierno pueda desarrollar políticas de promoción adecuadas que puedan ser aplicadas al caso de las Pymes agroexportadoras peruanas.

El estudio consta de ocho capítulos. En el primer capítulo se presentan los antecedentes nacionales e internacionales del estudio. Estos están ordenados de forma cronológica que permitirá entender la situación de las Pymes con el paso de los años. En el segundo capítulo, se desarrolla el planteamiento del problema el cual incluirá las distintas situaciones problemáticas que se presentan en la actualidad y serán clasificadas según subtemas para un mejor entendimiento. En el tercer capítulo, se describe la justificación de la investigación desde el punto de vista teórico, práctico y metodológico;

asimismo, se detallará la importancia de la investigación, la viabilidad y sus limitantes. En el cuarto capítulo, se precisan los objetivos desarrollados en el trabajo en base a los problemas planteados. Sobre esto, en el quinto capítulo, se presentan las hipótesis de investigación que, posteriormente, serán contrastadas con los resultados obtenidos.

En el sexto capítulo, se desarrolla el marco teórico. Este abarca las diferentes variables del estudio que serán complementadas con el desarrollo marco conceptual. En el séptimo capítulo, se precisa la metodología haciendo mención del alcance y el diseño de la investigación, la población, muestra, técnica e instrumento para la posterior recolección de datos. En el octavo capítulo, se muestran los resultados obtenidos; a partir de ello, se realiza un análisis cuantitativo. Finalmente, se detallan las conclusiones del estudio y, con ello, las recomendaciones, presentando soluciones y propuestas de mejoras.



CAPÍTULO I: ANTECEDENTES

Con el desarrollo de los antecedentes internacionales y nacionales se puede ver la realidad de los impactos de las barreras comerciales en el desarrollo exportador de las Pymes tanto en Perú como en el resto del mundo específicamente de América Latina y como Perú se compara con ellos.

Según Malca y Rubio (2015), los obstáculos que limitan la internacionalización de las empresas se clasifican “como: internas y externas. Las variables internas se subdividen en el enfoque y compromiso gerencial; de conocimiento y experiencia; de información, funcional y de marketing. Las variables externas se subdividen en de mercado de destino y de origen” (Malca & Rubio, 2014). Los resultados de su estudio resultaron en la clasificación de 3 factores más importantes. “Las variables de cada una de ellas son diversas y su importancia está en función a la percepción que cada empresa tenga de cada variable” (Malca & Rubio, 2014). El primer factor está asociado a las barreras de procedimiento y a las barreras exógenas que se consideran barreras externas y que hacen referencia al idioma, diferencia cultural, competencia internacional, variación del tipo de cambio y alto valor de la moneda peruana, las cuales, principalmente, corresponden a barrera externas de origen y de destino. El segundo factor está asociado a las barreras de conocimiento, consideradas barreras de carácter interno y se refiere a la “falta de conocimiento del potencial de mercados de exportación, falta de personal dedicado al planeamiento exportador, falta de conocimiento de programas sobre asistencia exportadora y falta de información sobre las oportunidades para su producto y/o servicio en el extranjero” (Malca & Rubio, 2014). Por último, el tercer factor hace referencia a las barreras de procedimiento y que están clasificadas como barreras internas y externas y guardan relación con los “altos costos de fletes y transportes, documentación y trámites burocráticos requeridos para la exportación y las dificultades logísticas” (Malca & Rubio, 2014, pp. 69-70). El objetivo de esta investigación es analizar “el comportamiento de las empresas exportadoras peruanas e identificar los principales obstáculos a la actividad exportadora” (Malca & Rubio, 2014). El tipo de instrumento implementado fueron una encuesta y entrevistas a funcionarios de empresas esporádicas a una muestra de 119 empresas que desarrollaron solo una actividad exportadora en el año 2013.

En Perú, el Gobierno impulsa las exportaciones a través de medidas de Políticas de Promoción de Exportaciones (PPX), las cuales son elaboradas y gestionadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ). A través de sus entidades, impulsan sus Programas de Promoción Exportadores (PPE), que tienen como objetivo apoyar a Pymes peruanas con su proceso de internacionalización. Ya que se ha observado un gran crecimiento en el nivel de exportación comparando con el porcentaje de volumen exportado a nivel mundial del 2001-2018 representaba el 0,11% a 0,24% en 2018, es necesario analizar si los programas y políticas de promoción exportadora apoyaron el crecimiento o si hay áreas de mejora para poder seguir creciendo. El gobierno cuenta con Organismos de Promoción de Exportaciones (OPE) que buscan “minimizar las percepciones negativas relacionadas con los costos más altos a corto plazo, así como el nivel de riesgo percibido y la complejidad de las actividades de exportación” (Beltrán et al., 2021, pp.283-286). El objetivo de esta investigación es identificar los factores y el rol del Estado en el desarrollo exportador de Pymes. El estudio es cualitativo exploratorio y realizó una encuesta. Los resultados comprueban que obstáculos a la continuidad exportadora son de mayor importancia y que estos hallazgos sean considerados en la formulación de las PPX orientadas en el fortalecimiento de las capacidades de gestión de las empresas peruanas en mercados internacionales.

Según la investigación de Bardales (2019), existen factores que tienen un impacto positivo en la internacionalización de los startups en etapas tempranas en Perú; estos son: los productos innovadores, las expectativas de crecimiento, la actitud al riesgo y el nivel educativo (p. 4). Por otro lado, también existen factores asociados al crecimiento empresarial, algunos de los cuales se consideran importantes. Según Escandón y Hurtado se clasifican en tres grupos:

- Factores internos:
 - Producto innovador.
 - Cantidad de competidores.
 - Expectativa de crecimiento

- Factores del mercado o entorno:
 - Nivel tecnológico del sector.
 - Sector productivo.

- Modo de expansión
- Factores del emprendedor:
 - Edad.
 - Nivel educativo.
 - Motivación.
 - Aptitud al riesgo (2014, p. 12).

La finalidad de esta investigación es precisar que factores claves influyen en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas. El estudio es no experimental correlacional causal con nivel explicativo que se aplicó a 474 emprendedores de Pymes en su etapa temprana de crecimiento de la base GEM 2015 en Perú. Los resultados indican que los factores internos y las características del sector tienen un efecto positivo en el desarrollo exportador de las Pymes peruanas.

Según Hoyos (2019), entre los factores internos se pueden considerar el factor capital humano, en el cual un tercio de las empresas analizadas se preocupan por brindar capacitación a sus empleados en temas relacionados con negocios internacionales, logística, comercio exterior, entre otros. El factor innovación haciendo mención de que todas las Pymes consultadas consideran innovar sus procesos productivos, ya que el factor calidad con respecto a la política de calidad en los procesos de producción en donde el 100% de las empresas cuentan con procesos ya establecidos y el factor producción en el cual “el 83% de las Pymes consultadas considera que las exportaciones han sido favorables y han logrado mejorar la productividad de la empresa” (pp. 22-24).

Por otro lado, entre los factores externos se encuentran el factor físico-social, obteniendo que una tercera parte de las Pymes en cuestión afirman realizar estudios geográficos. El factor competitivo, tres cuartas partes de las Pymes indicaron que tienen conocimiento de sus competidores en el extranjero y, por último, el factor cultural, la mayor parte de las empresas encuestadas se ajustan a la cultura del país destino de las exportaciones (pp. 27-29). El objetivo de la investigación es presentar los factores que contribuyen con la internacionalización de Pymes industriales en los departamentos de Caldas, Quindío y Risaralda. El estudio es de carácter múltiple exploratorio con enfoque cualitativo descriptivo. Como resultado se obtuvo que las Pymes industriales

exportadoras estudiadas realizan adaptaciones a los productos que exportan cumpliendo con los procesos productivos.

Según Ochoa et al. (2019), la integración de los mercados internacionales permitiría el crecimiento económico, así como el incremento del empleo y la reducción del índice de pobreza. Sin embargo, se requiere de mecanismos como la tecnología que tiene gran importancia en este proceso. En primer lugar, una de las principales barreras es el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en los procesos de la agricultura, esto se debe a que, para poder comercializar eficazmente en el exterior, se necesita hacer uso del internet, computadoras y demás herramientas. En segundo lugar, otro obstáculo son las barreras fitosanitarias, ya que a pesar de que en el país origen, en este caso específico en Colombia, se cumplan con todos los requisitos, también es de suma importancia que se cumplan las normas y/o requisitos del país destino. En tercer lugar, en Colombia y en el Valle del Cauca, la mayoría de las empresas son consideradas Pymes a las cuales se les puede complicar el obtener apoyo financiero y de infraestructura empresas similares con el objetivo de lograr ser más competitivas. Por último, las barreras políticas que varían dependiente del partido político que se encuentre al poder (pp. 11-12). Esta investigación tiene como objetivo analizar las principales barreras que presentan los empresarios Vallecaucanos a la hora de ingresar a los mercados internacionales. La metodología está basada en un estudio descriptivo que analiza la literatura en el marco internacional y los obstáculos que enfrentan los exportadores Vallecaucanos. Como resultado, se obtuvo que la falta de recursos y del apoyo del Estado impide que las empresas se internacionalicen satisfactoriamente.

Se dice también que las alianzas entre las pequeñas y medianas empresas sirven de apoyo para los exportadores en el ámbito financiero. Según Wasiuzzaman (2019), las Pymes están expuestas a diferentes desafíos que hacen que su desarrollo, crecimiento y nivel de competitividad sea más complejo. Estos retos están asociados a la tecnología, financiamiento, capacidades gerenciales, habilidades de desarrollo y productividad, entre otros. Para que estas empresas puedan sobrellevar estos obstáculos, recurren a alianzas estratégicas con grandes empresas. A través de estas alianzas, las Pymes logran acceder a recursos externos, acceso a más información logrando mejorar su nivel de competitividad. A estas alianzas se les conoce como “relaciones cooperativas” que surgen por la necesidad de recursos y posibilidades comerciales (p. 1). Este estudio tiene como objetivo analizar el rol de las cooperativas y en qué manera el compartir recursos permite

que las Pymes en Malasia accedan al financiamiento, así como analizar el efecto que tiene el compartir distintos tipos de recursos tangibles e intangibles. La investigación se realizó tomando en cuenta a 88 Pymes del sector manufacturero en Malasia que contaban con alianzas con grandes empresas. El análisis de la relación entre las alianzas y el acceso al financiamiento se realizó mediante modelos de ecuaciones estructurales. Como resultado, se obtuvo que existe una relación positiva entre las alianzas y su influencia al acceso al financiamiento de las Pymes estudiadas. Asimismo, se obtuvo que los recursos tangibles también influyen en el financiamiento, a diferencia de los no intangibles que no repercuten en este (pp.1-26).

Según Lee et al. (2020), las pequeñas y medianas empresas tiene un papel importante en la mayoría de las economías y son responsables de una parte de las transacciones entre mercados internacionales. Para que se puedan aprovechar las oportunidades a través de las fronteras, las Pymes dependen en su mayoría de los recursos propios e indirectamente también de las experiencias y el aprendizaje organizacional; sin embargo, en la actualidad, muchos estudios se basan solamente en las experiencias exitosas y se le da muy poca importancia a aquellas que resultaron en un fracaso. En este estudio, se busca analizar el aprendizaje de la internacionalización basado en el éxito y el fracaso y como estos dos interactúan (p. 1). Lamentablemente, son muy pocos los estudios del aprendizaje desde el fracaso, por lo que no se logra hacer una comparación con el aprendizaje desde el éxito. Sin embargo, se puede decir que algunas de las Pymes se guían de experiencias de éxito de otras y buscan oportunidades similares muy confiadamente; mientras que otros, se guían de experiencias de fracasos de otras empresas cuestionándose si deben o no continuar con la actividad exportadora (p. 12).

Según Malca et al. (2020), el estudio analiza el impacto conjunto de los factores externos de Pymes, tales como los programas de promoción de exportaciones (PPE) que abarcan los aspectos relacionados con la movilidad comercial, la información, la educación y la capacitación; programas y factores internos de las Pymes, que abarcan los recursos relacionados con la exportación, el desempeño de las exportaciones del año anterior y su impacto en el desempeño de las exportaciones del período actual. El estudio prueba su relación con el modelo de ecuaciones estructurales utilizando una muestra aleatoria de 95 Pymes exportadoras peruanas. Los resultados indicaron que el conocimiento experiencial proporcionado por los programas relacionados con la movilidad comercial y el desempeño exportador del año anterior influyen positivamente

en los recursos de las PYMES orientadas a la actividad exportadora, así como en el desempeño exportador actual. Los resultados también demuestran la necesidad de revisar la eficacia y el diseño de los PPE, reconociendo los recursos disponibles de las Pyme, así como las teorías de internacionalización de la empresa, para mejorar su influencia en el desarrollo internacional y el desempeño exportador de las Pymes. El aporte del estudio es que se ha ampliado el conocimiento sobre las economías emergentes al mostrar el papel que juegan los PPE en el desempeño exportador de las Pymes (p.1).

Según Arana et al. (2021), en los últimos años se ha logrado un incremento significativo de las exportaciones e importaciones, logrando así una mayor interacción comercial. Esto genera mayor competitividad entre las partes involucradas afectando a algunas positivamente y a otras negativamente, dependiendo de los recursos y ventajas competitivas que poseen. Actualmente los líderes de las Pymes basan sus decisiones tomando en cuenta los distintos procesos tanto internos como externos. El objetivo del estudio es encontrar la relación de los factores internos que han sido determinantes en las exportaciones del kion peruano a Estados Unidos entre el 2006 y 2020 (p. 1). Entre los factores internos se tiene a los recursos financieros, recursos humanos, recursos tecnológicos, los sistemas y las relaciones internas. Todos estos trabajan en conjunto para lograr la internacionalización. Se realizó una investigación de carácter cuantitativo y la muestra fueron las exportaciones anuales de kion peruano a los Estados Unidos entre el 2006 y el 2020. Se obtuvo, como resultado, que todos los factores internos mencionados anteriormente tienen una relación significativa en el nivel de exportación del kion. Por lo tanto, se puede decir que, para tener éxito, se deben tener en cuenta los factores internos.

Según Gonzáles y Becerra (2021), las Pymes de América Latina enfrentan cuatro problemáticas de entre las cuales una de ellas hace referencia a los retos que deben afrontar para lograr su crecimiento y acceso al mercado internacional (p. 571). Desde hace algunos años atrás los gobiernos latinoamericanos han implementado acciones que permitan fomentar el desarrollo de las Pymes, quienes son los que usualmente requieren de más apoyo. Sin embargo, a pesar del apoyo, se han detectado que los principales problemas están relacionados a la productividad, tecnología, conocimiento, innovación, financiamiento, gestión gerencial, marketing, entre otros (p. 599). Por otro lado, también se habla sobre políticas públicas de los países de América Latina. Estas deben estar enfocadas en apoyar el desarrollo de inteligencia de mercados, apoyar la promoción en el exterior, incentivar las asociaciones de exportaciones, apoyar la innovación, etc (pp.

601-602). El objetivo de esta investigación es brindar un resumen de las cuatro categorías que explican la situación de las Pymes en América Latina. Se realizó una investigación descriptiva que se desarrolló en base a fuentes científicas. El resultado indicó que no existe un criterio fijo que clasifique a las Pymes Latinoamericanas, que la importancia de las Pymes en el ámbito económico de América Latina y el resto del mundo es evidente, que a pesar de que existe diferencias de productividad y salarios, existen algunos aspectos empresariales que si pueden ser generalizados y que los principales retos que enfrentan las Pymes latinoamericanas están relacionados con la falta de políticas gubernamentales específicas.

Según Leite et al. (2021), en Brasil, las Pymes se ven obligadas a competir al mismo nivel que los grandes empresarios. Es por ello, los pequeños agroexportadores se han visto en la necesidad de crear cooperativas que les permitan mejorar sus ventajas competitivas. Estos arreglos permiten a los exportadores logran un proyecto en conjunto, pero con cierto nivel de independencia que permita a todas las partes lograr un beneficio propio. Estas cooperativas buscan promover el intercambio de información y conocimiento entre todas las Pymes agroexportadoras involucradas (p. 2). El objetivo de esta investigación busca comprender los elementos de las cooperativas que facilitan y dificultan la cooperación. Se realizó una investigación descriptiva a través de 50 cuestionarios a agricultores que forman parte de la cooperativa en Rio Grande du Sol en Brasil. El resultado indicó que cada vez más las cooperativas juegan un papel a favor, logrando mayor cantidad de actividades productivas. Se logra mejor acceso a la información, mayor oportunidad de ventas, asistencia técnica y un ambiente adecuado para el intercambio de información. Sin embargo, también pueden verse afectadas cuando no se cumple con la fidelidad de entre los miembros; es decir, acciones oportunistas que puedan afectar la continuidad y el cumplimiento de los objetivos de las cooperativas. Finalmente, la cooperación que se logra a través de las cooperativas logra que se pueda acceder a mercados restringidos (p.1).

Según Malca et al. (2021), en su estudio a 127 pequeñas y medianas empresas (PYME) del sector agroexportador en Perú, a través de modelos de ecuaciones estructurales se logró demostrar el papel mediador de la proactividad exportadora entre la Orientación al Mercado de Exportación (EMO), el desempeño exportador y el impacto de las normas relacionales como antecedente de la EMO, así como el de la continuidad exportadora en el desempeño exportador. Es por ellos, que la investigación futura

también debería considerar nuevas variables, como la capacidad de absorción y la distancia institucional, en relación con EMO y el desempeño de las exportaciones en los mercados emergentes. Este trabajo de investigación aporta una perspectiva alternativa a la literatura tradicional relacionada con EMO, ya que se ha utilizado como antecedentes la capacidad de coordinación y la proactividad exportadora. Sin embargo, en países emergentes, como Perú, las exportaciones son en base a ventajas comparativas. Considerando esto, es necesario analizar la proactividad exportadora, la capacidad de coordinación como mediadores de la relación entre EMO, el desempeño exportador, las normas relacionales y la continuidad exportadora como antecedentes de EMO. (p.1)

Según Morini et al. (2021), para que las empresas tengan éxito en el mercado exterior, deben superar las barreras de internacionalización. Sin embargo, no existen suficientes estudios sobre la internacionalización de empresas en países emergentes, especialmente en empresas no tecnológicas, las cuales se caracterizan por tener recursos limitados y poco conocimiento. Es por ello por lo que muchas de ellas se ven motivadas más por el aspecto de emprender, pero no buscan ni tienen intención de exportar. Este estudio busca complementar las teorías que analizan cuáles son las barreras que afectan el proceso de exportación de pequeñas y medianas empresas no tecnológicas en mercados emergentes, mientras que a la vez busca estudiar la relación de las barreras internas y externas en el mismo contexto. Se hizo uso de un análisis factorial en base a 71 encuestas. Como resultado, se obtuvo que las barreras socioculturales y gubernamentales son las significativas desde el ámbito externo; mientras que, por otro lado, las barreras de mercado y la capacidad gerencial y empresarial son las más importantes desde el ámbito interno (pp. 1-3).

Reza et al. (2021), analizan el impacto de los desafíos de la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (Pyme) y el papel del capital intelectual en la relación entre las barreras de la internacionalización y la internalización de la empresa (p.1). El estudio fue realizado mediante la recopilación de datos de 211 PYME del sector manufacturero de Pakistán, se empleó el método PLS-SEM para analizar la relación hipotética. En segundo lugar, se empleó la prueba de ANOV para verificar si la internacionalización difiere o no según el nivel de capital intelectual. Los resultados mostraron una influencia negativa significativa de los cuatro grupos de desafíos de internacionalización en el desempeño internacional de la empresa. También mostraron un impacto directo del capital humano y el capital estructural en el desempeño

internacional de las empresas. Asimismo, mostraron que las empresas con mayor capital intelectual tenían un mejor desempeño internacional en comparación con las empresas con menor capital intelectual.

Según Bertrand et al. (2022), debido a la importancia de exportar para la supervivencia y crecimiento de las empresas, es necesario conocer lo que impide a las PYMES a exportar en los países emergentes. Consideran las barreras a la exportación como un fenómeno natural y se centran en la decisión de las PYMES de no exportar de un país emergente a otros países emergentes. Parece que exportar a otros países emergentes todavía depende de una base de recursos internas, en combinación con una alianza estratégica local (y, por lo tanto, red de contactos más fuertes) y un entorno favorable entorno empresarial económico y no corrupto en casa. El estudio tiene como objetivo proporcionar nuevos conocimientos sobre lo que impide a las PYMES a exportar en los países emergentes. Utilizaron el análisis comparativo cualitativo de un conjunto de datos único de Pymes rusas de fabricación privada. Los resultados obtenidos destacan la importancia de la equifinalidad (buscar un mismo objetivo a través de diferentes caminos) y las relaciones complementarias entre las condiciones relacionadas con los recursos internos, los activos relacionales y el contexto del mercado interno para comprender las barreras a la exportación. También encontraron que tanto la presencia como la ausencia de una determinada variable (como antigüedad de la empresa o corrupción en la industria) pueden estar asociadas con la no exportación, lo que podría explicar los hallazgos contradictorios en la literatura. (pp. 1, 9)

Según Musabayana et al. (2022), las políticas gubernamentales pueden ser de guía para implementar políticas específicas que brinden soporte al desarrollo exportador de las Pymes. A pesar de que el gobierno Zimbabuense implementó políticas sólidas el principal desafío es lograr la comunicación, implementación y soporte. Por lo que, el impacto de estas fue mínimo. El objetivo del estudio es analizar hasta qué punto las políticas implementadas por el gobierno son efectivas y logran impactar en el desarrollo de las Pymes en Zimbabue. Para el desarrollo del estudio se hizo uso de una investigación mixta utilizando la estrategia exploratoria secuencial. Como resultado se obtuvo que el gobierno logró informar sobre las nuevas políticas a los grupos élite y a los especialistas del sector, sin embargo; la información no logró comunicarse a toda la cadena productiva. Estos resultados servirán de apoyo para que el gobierno replantee una nueva estrategia que permita que las políticas lleguen a todas las partes interesadas. (p. 1)

Según Vijayalakshmi et al. (2022), la promoción de la Pequeña y Mediana empresa (PYME) sigue teniendo un rol importante de la estrategia de desarrollo en la India y en el panorama económico mundial. A pesar de que el Gobierno de la India ha formulado muchas políticas para promover la expansión de las exportaciones de las Pymes, tradicionalmente se han enfocado más en el mercado doméstico; asimismo, aunque las Pymes quieren aprovechar las oportunidades internacionales y quieren estar más orientadas a la exportación, muchas barreras impiden el crecimiento de las Pymes para hacer frente a los desafíos de la globalización. El estudio tiene como objetivo conocer la percepción de las Pymes en la determinación de sus estrategias de cobertura para mitigar el riesgo del tipo de cambio. El estudio se realiza considerando datos primarios y secundarios. Los datos primarios se recopilaban de 71 comerciantes de exportación seleccionados a través de un cuestionario estructurado y analizado con herramientas estadísticas adecuadas. Del estudio, se concluye que las Pymes con alta rotación prefieren adoptar derivados de divisas, especialmente contratos a plazo mientras que las Pymes con menor volumen de negocios prefieren estrategias sin cobertura. También se recomienda que el sector bancario pueda dar un paso adelante para dar información sobre movimientos de precios de divisas a sus clientes como un servicio adicional (p. 1).

Según Amadasun y Mutezo (2022), un análisis adecuado a la orientación de mercado permite que las Pymes impulsen sus recursos estratégicos logrando ofrecer una satisfacción única a los consumidores finales. Asimismo, la competitividad explica la capacidad de las pequeñas y medianas empresas para modificar y adecuar sus estrategias logrando satisfacer al mercado objetivo más que los otros competidores. Este estudio estableció estrategias que influyen en la competitividad de las Pymes, entre las cuales se identificaron los siguientes factores: la orientación al mercado, la intensidad competitiva y la dinámica tecnológica como variables que influyen en el crecimiento competitivo de las mismas. La investigación es de tipo descriptiva y se realizó una encuesta empírica a 400 Pymes de cuatro distritos claves de Lesoto. Finalmente, se obtuvo como resultado que las variables mencionadas previamente sí influyen en el crecimiento competitivo de las Pymes (pp. 1-2).

Según Civelek y Krajcik (2022), las diferencias en las estructuras legales, impuestos y aspectos lingüístico-culturales de varios países siempre han sido una preocupación importante en las actividades exportadoras y procesos de

internacionalización de las PYMES. Sin embargo, dado que las características a nivel de empresa pueden proporcionar algunas ventajas o desventajas en sus operaciones, sus percepciones de los impedimentos a la exportación pueden variar según el tamaño, la edad y los grupos sectoriales. El objetivo del estudio es investigar las percepciones de los impedimentos a la exportación por parte de 408 PYMES checas, eslovacas y húngaras, grandes, pequeñas, viejas y jóvenes, y manufactureras y no manufactureras, desde una perspectiva basada en el país. El método de investigación utilizado es el método de muestreo aleatorio y emplean un cuestionario a través de Internet para recopilar los datos. Los investigadores utilizan tanto la prueba T de muestra independiente como los análisis ANOVA para encontrar diferencias entre grupos de tamaño, edad y sector. Los resultados indican que, si bien existen diferencias entre las percepciones de las PYMES eslovacas grandes y pequeñas y las PYMES manufactureras y no manufactureras con respecto a las diferencias culturales, las percepciones de los impedimentos legales y fiscales a la exportación no difieren según su edad, tamaño y sector. Este documento contribuye a la literatura confirmando varias percepciones de las PYMES en diferentes países y características con respecto a los obstáculos a la exportación y a un alcance internacional y específico de la entidad del que los políticos y las PYMES pueden beneficiarse. El conocimiento por parte de los políticos con respecto a los resultados de este documento que incluye diferencias y similitudes en las percepciones de las PYMES sobre las barreras a la exportación podría hacer que tengan diálogos con estas para reducir las preocupaciones respecto a los riesgos de exportación. Por otro lado, las PYMES que conocen los resultados de este documento, pueden estar más interesadas en tener una red de contactos más amplia que incluya relaciones cercanas no solo con las empresas intermediarias, sino también con los gobiernos para superar los impedimentos a la exportación (p. 1).

Según Dubey y Das (2022), el objetivo de su investigación es analizar el rol del gobierno en el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) a través del acceso a nuevos mercados, específicamente cómo se ve afectado la intensidad de exportación (EI) y el desempeño. Analizan teorías relacionadas como las perspectivas de Uppsala y Born Global (BG) para la internacionalización y basada en recursos para el desempeño. Los autores encontraron que las estructuras de gobierno no respaldan constantemente la búsqueda de nuevos mercados. Además, dada la estructura de gobierno, la intensidad exportadora no es un medio consistente para mejorar el

desempeño; esto es contrario a las expectativas. Sin embargo, los autores encontraron evidencia de que la gobernanza es importante y afecta a los productos y servicios de manera diferente (p.1). La investigación se basa en datos secundarios para cada Pyme durante un período de 20 años de una economía en desarrollo orientada al crecimiento: India. Este período es posterior a la liberalización de la economía india.



CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Problema de investigación

En el contexto actual, “las exportaciones de muchos países de América Latina están muy concentradas en pocos productos y empresa” (Park et al., 2019). Hay una necesidad de analizar el impacto de las barreras en las empresas que vienen exportando, específicamente en las Pymes, ya que tienen “un bajo porcentaje del total de las exportaciones, pero representan un rol importante en la diversificación e innovación de exportaciones” (Park et al., 2019, p. 9).

2.1.1 Promoción de políticas de exportación

En el Plan Estratégico Nacional Exportador: PENX 2025, se comenta que “en una economía global, las empresas peruanas enfrentan múltiples desafíos para consolidar su presencia internacional, desafíos que no solo tienen relación con las condiciones de mercados externos, sino también con factores internos” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2020, p.10).

Un alto porcentaje de empresas agroexportadoras esporádicas indica que se deben proponer Políticas de Promoción de Exportaciones (PPX) que sean formuladas considerando el nivel de empresa, de producto y de mercado. Asimismo, se requiere que los Programas de Promoción de Exportaciones (PPE) estén alineados con los requerimientos de los mercados en todo el mundo. Para ello se debe considerar el nivel de recursos, las capacidades de la empresa, el comportamiento de los mercados y los productos, haciendo uso de matrices como BCG y Ansoff, pero adecuándolas a los negocios internacionales (Malca et al., 2021, p. 296).

2.1.2 El rol de las Pymes en la economía peruana

Considerando que las Pymes juegan un papel crucial en la diversificación de las exportaciones, lo cual permite reducir la vulnerabilidad económica de un país en desarrollo que depende principalmente de productos tradicionales y, por otro lado, se conoce que las empresas enfrentan una variedad de factores tanto externos como internos; es indispensable identificar los factores causales, las consecuencias y el alcance de los

aportes destinados a incentivar el desarrollo exportador de Pymes Agroexportadoras en Perú.

Según El Peruano (2020), las Pymes son muy importantes en el desarrollo económico de Perú. Estas generan aproximadamente 85% del total de puestos de trabajo y representan alrededor del 40% del Producto Bruto Interno (párr. 4).

Por otro lado, la formalización de Pymes incrementaría el acceso a más mercados y, además, generaría mayor recaudación tributaria que serviría de apoyo para la reactivación económica (Sociedad de Comercio Exterior del Perú [ComexPerú], 2021, párr. 6).

Según el Banco Mundial (2017), la agricultura peruana debe ser la prioridad del gobierno debido a que, en primer lugar, la agricultura es de suma importancia en la economía, por lo que, si se desacelera el desarrollo de la agricultura, afectaría al crecimiento en general. En segundo lugar, el sector agrícola diversificado reduce la dependencia de la industria minera, por lo que los contratos del sector agrícola para otras áreas de crecimiento económico pueden ser inestables. El tercero, la agricultura es de suma importancia para reducir la pobreza. Cuarto, Perú depende de las importaciones para compensar las desventajas de los defectos de producción. Si la producción agrícola no apoya el ritmo de crecimiento de la población, la seguridad alimentaria nacional puede estar en riesgo. Quinto, las prácticas agrícolas intelectuales en los problemas climáticos pueden desempeñar un papel muy importante en la reducción de las emisiones y el carbono de los gases de efecto invernadero. Sexto, para practicar la agricultura en el futuro desfavorable en las cosas del clima, se perderán oportunidades para ayudar a reducir el cambio climático (p. xii).

2.1.3 Las Pymes como fuente de empleo

Según Tello Cabello (2014), la importancia de las Pymes se puede explicar mediante dos puntos de vista. Por un lado, es considerada una de las principales fuentes de empleo, ya que resulta una herramienta de promoción de empleo que solo exige una inversión inicial, permitiendo la entrada a personas de bajos recursos. Por el otro lado, puede servir de apoyo a las grandes empresas ante posibles inconvenientes en la producción; es decir, las Pymes permiten generar empleo a personas de bajos recursos y que estas puedan tener su propio empleo y además contribuir con la producción de la gran empresa (p. 204).

Asimismo, se considera que uno de los principales problemas es la informalidad y la razón principal es el alto costo que implica la formalización. Sin embargo, existen otras razones entre las cuales están “la ineficacia de los instrumentos de formalización para el desarrollo y la competitividad, la ineficacia del acceso a las compras del Estado, restricción del crédito en la micro, pequeña y mediana empresa” (2014, p. 206), entre otras.

2.1.4 La falta de acceso al financiamiento para las Pymes

Según MINCETUR (2019), en el Perú, las Pymes tienen una alta tasa de mortalidad ya que, en promedio, de los 10 que exportaron en un año determinado, al siguiente solo quedan 5 y, luego de diez años, solo sobrevive una Pyme exportadora.

Entre los diversos factores que más incertidumbre genera está la falta de financiamiento; sin embargo, las empresas pueden tomar ventaja de este elemento en los mercados internacionales con el apoyo de los beneficios de los 19 acuerdos comerciales que posee el Perú. Debido a esto, el sector de Comercio Exterior ha priorizado generar instrumentos de financiamiento a las Pymes, pero también para las microempresas, ya que hoy en día representan más del 70% de las empresas exportadoras en el Perú.

Consciente de este panorama general, el MINCETUR realizó un estudio de mercado y encontró que las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, y no los bancos, son las instituciones financieras ideales para trabajar con las MiPymes, gracias al constante trabajo en equipo. Así nació una alianza entre el MINCETUR y la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC) para diseñar un nuevo producto financiero que denominaron “Pymex”. Este último, atiende a las MiPymes exportadoras, financiando envíos de bienes y servicios; ofrece tasas a precios competitivos, brinda plazos de pago de acuerdo con el ciclo de producción y asesoría técnica. En sus primeros 12 años, se espera que “Pymex” pueda haber prestado casi \$18 millones en servicios financieros.

Solicitar un crédito no es complicado. Los exportadores deben acercarse a la caja municipal de su conveniencia y presentar los requisitos exigidos. Entre estos están las órdenes de exportación, facturas y otros documentos solicitados por la entidad financiera. Así, con la creación de “Pymex”, MINCETUR podrá diversificar sus productos y dar continuidad en el desarrollo del comercio exterior del país (párr. 1-9).

MINCETUR (2019) realizó un estudio de mercado con resultados indicando que, para MiPymes, es mejor trabajar con cajas municipales de ahorro y crédito, y no los bancos, dado que hay constante apoyo por parte de estas entidades financieras.

Es así que iniciaron con Pymes, un crédito de exportación, en cinco cajas de ahorros municipales, donde ofrecerán créditos de pre y post embarque a las MiPymes y con ello plazos crediticios más flexibles y tasas más competitivas, dijo Vázquez (párr. 4-7)

Según Altamirano Cubas y Vivas Chayán (2018), las pequeñas y medianas empresas se ven limitadas al acceso al financiamiento y a los requisitos que trae consigo el solicitar un crédito. Se ha podido identificar la ineficacia de los sistemas legales y “el poco desarrollo de los mercados financieros, lo que limita financiar el crecimiento de algunas industrias” (Altamirano Cubas & Vivas Chayán, 2018, p. 12). Asimismo, el tamaño de la empresa influye en la disponibilidad y costo del crédito, ya que los costos fijos de estos préstamos son mayores en cuanto la empresa sea de menor tamaño. Además, se puede decir que, a pesar de que en los últimos años las Pymes cuentan con mayor acceso al financiamiento, las condiciones de estos deben mejorar y se deben considerar esencialmente la tasa de interés y el plazo de los créditos. Por último, si bien el acceso al financiamiento ha aumentado, aún hay una gran parte de empresas que no logran conseguir el crédito. Por lo tanto, es importante que se brinde un apoyo a las pequeñas y medianas empresas durante los primeros años de funcionamiento (pp. 12-13).

2.1.5 La agricultura peruana

La agricultura en Perú fue una importante fuente de empleo e ingresos para una gran parte de la población; sin embargo, con el desarrollo y la urbanización de la economía nacional, su importancia ha disminuido. El crecimiento económico del Perú “ha estado acompañado de cambios estructurales como la participación de la agricultura en la economía y la creación de trabajo que ha disminuido” (Banco Mundial, 2017). Sin embargo, esto no significa que el sector agrícola no haya crecido a lo largo de los años. “Por el contrario, el volumen y el valor de la producción agrícola aumentaron constantemente. De 2000 a 2015, el PIB agrícola creció a una tasa promedio anual de 3,3%, superior a la de países similares” (Banco Mundial, 2017, p. xi).

Sobre la base del desempeño de la agricultura en el Perú y tomando en cuenta las oportunidades clasificadas en el informe del BM para impulsar la productividad, se identificaron los siguientes seis puntos de entrada en orden de prioridad:

- Promoción de la innovación.
- Fortalecimiento de la distribución de insumos y servicios de asesoría.
- Creación de capacidades a través de la formación y capacitación.
- Mejoramiento de la conectividad y acceso al mercado.
- Promoción de mercados de tierras.
- Facilitación de la gestión de riesgos.

La importancia relativa de los seis puntos de entrada varía según la región. Por esta razón, puede ser más efectivo desarrollar estrategias diseñadas para cada región para lograr mejoras eficientes y sostenibles en el mercado. Los agricultores de subsistencia, que enfrentan muchas dificultades, necesitan acceso a herramientas básicas de producción (conocimientos de producción adquiridos a través de educación y servicios de consultoría, y más y mejor información) y mecanismos de promoción de ingresos (p. ej., diversificación de cultivos e ingresos) para beneficiarse más y mejorar sus habilidades técnicas. Incluso después de que se levanten las restricciones iniciales, los agricultores en transición aún pueden beneficiarse de un mayor crédito y acceso a los mercados. Además, están mejorando sus formas de producción y dan valor agregado a sus productos a través de una mejor calidad. Para finalizar, “los agricultores consolidados aprovecharán de un mayor acceso al crédito, una mejor integración del mercado y servicios de telecomunicaciones más eficientes para lograr la escala y la eficiencia de producción necesarias para competir en los mercados nacionales e internacionales” (Banco Mundial, 2017, p. xxii).

Tabla 2.1*Prioridades regionales para intervenciones públicas*

Puntos de entrada	Costa	Sierra	Selva
Innovación	X	X	X
Insumos y servicios de asesoría		X	X
Acceso al mercado e integración		X	X
Habilidades y desarrollo de capacidades	X	X	X
Administración de tierras		X	X
Gestión de riesgos	X	X	X

Nota. De *Tomando impulso en la agricultura peruana: Oportunidades para aumentar la productividad y mejorar la competitividad del sector*, por Banco Mundial, 2017, p. 124

(<https://documents1.worldbank.org/curated/es/781561519138355286/pdf/Gaining-momentum-in-Peruvian-agriculture-opportunities-to-increase-productivity-and-enhance-competitiveness.pdf>)

Según el Banco Mundial (2017), en la costa, la agenda de política agrícola se enfoca en asegurar las condiciones necesarias para incentivar la inversión privada. En la costa y selva, por otro lado, los desafíos de la política agrícola son más complejos y requieren que el sector público desempeñe un papel más activo. Una prioridad en ambas regiones es mejorar la conectividad (pp. 124-125).

CAPÍTULO III: JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo estudiará a las empresas peruanas agroexportadoras esporádicas debido a su representación total de empresas exportadores y así determinar los factores que limitan su volumen y frecuencia de exportación.

3.1 Importancia de la Investigación

Es importante conocer las implicancias que conllevan las barreras comerciales y como afecta el desarrollo exportador de las Pymes agroindustriales peruanas a nivel internacional. Según Dongo y Pequeño (2019), la principal forma de internacionalización de una empresa es a través de las exportaciones.

En 2020, a pesar de la caída del comercio internacional, las exportaciones agropecuarias del Perú aún mantuvieron las tendencias de crecimiento registradas de los años anteriores. “Así, con un valor transado de US\$ 6,795 millones, las exportaciones del sector agrícola no tradicional aumentaron un 7,5%” (ComexPerú, 2021, párr. 2). Se puede concluir que hay una oportunidad de exportación para este sector. Al identificar los obstáculos del comercio internacional en el desarrollo exportador, las Pymes Agroindustriales podrán efectuar su ventaja competitiva a una escala mundial.

Se han identificado tres tipos de empresas peruanas que exportan: exportadoras continuas (empresas que llevan más de tres años exportando de manera continua), empresas esporádicas (sin continuidad exportadora) y exportadoras únicas (empresas que exportaron por única vez). Las empresas esporádicas ocupan una proporción muy alta del total de exportadoras que, dependiendo del sector, ocupan entre el 87% y el 94% del total, por lo que es muy probable que se conviertan en empresas exportadoras (Malca Guaylupo & Rubio Donet, 2015, p. 52).

3.1.1 Justificación Teórica

Como se muestra mediante el desarrollo de la investigación, existen diversos antecedentes sobre el impacto de barreras de exportación de Pymes; sin embargo, no se ha encontrado suficiente literatura que describa la situación de las Pymes agroexportadoras peruanas y su desarrollo exportador (Malca Guaylupo & Rubio Donet,

2015). En América Latina, hay una gran escasez de “trabajos que analizan los obstáculos a la exportación” (Malca Guaylupo & Rubio Donet, 2015, p. 69).

La presente investigación se basa en las teorías sobre el comercio internacional desde el modelo clásico de Ricardo, el modelo de Heckscher-Ohlin, las nuevas teorías de Paul Krugman y la teoría de internacionalización basada en el modelo de Uppsala, estas teorías sirven de apoyo para entender la situación de las Pymes. Así mismo, la investigación está basada en revistas científicas que describen situaciones similares que ocurren en los distintos países alrededor del mundo.

3.1.2 Justificación Práctica

La presente investigación identifica las principales barreras a la exportación de tipo interno y externo de origen y de destino, desde la perspectiva de expertos en el rubro de las Pymes, logrando que las Pymes mejoren su posicionamiento en los mercados internacionales.

3.1.3 Justificación Metodológica

La metodología a emplear es de carácter descriptivo con técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa, y con un enfoque en las variables del estudio: Barreras a la Exportación, Barreras Internas de Exportación, Barreras Externas de Exportación en Destino, Barreras Externas de Exportación en Origen y el desarrollo de Pymes agroexportadoras peruanas.

Para el trabajo de campo se utilizó, como técnica de investigación, 14 encuestas a expertos y a gerentes de las empresas agroexportadoras peruanas. Para ello, se empleó un cuestionario con una pregunta abierta y 8 cerradas, de las cuales 5 son de escala de Likert, como instrumento para la recolección de datos, para conocer las diferentes perspectivas acerca de las principales barreras de exportación y su impacto sobre el desarrollo agroexportador.

3.2 Viabilidad de la Investigación

La viabilidad de la investigación está clasificada en cuatro aspectos: económico, temporal, tecnológico y de capacidades.

En primer lugar, se tiene a la viabilidad económica que es positiva ya que se cuentan con los medios económicos para solventar los gastos de asesoría y de suscripción de la plataforma de video llamadas “Zoom” en las cuales se realizarán las entrevistas a profundidad a los expertos.

En segundo lugar, la viabilidad temporal también es existente ya que se cuenta con el tiempo suficiente para el desarrollo de la investigación.

En tercer lugar, la viabilidad tecnológica es positiva ya que se cuentan con los recursos tecnológicos necesarios para el desarrollo de la investigación, como laptops, celulares, grabadoras de voz, impresoras, entre otros.

Finalmente, en cuanto a la viabilidad de capacidades, esta también es existente ya que se cuenta con los conocimientos prácticos y teóricos necesarios para la realización de la investigación.

De acuerdo con lo detallado, se determina la existencia de la viabilidad del proyecto ya que se cumplen los cuatro aspectos: viabilidad económica, temporal, tecnológica y de capacidades. Son gastos que se pueden cubrir adecuadamente, hay disponibilidad de tiempo y tecnología y, por último, existe facilidad de acceso a la información basada en fuentes primarias y secundarias.

3.3 Limitaciones de la Investigación

La presente investigación presenta dos limitantes.

1. La primera relacionada a la escasez de literatura existente sobre las barreras a la exportación en el sector agroalimentaria en el Perú.
2. La segunda relacionada al COVID-19, la cual dificulta el proceso de entrevistas a profundidad con los expertos ya que, como consecuencia de la pandemia, la preferencia de muchos entrevistados es realizar las reuniones vía Zoom.
3. La tercera es relacionada a la limitada aceptación de las entrevistas por parte de las empresas agroexportadoras.

CAPÍTULO IV: OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Determinar el impacto de las barreras de exportación en el desarrollo de las Pymes agroexportadoras peruanas.

4.2 Objetivos Específicos

- Determinar la principal barrera interna (falta de conocimiento del potencial mercado y/o de sus oportunidades en el extranjero, falta de personal técnico dedicado al planteamiento exportador, falta de conocimiento de programas de asistencia técnica, insuficiente capacidad de producción de la empresa y falta de financiamiento) de exportación que impacta en el desarrollo exportador de las Pymes agroexportadoras peruanas.
- Determinar la principal barrera externa de destino (idioma y/o diferencia cultural, competencia internacional, inestabilidad política, tipo de cambio) de exportación que impacta en el desarrollo exportador de las Pymes agroexportadoras peruanas.
- Determinar la principal barrera externa de origen (dificultades logísticas y/o documentación y trámites requeridos, falta de conocimiento de programas de asistencia técnica) de exportación que impacta en el desarrollo exportador de las Pymes agroexportadoras peruanas.

CAPÍTULO V: HIPÓTESIS

5.1 Hipótesis General

Las barreras de exportación sí impactan en el desarrollo de las Pymes agroexportadoras peruanas.

5.2 Hipótesis Específicas

- La principal barrera interna de exportación que impacta en el desarrollo de las Pymes agroexportadora peruanas es la falta de personal técnico dedicado al planteamiento exportador.
- La principal barrera externa de destino que impacta en el desarrollo de las Pymes agroexportadoras peruanas es el idioma y/o diferencia cultural.
- La principal barrera externa de origen de exportación que impacta en el desarrollo de las Pymes agroexportadoras peruanas es la falta de conocimiento de programas de asistencia técnica.

CAPÍTULO VI: FUNDAMENTOS TEORICOS

6.1 Marco Teórico

6.1.1 Teorías de comercio internacional

a. Adam Smith: La Ventaja Absoluta

Una de las primeras teóricas sobre el comercio internacional fue la de Adam Smith con la ventaja absoluta. Se conoce que este modelo clásico considera que la demanda se encuentra ya establecida, que los mercados internos enfrentan un modelo de competencia perfecta y que contaban con absoluta movilidad interna de factores productivos; sin embargo, no considera las preferencias del consumidor, siendo esto de suma importancia para que se logre la comercialización de los productos (Ibarra Zavala, 2016, pp. 61-62)

Según García Escobar (2010), Smith refiere a que un país debe focalizar sus actividades en la producción y exportación del bien que produce a menor costo y eficientemente. Asimismo, si el determinado país cuenta con ventaja absoluta en todos sus bienes, no habrá intercambio comercial (p. 6).

Por otro lado, Gonzales Blanco (2011), indica que para Adam Smith el libre comercio permitiría a cada país especializarse en producir aquel bien en los que tuviera ventaja absoluta e importar aquellos bienes que le resultan más complejos de producir, es decir, aquellos bienes con los que tiene una desventaja absoluta. Adicional a ello, hace referencia a si ningún posee una ventaja absoluta respecto a un bien. En este caso la teoría explica que el país debe especializarse en la producción del bien con el que posee menor desventaja absoluta (p. 7).

b. Modelo Ricardiano: La Ventaja Comparativa

Según Krugman et al. (2012), los países participan del comercio internacional por dos razones. La primera, estos comercializan porque son distintos y pueden beneficiarse de las diferencias si es que un país realiza la actividad en aquello que conoce bien. En segundo lugar, se dice que comercian para lograr economías de escala. A medida que cada país solo produce una cierta cantidad de bienes, este puede producirlo a una escala mayor y ser más eficiente si decide producirlo durante todo el año (p.26).

Se dice que un país goza de ventaja comparativa en la producción de un bien si el coste de oportunidad de este en comparación a otro resulta inferior en este país de lo que es en otros países. En otras palabras, “el comercio entre dos países puede beneficiar a ambos si cada uno exporta los bienes en los que tiene una ventaja comparativa”. Sin embargo, esta reflexión no siempre ocurre en la realidad, ya que no existe una autoridad que decida qué bien debe producir cada país. Al modelo ricardiano se le conoce también como el enfoque en el que el comercio internacional se basa en las diferencias de productividad del trabajo (Krugman et al., 2012, p. 27). “Cuando un país tiene la capacidad de producir un bien con menos esfuerzo (trabajo) que otro país, se dice que tiene ventaja absoluta sobre la producción” (Krugman et al., 2012, p. 30).

Este modelo es un instrumento útil para reflexionar los motivos de porqué se da el comercio internacional y sus efectos en el bienestar nacional. En cuanto a si en el mundo real sirve de referencia para predicciones correctas, la respuesta es ambigua. A pesar de que en algunas ocasiones puede dar predicciones correctas, en otros casos son erróneas. En primer lugar, se predice un grado de especialización que no siempre suele ser factible en la realidad. En segundo lugar, el comercio internacional tiene efectos sobre la distribución de la renta. Por último, este modelo no da importancia a la diferencia de recursos entre países como causa del intercambio internacional, omitiendo un aspecto muy importante (Krugman et al., 2012, p. 45).

Por otro lado, la teoría ricardiana comenta que una alta productividad en una industria no es suficiente para lograr que un país exporte dichos bienes (Krugman et al., 2012, p. 47). Pocos economistas consideran que este modelo implica un concepto claro y correcto de las causas y consecuencias del comercio internacional; sin embargo, sus dos aspectos principales, que las diferencias de productividad son importantes y que la ventaja comparativa y no la absoluta es la que importa, parecen estar respaldados con evidencias. En resumen, este modelo demuestra que las diferencias entre países originan el comercio y sus ganancias, en donde el trabajo es el único factor de producción. También explica que los países exportarán aquellos bienes en donde la producción es más eficiente e importará aquellos bienes que producen de forma menos eficiente. Finalmente, aunque algunas de las predicciones basadas en esta teoría son poco realistas, la predicción base de que los países exportarán los bienes en los que tienen productividad elevada ha sido confirmada mediante estudios (Krugman et al., 2012, p. 48).

c. El modelo de Heckscher-Ohlin:

Según Krugman et al. (2012), este modelo parte desde la teoría ricardiana; sin embargo, explica que suponiendo que la ventaja comparativa surge de las diferencias internacionales en la productividad. En la realidad, el intercambio comercial se da también por las diferencias de los recursos de los países. Desde esta perspectiva, el comercio debe tener en cuenta no solo al trabajo, sino también la tierra, el capital y los recursos minerales. Este modelo demuestra que la ventaja competitiva tiene relación con la interacción de recursos y la tecnología de producción. Eli Hecksher y Bertil Ohlin desarrollaron esta teoría, una de las más influyentes, que explica que el comercio internacional se debe en su mayoría a las diferencias de recursos de los países. Conocida también como la teoría de las proporciones factoriales, ya que hace referencia a la proporción en la que los factores están presentes en “distintos países y la proporción en la que son utilizados para producir distintos bienes” (Krugman et al., 2012, p. 81).

La base de este modelo es que el comercio se ve impactado por las diferencias de la abundancia de factores en los distintos países. La predicción de este modelo dice que el comercio de bienes sustituye al comercio de factores productivos y, por ende, los bienes intercambiados deben considerar la diferencia de factores. A pesar de que es una predicción bastante clara y fácil de contrastar, el éxito de esta es muy restringido, pero esto no significa que las diferencias de factores no expliquen el patrón de comercio entre países. Este patrón se ve desarrollo en su mayoría en los países desarrollados y en desarrollo (Krugman et al., 2012, p. 99).

Según Bianco (2019), el modelo H-O explica las causas, la estructura y los resultados del comercio internacional en base a las ventajas comparativas, principalmente a aquellas que surgen de las diferencias de factores de producción como el capital, tierra y trabajo. Es decir, las ventajas comparativas surgen de diferencias entre la abundancia o escasez de factores de producción y la intensidad de uso de estos para la producción de un bien (Bianco, 2019, p. 7). A raíz de esta “síntesis neoclásica” surgen puntos de vistas interesantes. Tal como dice el modelo ricardiano, el comercio internacional facilita que los precios de los bienes se igualen a escala internacional. Asimismo, la especialización productiva de un bien conducirá a que la cantidad producida de cada bien se incremente y logre conseguir beneficios para el consumidor logrando precios adecuados. Finalmente, estos precios también están relacionados con la distribución de la renta de cada país (Bianco, 2019, p. 34). Por otro lado, entre sus limitaciones, se tiene que solo se basa en

los factores de producción entre los países y no considera la idea de David Ricardo que explica la productividad del trabajo. Otra de sus limitaciones es la poca similitud de la aplicación de este modelo en la realidad que da origen a la "Nueva Teoría del Comercio Internacional" (Bianco, 2019, p. 35).

d. El modelo de Uppsala

Según Barón y Díaz (2019), este modelo surgió durante los años de 1970 con el objetivo de servir de apoyo para aquellas empresas que buscaban la internalización. Cuervo Cazorra (2008), argumenta que es un modelo que explica las dificultades que tienen las empresas para internacionalizarse debido a la falta de conocimiento de los países extranjeros. Asimismo, considera que las empresas incrementarán sus recursos de manera gradual a medida que vaya ganando experiencia a través de actividades que realicen en el mercado destino elegido.

Según Tabares Arroyave (2012), el modelo está estructurado en cuatro fases graduales en la que la empresa se ve cada vez más relacionada con el comercio internacional. Las cuatro etapas son las siguientes:

1. Actividades esporádicas o no regulares.
2. Exportaciones a través de representantes independientes.
3. Establecimiento de una sucursal comercial en el país destino.
4. Establecimiento de unidades productivas en el país destino.

Durante las últimas décadas, las empresas se han acogido al modelo de Uppsala como una guía en el proceso internacionalización, ya que resalta el crecimiento progresivo de las empresas. Una de las principales características del modelo es considerar la falta de conocimientos sobre el mercado destino como el principal obstáculo para lograr la internacionalización (Dávila Trujillo et al., 2006).

Se habla también de la distancia psicológica, pero lograr entender mejor este modelo. Según De Miranda y Peláez (2016), las empresas buscan reducir el riesgo, por lo que optarán por ingresar a un mercado extranjero con menor distancia psicológica. Esto hace referencia a aquellos países en los que los factores culturales, sociales y económicos son similares al país origen, considerando así a la distancia psicológica como una oportunidad y no un obstáculo. Finalmente, según Dávila Trujillo et al. (2006), este

concepto es considerado como un conjunto de factores que obstaculizan la interacción entre la información de la empresa y el mercado al que se busca ingresar.

e. La Nueva Teoría del Comercio Internacional

Según González (2011), la “nueva” teoría del comercio internacional está basada en un escenario donde existe competencia imperfecta y señala causas y beneficios que no están asociados a la diferencia que pueda existir entre países. De esta manera, los países comercializan para lograr economías de escala en la producción o para lograr un mayor alcance en variedad de bienes (pp. 103-104).

Las teorías clásicas de comercio internacional no son suficientes para explicar la situación actual de las empresas en el mercado internacional y, por ende, se ha visto la necesidad de estudiar nuevas teorías. La diferencia con las teorías clásicas es que primero se realizan los estudios empíricos que resaltan la importación del comercio intraindustrial y entre países con similitudes; posterior a ello, se realiza una nueva base teórica (González Blanco, 2011, p. 110).

Según García (2018), esta nueva teoría explica que, a través del intercambio comercial, un país se especializa en la producción de un bien en específico, logra alcanzar economías de escala y minimiza los costos de producción de estos bienes. Asimismo, adquiere aquellos bienes que no produce de aquel país que se especializa en dicha producción. Con esto logra que exista una variedad de bienes para los consumidores, disminuyendo el costo de estos. Por otro lado, esta teoría plantea que solo pocas empresas logran una economía de escala en un sector de un determinado bien si ha sido una de las primeras en producir el bien.

La Nueva Teoría del Comercio Internacional sugiere que el comercio entre países se da no solo por las ventajas comparativas, sino también porque existen economías de escala en la producción. Las economías de escala en producción motivan a los países a especializarse en producir un menor número de bienes, pero a mayor escala. De esta manera lograrán vender todo el excedente y comprar aquellos bienes que no producen. La NTC también está asociada al cambio tecnológico, factor clave en la especialización internacional. Asimismo, explica la posibilidad de que los instrumentos de política puedan tener un efecto a favor del país protegiendo su industria (Jiménez & Lahura, 1998, pp. 1-4).

6.1.2 Barreras a la exportación

Hay varios estudios que abarca el tema de las barreras a la exportación, con autores desde el 1967 hasta el 2013. Por el momento no se ha podido llegar a un acuerdo acerca del número de dimensiones que abarcan las barreras a la exportación. Por esta razón, el estudio fue diseñado en base a las dimensiones de Arteaga – Ortiz y Fernández – Ortiz (2010), con el fin de reducir la dispersión de variables, en cuatro grupos: barreras de procedimiento, barreras de conocimiento, barreras de recursos, y barreras de exógenas.

Tabla 6.1

Descripción generalizada de las barreras de exportación

Categoría de la barrera	Barrera de exportación	Descripción
Barreras de conocimiento	Falta de conocimiento del mercado	Cualquier situación que comprenda información relacionada con la elección y entrada al mercado destino
	Falta general de conocimiento de exportación	Información relacionada con la falta de conocimiento o
	Falta de personal capacitado	Problemas relacionados con la falta de personal
	Problema de asistencia exportadora	Falta de conocimiento sobre los programas de apoyo de los gobiernos
Barreras de recursos	Otras barreras de conocimiento	Todas las demás barreras relacionadas al conocimiento
	Restricciones financieras	Falta de capacidad de financiamiento
	Falta de capacidad productora	Falta de capacidad productiva
	Otras barreras de recursos	Todas las demás barreras relacionadas a los recursos
Barreras de procedimiento	Relaciones con terceras partes	Cualquiera problema relacionado con terceras partes como clientes, bancos y proveedores
	Problemas de documentación	Problemas relacionados con trámites burocráticos y documentación
	Barreras culturales y de idioma	Problemas relacionados con la comunicación o con la adaptación cultural
	Barreras arancelarias y no arancelarias	Impuestos, requerimientos, cuotas.
	Problemas de producto	Todas las barreras de marketing y adaptación del producto
	Problemas de logística y transporte	Todos los problemas logísticos, relaciones con los distribuidores y de costos de transporte.
	Otras barreras de procedimiento	Todas las demás barreras relacionadas con el procedimiento
Barreras exógenas	Problemas con la divisa	Problemas relacionados al tipo de cambio, inflación y variación en la divisa
	Competencia	Problemas relacionados a la competencia nacional e internacional
	Estabilidad política	Asuntos relacionados a la inestabilidad política y corrupción
	Asuntos gubernamentales	Acciones gubernamentales nacionales e internacionales que afectan las actividades de exportación
	Otras barreras exógenas	Todas las demás barreras relacionada con problemas exógenos

Nota. Adaptado de “Why Don’t We Use the Same Export Barrier Measurement Scale? An Empirical Analysis in Small and Medium-Sized Enterprises”, por J. Arteaga Ortiz y R. Fernández Ortiz, 2010, *Journal of Small Business Management*, 3, pp. 395-420 (<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1540-627X.2010.00300.x>)

Tabla 6.2*Barreras internas a la exportación*

Barreras internas a la exportación		
Internos	Enfoque y compromiso gerencial	Falta de esfuerzo en marketing para exportación
		Falta de compromiso/ aspiración gerencial
		Enfoque del mercado domestico
		Falta de tiempo de la gerencia
		Conocimientos de comercialización en extranjero
	Conocimiento y experiencia	Falta de conocimientos de mercados potenciales
		Dificultad en la elección de un representante local en el mercado externo
	Información	Incapacidad para identificar oportunidades en extranjero
		Identificar mercado extranjero
		Falta de contactos en mercado extranjero
		Identificar distribuidores en el extranjero
	Funcional	Capacidad productiva insuficiente
		La falta de mano de obra calificada y flexible/falta de personal especializado en exportación
		Altos costos de trabajo
	Marketing	Producto
Desarrollar nuevos productos para mercados extranjeros		
Precio		Adaptar el diseño y estilo
		Satisfacer estándares de calidad en extranjero
		Satisfacer requerimientos de empaque y etiquetado
		Productos tecnológicamente interiores
Distribución		Ofrecer servicios postventa
		Ofrecer precios que satisfagan a consumidores
		Dificultad en ofrecer precios competitivos en mercado
Logística		Ofrecer créditos a consumidores en extranjero
	Complejidad de canales de distribución extranjeros	
	Acceso a canales de distribución en exterior	
	Obtener representantes confiables en exterior	
Promoción	Mantener control sobre intermediarios	
	Dificultad en abastecimiento de inventarios	
		Falta de disponibilidad de almacenamiento y el control del flujo de producto físico en el mercado externo
		Costos de transporte y seguro altos
		Adaptar actividades de promoción en mercado externo

Nota. Adaptado de “Obstáculos a la Actividad exportadora: Encuesta a las Empresas exportadoras del Perú”, por O. Malca y J. Rubio, 2014, *Universidad Pacífico*

(http://srvnetappseg.up.edu.pe/siswebciup/Files/DD1410_Barreras%20para%20la%20exportacion%20-%20Encuesta%20a%20las%20empresas%20exportadoras%20del%20Per%C3%BA%20-%20Malca_Rubio.pdf)

Tabla 6.3*Barreras externas a la exportación*

Barreras externas a la exportación			
Externas	Mercado de Destino	Económicas	Fuerte posición de moneda doméstica
			Mínimizar fluctuaciones del tipo de cambio
			Tasa de interés e inflación
		Político-Legal	Deterioro de condiciones económicas en mercado externo
			Riesgos cambiarios de moneda extranjera
			Inestabilidad política
		Sociocultural	Desconocimiento de leyes en mercado extranjero
			Requerimientos burocráticos
			Diferencias en lenguaje verbal y no verbal
		Restricciones y regulaciones en mercado exterior	Diferentes hábitos y actitudes de clientes extranjeros
			Rasgos socioculturales diferentes
			Formas de negociación en extranjero
		Obstáculos al desarrollo del mercado	Barreras arancelarias
			Barreras no arancelarias
			Falta de asesoramiento financiero
Políticas de gobierno	Costos de desarrollo de mercado		
	Falta de financiamiento de capital		
	Competencia en el mercado exterior		
Mercado de origen	Corrupción en mercado objetivo		
	Recolección y transferencia de fondos		
	Costos de transporte y distribución		
Riesgo y retornos	Manejo de documentación de exportación		
	Recolección lenta de pagos en el extranjero		
	Falta de apoyo del gobierno		
			Políticas de gobierno inconsistentes
			Restricciones y regulaciones del gobierno
			Falta de incentivos a la exportación
			Bajas expectativas de retomo/ baja percepción de rentabilidad de exportaciones
			Alto riesgo percibido por operaciones en extranjero

Nota. Adaptado de “Obstáculos a la Actividad exportadora: Encuesta a las Empresas exportadoras del Perú”, por O. Malca y J. Rubio, 2014, *Universidad Pacífico*

(http://srvnetappseg.up.edu.pe/siswebciup/Files/DD1410_Barreras%20para%20la%20exportacion%20-%20Encuesta%20a%20las%20empresas%20exportadoras%20del%20Per%C3%BA%20-%20Malca_Rubio.pdf)

Los procesos de internacionalización, causados por la globalización, ha provocado un aumento en el número de estudios sobre las barreras de exportación. Sin embargo, muchos estudios sobre este tema no han logrado llegar a un consenso sobre aspectos que incluyen las diversas barreras a las exportaciones. Por ello, Escandón resume las distintas barreras a la exportación en siete dimensiones según los resultados de los estudios empíricos más representativos (Escandón Barbosa & Hurtado Ayala, 2014, p. 41).

6.1.3 Clasificación exportadora

De acuerdo con el trabajo “La continuidad y el desempeño exportador de la empresa peruana”, “se identifican tres tipos de empresas que exportan en el Perú: exportadoras continuas (tienen tres o más años de exportación continua), empresas esporádicas (no tienen continuidad en su evolución exportadora) y exportadores únicos (exportaron solamente una vez)” (Malca & Rubio, 2014).

La clasificación de Malca complementa lo definido por Leonidou, “quien clasifica a las empresas como: (1) no exportadoras, (2) exportadoras y (3) ex exportadoras” (Malca & Rubio, 2014). De la misma manera, “los estudios muestran que el impacto de las barreras de exportación varía entre los tres grupos de empresas, utilizando un tratamiento diferente para cada una de ellas por parte de los programas de promoción de exportaciones” (Malca & Rubio, 2014).

6.2 Marco Conceptual

Barreras a la exportación

Son los obstáculos que no permiten la capacidad de las empresas para poder “iniciar, desarrollar o mantener sus operaciones comerciales en mercados internacionales. A su vez, las barreras pueden ser clasificadas como internas y externas” (Malca & Rubio, 2014).

a) Barreras Internas:

“Asociadas a la falta de recursos y capacidades organizacionales de la misma empresa” (Tesfom & Lutz, 2006).

b) Barreras Externas:

“Son las que se derivan del ambiente en donde la empresa va a operar; es decir, tanto del mercado de exportación o del entorno nacional” (Leonidou, 2004; Leonidou, 1995; como se citó en Malca y Rubio, 2014).

c) Barreras Externas de Origen: Son las barreras de mercado de origen.

d) Barreras Externas de Destino: Son las barreras de mercado de destino.

Capacidad de producción

La capacidad de producción de una empresa es un factor clave para su organización, ya sea una empresa que ofrece bienes tangibles o bienes intangibles. Esta capacidad permite

a las empresas planificar un portafolio con las variedades de producto basados en estándares de funcionalidad, calidad, cantidad, entre otros.

Existe también el concepto de modelo de producción que debe tener una empresa para lograr una sostenibilidad con el paso del tiempo. Los emprendedores deben contar con este modelo que les permita establecer la inversión requerida para el proyecto, planificar las ventas esperadas y fortalecer las posibilidades de crecimiento. Para poder establecer la capacidad productiva de una empresa, se debe valorizar los recursos que poseen, estos pueden ser recursos humanos, tangibles e intangibles (Cajigas et al., 2019).

Por otro lado, se dice también que “la capacidad de producción es el techo de máxima obtención de bienes y servicios que pueden lograrse por una unidad productiva durante un periodo de tiempo establecido” (Coll Morales, 2020).

Competitividad

Según Roldán (2016), la definición técnica de la competitividad es la “capacidad que tiene una organización o persona que le permite desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores permitiéndoles lograr una posición superior en su entorno”.

Las ventajas competitivas pueden estar relacionadas con una habilidad, recurso, tecnología o atributos que los diferencian de otros y los vuelven superiores al resto. Asimismo, según la autora, en el aspecto empresarial, una empresa es competitiva cuando logra alcanzar una rentabilidad mayor a la de su competencia. Por otro lado, en el ámbito internacional, la competitividad se refiere a la capacidad que tiene un país de desarrollarse en los mercados internacionales con éxito. Un país es competitivo cuando logra superar la competencia de otros países a nivel internacional, vender sus productos y/o servicios rentablemente, entre otros. Sin embargo, la competitividad no se mide por los límites geográficos de un país, sino por la capacidad que tiene la empresa de aprovechar las ventajas; además, existen factores que permiten entender lo antes mencionado. Entre los más importantes están: las instituciones públicas, la infraestructura, la estabilidad macroeconómica, la salud y la educación, la tecnología, la educación, la innovación y la eficiencia en el mercado laboral. De igual manera, existe un índice internacional conocido como el “*Global Competitiveness Index*” el cual determina el grado de competitividad de los países basándose en los doce pilares de competitividad.

Por otro lado, el Foro Económico Mundial define competitividad como el “conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país” (Huber Bernal & Mungaray Lagarda, 2017). Se dice que una economía competitiva, es una economía productiva. La productividad genera crecimiento a través de niveles de ingresos alto lo que logra mayor bienestar. En otras palabras, a mayor competitividad, mayor prosperidad. Para el Foro Económico Mundial, una economía competitiva tiene mayor oportunidad de crecer sustentable e inclusivamente, de tal manera de que los miembros de la sociedad resulten beneficiados.

Entre otras de las definiciones de competitividad se tiene lo descrito por Ferraz et al. (como se cita en Medeiros et al., 2019), para estos autores se define como la capacidad que tiene una empresa para gestionar estrategias competitivas y mantener sus productos en el mercado. Según la Unión Europea (2001), se define a la competitividad como qué tan capaz es un país de lograr tasas de crecimiento y empleo de manera constante y sostenible.

Cooperativas

Según Montes de Oca (2015), una cooperativa es la unión voluntaria y democrática entre miembros para gestionar diferentes acuerdos entre las partes, con la finalidad de lograr el éxito de un proyecto. Las cooperativas son uno de los modelos de asociaciones que se desarrollan con fines económicos. Entre los objetivos están la unión de fuerzas entre las partes que permita el beneficio de todo el grupo. Asimismo, existen varios tipos de cooperativas que se dedican a actividades como: el trabajo, consumo, comercialización, pesca, agricultura, entre otros. De la misma manera, “la democracia, igualdad, equidad y solidaridad son los valores más comunes” (Montes de Oca, 2015).

Por otro lado, el Ministerio de la Producción (PRODUCE), define a la cooperativa como una organización que reúne a varias personas con el objetivo de realizar una actividad empresarial. Estas se basan principalmente en la cooperación de todas las partes para obtener un beneficio común. Entre sus principales características se viene la libre y voluntaria asociación, la autoayuda como mecanismo para la solución de problemas, la autogestión que permite a los socios gestionar sus empresas y la ausencia de fines lucrativos.

Son muchas las definiciones que describen a las cooperativas, pero varias de ellas guardan similitud. Una cooperativa es una asociación conformada por personas que de manera autónoma decidieron unirse para “afrontar sus necesidades económicas, sociales y culturales, a través de una sola empresa” (Alianza Cooperativa Internacional, s.f.). Para Celis (2003), son empresas con carácter económico social que buscan un beneficio mutuo a través de decisiones democráticas que han sido tomadas por todas las partes involucradas.

Desarrollo exportador

No se tiene una definición exacta para el desarrollo exportador de una empresa. Sin embargo, según Alonso (1993), es un proceso que se da cuando una empresa incrementa su nivel de compromiso a nivel internacional, habiendo previamente acumulado experiencias en las etapas previas. Es a nivel internacional en el que las empresas pueden seguir generando experiencias en otras áreas geográficas.

Leonidou y Katsikeas (1996), establecen tres fases del desarrollo exportador: pre-compromiso, inicial y avanzada. A su vez, existen diversos factores que influyen en las diferentes etapas. Tales como: la capacidad tecnológica, el conocimiento y la experiencia, las oportunidades de mercado, la distancia geo cultural, la cultura organizacional, entre otros.

Logística de exportación

También conocido como dificultades logísticas, documentación y trámites requeridos a lo largo del estudio incluye los siguientes conceptos de Malca:

a) **Costos de transporte y distribución:**

Estos “incluyen costos de seguros, investigación de mercados, distribución, entre otros. Considerando que la mayoría de pequeñas empresas tienen problemas de financiamiento para las actividades de exportación, este costo podría ser fundamental para sus operaciones” (Julian y Ahmed, como se cita en Malca y Rubio, 2014). Esta barrera sostiene que los altos costos de transporte y distribución es porque “la región no está bien servida por una buena infraestructura que facilite los procedimientos de almacenaje, carga y descarga, así como los requisitos burocráticos y las largas esperas que hacen,

muchas veces, al transporte poco viable y costoso” (Da Silva y Da Rocha, como se cita en Malca y Rubio, 2014).

b) Documentos y procedimientos desconocidos de la exportación:

“Muchas empresas pequeñas encuentran a la documentación aduanera, arreglos de envío, y demás trámites de exportación muy difícil de manejar. Tienden a asociarlo con costos excesivos y pérdida de tiempo” (Leonidou, como se cita en Malca y Rubio, 2014). Esto produce que se tenga una actitud negativa al momento de gestionar las exportaciones

Empresas agroexportadoras

Para poder entender este concepto, se debe tener claro el significado de la palabra agro. Esta se refiere al campo; por otro lado, la palabra exportar hace referencia a aquel que exporta. Por ende, se entiende que una empresa agroexportadora es aquella que realiza exportaciones de su producto a un determinado territorio (Ucha, 2011).

Por otro lado, no existe una definición exacta en el diccionario de la Real Academia Española, del concepto agroexportador, pero se conoce que es utilizado frecuentemente para hacer referencia a la exportación de materias primas obtenidas a través de la agricultura (Pérez Porto & Merino, 2015). Para estos autores, la agricultura es el conjunto de actividades y procesos que permiten cultivar la tierra para la obtención de materia prima natural, y la exportación se refiere a la venta de esta materia prima al extranjero.

Según Malca y Rubio (2013), existen tres tipos de empresas exportadoras:

a) Empresas exportadoras continuas:

De los tres tipos de empresas que participan en las exportaciones peruanas, las exportadoras continuas son quienes tienen tres o más años de exportación continua.

b) Empresas exportadoras esporádicas:

Ambos autores también definen a las empresas esporádicas como aquellas que no tienen continuidad en su evolución exportadora.

c) Empresas exportadoras únicas:

Empresas que participan en exportaciones como exportadores únicos a las empresas que exportaron solamente una vez.

De estas clasificaciones, “las empresas esporádicas representan un porcentaje muy elevado que dependiendo del sector fluctúan entre el 87% y el 94% del total de las empresas que exportan y muestran una alta probabilidad de convertirse en exportadoras” (Malca & Rubio, 2014). Esta clasificación va de acuerdo con la clasificación de empresas por Leonidou: “no exportadoras, exportadoras y ex exportadoras” (Malca & Rubio, 2014).

Financiamiento de exportación:

También conocido como financiamiento de comercio exterior, es definido por MINCETUR (2023) como el acceso a recursos financieros para el desarrollo en el negocio de comercio exterior, que es reconocido como una barrera limitante. Entre sus objetivos del MINCETUR está reducir las desigualdades de información en el mercado de financiamiento, entre otras medidas.

Índice de dimensiones culturales de Hofstede

Según Tarapuez (2016), Hofstede desarrolló un modelo que consta de cuatro dimensiones para determinar los modelos culturales de un grupo de individuos. Cada una de estas refleja la sociedad de un país y como este reacciona antes un problema.

Hofstede (1984), establece las siguientes dimensiones: la distancia de poder, el individualismo, la masculinidad y la evasión de la incertidumbre. La distancia de poder hace referencia al grado en que los miembros con menos poder en una institución u organización de un país aceptan que el poder no sea distribuido equitativamente. Según G. Hofstede y J. Hofstede (2010) , el individualismo refleja una sociedad en la que las personas se ocupan de ellas mismas y del prójimo; por lo contrario, en el colectivismo, las sociedades son formadas por personas que se integran desde el nacimiento y generan un lazo muy fuerte que permite que se protejan toda la vida, esperando lealtad a cambio.

En cuanto a la masculinidad, alude al grado en el que el éxito, el dinero y los bienes materiales son lo más importante en una sociedad. Se puede decir que, en los

países con un mayor nivel de masculinidad, el reconocimiento, el progreso y los retos son muy valorados. Finalmente, la evasión de la incertidumbre explica como los miembros de una cultura perciben la amenaza frente a una situación incierta.

Inestabilidad política

Según la International Encyclopedia of the Social Sciences Encyclopedia (s.f.), hay por lo menos 3 formas de caracterizar la inestabilidad política. Primero, se le definiría como la inclinación a un cambio de régimen o gobierno. Segundo, sobre la incidencia de la violencia o crisis política sobre una sociedad y, por último, estaría enfocado en la las políticas y su inestabilidad, más allá de la inestabilidad en los regímenes. Por ejemplo, el grado en la que las políticas están sujetos a cambios frecuentes.

Internacionalización

Es la capacidad de una empresa de comercializar sus productos o localizarse en otro país, “lo cual permite el acceso a otros mercados potenciales, lo que posibilita el crecimiento económico. Intensifica el proceso del intercambio de cualquier tipo de bien entre los diferentes países del mundo” (Quiroa, 2019).

Mercado Potencial

Según Santander (2022), el mercado potencial “está compuesto por un grupo de personas que podrían estar interesadas en comprar los productos o servicios de una empresa”. Para poder calcular el mercado potencial, se utiliza la formula siguiente: $Q = n \times p \times q$, donde q es la cantidad promedio de consumo per cápita, n el número de posibles compradores y p el precio promedio del producto.

Pequeñas y medianas empresas exportadoras:

Para su clasificación de empresas exportadoras, utilizan valor FOB exportado al año:

- Micro (menos de \$100,000 al año)
- Pequeña (de \$100,000 - \$1,000,000 al año)
- Mediana (de \$1,000,000 a \$10,000,000 al año)
- Grande (más de \$10,000,000 al año)

Planteamiento exportador:

También nombrado plan de exportación, “es la hoja de ruta de comercialización que orienta el desarrollo exportador de la empresa, indicándole a qué mercados externos ingresar y cómo hacerlo competitivamente” (Beltrán, Sanborn, & Yamada, 2021).

Políticas de promoción de exportaciones (PPX):

“Los Gobiernos impulsan las exportaciones a través de diversas medidas de Políticas de Promoción de Exportaciones que, en Perú, son planificadas y gestionadas por el MINCETUR y por PROMPERÚ” (Malca, 2015).

Programa de promoción de exportadores (PPE):

Programas de Promoción de Exportaciones (PPE) son programas implementados por entidades públicas, asociaciones comerciales y otras organizaciones para ayudar a las empresas, especialmente a las Pymes, a superar las imitaciones a la internacionalización. En Perú, el objetivo es reducir los efectos negativos de las barreras a la exportación “la Pyme peruana, a fin de consolidar el crecimiento exportador que se ha registrado en los últimos años y, al mismo tiempo, explotar el potencial de diversos productos con los que cuenta el país” (Malca, 2015; Leonidou et al. 2011).

Tipo de cambio:

Según Jiménez (2015), el tipo de cambio, también conocido como la tasa de cambio, “es la relación entre el valor de una moneda y otra. En otras palabras, cuántas monedas de una divisa se requiere para obtener una unidad de otra”. El tipo de cambio varía acorde a la oferta y demanda de cada divisa que rige el mercado de divisas; sin embargo, en algunas ocasiones los bancos de cada país intervienen para establecer un tipo de cambio que sea conveniente para su economía.

Es importante considerar que el tipo de cambio que figura en la página web es referencial, ya que si se acude a un banco o a algún agente de cambio, es posible que se ofrezca un cambio por debajo del establecido por el mercado. Finalmente, el valor de la moneda fluctúa por diferentes factores como: las políticas monetarias del banco central, la inestabilidad política, la inflación, las deudas públicas con otros países, entre otros.

6.3 Matriz de Consistencia

Tabla 6.4

Matriz de Consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADOR
<p>Problema general ¿Cuál es el impacto de las barreras de exportación en el desarrollo de Pymes agroexportadoras peruanas?</p>	<p>Objetivo General Determinar si las barreras de exportación impactan el desarrollo de Pymes agroexportadoras peruanas.</p>	<p>Hipótesis general Las barreras de exportación sí impactan en el desarrollo de las Pymes agroexportadoras peruanas.</p>	<p>Variable Independiente 1 Barreras de exportación</p> <p>Variable Dependiente 1 Desarrollo de Pymes agroexportadoras peruanas</p>	<p>Barreras internas</p> <p>Barreras externas</p> <p>Número de exportaciones al año</p>
<p>Problema específico 1 ¿Cuál es la principal barrera interna (falta de conocimiento del potencial mercado y/o de sus oportunidades en el extranjero, falta de personal técnico dedicado al planteamiento exportador, insuficiente capacidad de producción de la empresa y <u>falta de financiamiento</u>) de exportación que impacta en el desarrollo exportador de las Pymes agroexportadoras peruanas?</p>	<p>Objetivo específico 1 Determinar la principal barrera interna (falta de conocimiento del potencial mercado y/o de sus oportunidades en el extranjero, falta de personal técnico dedicado al planteamiento exportador, falta de conocimiento de programas de asistencia técnica, insuficiente capacidad de producción de la empresa y falta de financiamiento) de exportación que impacta en el desarrollo exportador de las Pymes agroindustriales peruanas.</p>	<p>Hipótesis específica 1 La principal barrera interna de exportación que impacta en el desarrollo de las Pymes agroexportadora peruanas es la falta de personal técnico dedicado al planteamiento exportador.</p>	<p>Variable Independiente 2 Barreras internas de exportación</p> <p>Variable Dependiente 1 Desarrollo de Pymes agroexportadoras peruanas</p>	<p>Barreras de conocimiento</p> <p>Barreras de recursos</p> <p>Número de exportaciones al año</p>
<p>Problema específico 2 ¿Cuáles es la principal barrera externa de destino (idioma y/o diferencial cultural, competencia internacional, inestabilidad política, tipo de cambio) de exportación que impacta en el desarrollo exportador de las Pymes agroexportadoras peruanas?</p>	<p>Objetivo específico 2 Determinar la principal barrera externa de destino (idioma y/o diferencia cultural, competencia internacional, inestabilidad política, tipo de cambio) de exportación que impacta en el desarrollo exportador de las Pymes agroindustriales peruanas.</p>	<p>Hipótesis específica 2 La principal barrera externa de destino que impacta en el desarrollo de las Pymes agroexportadoras peruanas es el idioma y/o diferencia cultural.</p>	<p>Variable Independiente 3 Barreras externas de exportación en destino</p> <p>Variable Dependiente 1 Desarrollo de Pymes agroexportadoras peruanas</p>	<p>Barreras de procedimiento</p> <p>Barreras exógenas</p> <p>Número de exportaciones al año</p>

(Continúa)

(Continuación)

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADOR
Problema específico 3 ¿Cuál es la principal barrera externa de origen (dificultades logísticas y/o documentación y trámites requeridos, falta de conocimiento de programas de asistencia técnica) de exportación que impacta en el desarrollo exportador de las Pymes agroexportadoras peruanas?	Objetivo específico 3 Determinar la principal barrera externa de origen (dificultades logísticas y/o documentación y trámites requeridos, , falta de conocimiento de programas de asistencia técnica) de exportación que impacta en el desarrollo exportador de las Pymes agroindustriales peruanas.	Hipótesis específica 3 La principal barrera externa de origen de exportación que impacta en el desarrollo de las Pymes agroexportadoras peruanas es la falta de conocimiento de programas de asistencia técnica.	Variable Independiente 4 Barreras externas de exportación en origen Variable Dependiente 1 Desarrollo de Pymes agroexportadoras peruanas	Barreras de procedimiento Barreras exógenas Número de exportaciones al año



6.4 Matriz de Operacionalización de Variables

Tabla 6.5

Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEM	FUENTE DEL ITEM	TECNINA E INSTRUMENTOS
Variable independiente 1 Barreras de exportación	Están definidas como obstáculos que impiden la capacidad de las empresas para poder iniciar, desarrollar o mantener sus operaciones comerciales en mercados internacionales. (Leonidou, 1995).	Capacidad exportadora de Pymes	Volumen de exportaciones	*Entrevista / fuente del profe	Propia	Tipo de Investigación: Aplicada Alcance de la investigación: Descriptivo Diseño de la Investigación: Transversal Población Pymes agroexportadoras del Perú Muestra: 3 expertos del rubro y 12 gerentes de Pymes agroexportadoras
Variable independiente 2 Barreras internas de exportación	Las barreras internas están asociadas a la insuficiencia de los recursos y capacidades organizacionales de la empresa. (Tesfom & Lutz, 2006)	Conocimiento del potencial de mercado Personal dedicado al planeamiento exportador	Inteligencia de mercados potenciales Número de profesionales capacitados en el planeamiento exportador	¿Considera usted que el conocimiento del potencial de mercado impacta en el desarrollo de Pymes agroexportadoras peruanas? ¿Considera que el número de profesionales capacitados en el planeamiento exportador impacta en el desarrollo de Pymes agroexportadoras peruanas?	Propia	
Variable independiente 3 Barreras externas de exportación en destino	Barreras externas son las que se derivan del ambiente en donde la empresa va a operar; es decir, tanto del mercado de exportación o del entorno nacional. (Leonidou, 1995,2004).	Diferencia cultural Competencia internacional Tipo de cambio Inestabilidad política	Índice de dimensiones culturales de Hofstede Número de competidores en el país destino Variación de tipo de cambio Riesgo país	¿Considera usted que las barreras externas de exportación en destino impactan en el desarrollo de Pymes agroexportadoras peruanas?	Propia	Técnica: Entrevista a profundidad Instrumento: Cuestionario de preguntas mixtas

(continúa)

(continuación)

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEM	FUENTE DEL ITEM
Variable independiente 4 Barreras externas de exportación en origen	Barreras externas son las que se derivan del ambiente en donde la empresa va a operar; es decir, tanto del mercado de exportación o del entorno nacional. (Leonidou, 1995,2004).	Documentación y trámites burocráticos a la exportación Obstáculos logísticos Programas de asistencia técnica	Número de documentos y trámites burocráticos a la exportación Número de obstáculos logísticos Número de programas de promoción exportadora de instituciones gubernamentales	¿Considera usted que las barreras externas de exportación en origen impactan en el desarrollo de Pymes agroexportadoras peruanas?	Propia
Variable Dependiente 1 Desarrollo de Pymes agroexportadoras peruanas	Internacionalización de las empresas, con servicios y/o productos, buscando un posicionamiento en el mercado internacional (Barket, 2017).	Competitividad	Porcentaje de participación en mercados internacionales	¿Cuál es el porcentaje de participación en mercados internacionales de las Pymes agroexportadoras peruanas?	Propia

CAPÍTULO VII: CLASIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN

El presente capítulo presentará la metodología aplicada en el estudio según su orientación, alcance, diseño, direccionalidad y el tipo de fuente de recolección de datos.

En este capítulo también se hará referencia al método de investigación o la modalidad, además del tamaño de la muestra y el período y lugar de la investigación.

7.1 Tipo de investigación

7.1.1 Según la orientación

Según la orientación, esta investigación será aplicada ya que tiene como finalidad conseguir un nuevo conocimiento que permita dar soluciones de problemas prácticos.

En el caso específico de este trabajo, se busca generar un conocimiento que permita a las Pymes agroexportadoras peruanas desarrollarse exitosamente en el mercado internacional.

7.1.2 Según el alcance de la investigación

La presente investigación es de carácter descriptivo pues se centra en buscar describir como las barreras de exportación impactan en el desarrollo exportador de las Pymes agroexportadoras peruanas.

A través del análisis desarrollado, se logra brindar información sobre las barreras de tipo interno y externo, así como los diferentes escenarios en el comercio internacional que limitan el desarrollo exportador de las Pymes.

7.1.3 Según el diseño de la investigación

Respecto al diseño de la investigación, esta es de tipo transversal descriptivo, ya que las variables son analizadas en base a una recopilación de investigaciones previas. Asimismo, se estudió información recolectada de fuentes primarias tales como las entrevistas a expertos en el rubro agroexportador, así como encuestas a Pymes agroexportadoras peruanas.

7.1.4 Según la direccionalidad de la investigación

La direccionalidad de la investigación es de tipo prospectiva, ya que estudia la situación actual de las Pymes agroexportadoras peruanas y busca presentar soluciones factibles para un mejor crecimiento de las Pymes en un futuro.

7.1.5 Según el tipo de fuente de recolección de datos

La fuente de recolección de datos es de tipo retrolectivo, ya que la información se ha obtenido de fuentes secundarias tales como investigaciones científicas, revistas, artículos y estadísticas de instituciones relacionadas al comercio exteriores.

Asimismo, es de carácter prolectivo, ya que se recopiló información de fuentes primarias tales como las entrevistas y las encuestas realizadas.

7.2 Método de investigación

El presente trabajo utiliza una metodología mixta de tipo cuantitativo y cualitativo, ya que se busca realizar un estudio con las opiniones de expertos del tema a través de entrevistas a profundidad e identificar las principales barreras y limitaciones desde la perspectiva de los encargados de cada Pyme exportadora que busca mejorar su presencia internacional.

7.3 Modalidad de investigación

La modalidad es través de entrevistas, así como encuestas que han sido aplicadas a la muestra representativa de la presente investigación.

7.4 Tamaño de muestra de la investigación

La muestra de la investigación está compuesta por tres expertos en el rubro y doce Pymes agroexportadoras peruanas.

7.5 Lugar y período de la investigación

Las entrevistas realizadas a los tres expertos fueron a través de una videollamada en la plataforma Zoom. Por otro lado, las encuestas a las Pymes agroexportadoras peruanas fueron realizadas con el apoyo de la plataforma de Google Forms, a través de esta

modalidad, las Pymes analizadas en el estudio brindaron sus respuestas, las cuales fueron recopiladas y analizadas posteriormente.

En cuanto al periodo de la investigación, este comprende los meses de febrero a julio del presente año 2022.



CAPÍTULO VIII: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS CUALITATIVOS

En este capítulo se desarrolla el análisis de los resultados obtenidos a través de las encuestas a profundidad a los 14 expertos en el sector agroexportador. Se da a conocer detalles de la forma y estructura de la entrevista realizada y asimismo información acerca de los entrevistados.

Tabla 8.1

Distribución de las respuestas del cuestionario

Empresas Agroexportadoras	Respuestas
Agrícolas y Forestales S.A.C.	1
Cooperativa Agraria Aproeco	1
Cooperativa De Servicios Múltiples Sol & Cafe Ltda	1
Proserla SAC	1
Cooperativa Agraria Acopagro Ltda	1
Cooperativa De Servicios Múltiples Frutos De Selva	1
Origin Coffee Lab Sac	1
Peruvian Harvest Agronegocios Sac	1
Asociación De Productores Y Exportadores De La Joya	1
Agrícola Cerro Prieto	1
Coop. Agraria Ecológica Cafetera De Lonya Grande	1
Hortifrut Perú	1
Industrias Mayo (Orquídea Chocolate)	1
Quicornac	1

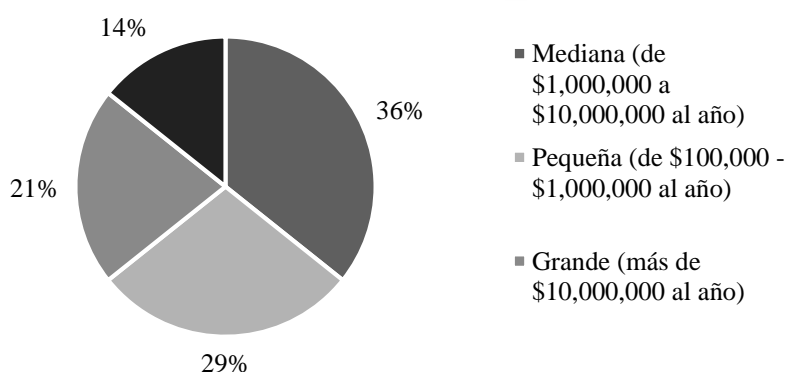
8.1 Presentación y análisis de los resultados

Tamaño de la empresa agroexportadora

Pregunta 1: ¿De qué tamaño es la empresa?

Figura 8.1

Frecuencia de respuesta - Pregunta 1



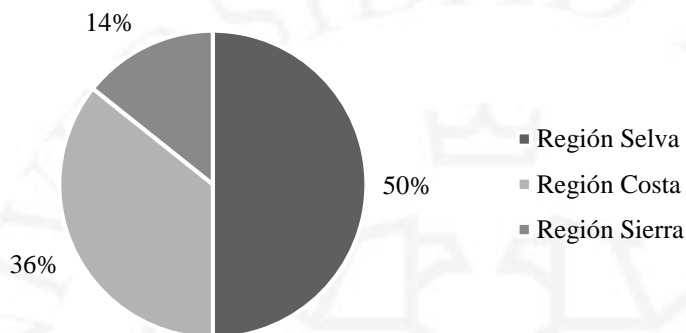
Análisis de resultados

El mayor número de encuestados trabajan en una agroexportadora de tamaño mediana (36%), el 29% de tamaño pequeño y 21% de tamaño grande. Mientras que, en último lugar, están las microempresas.

Pregunta 2: ¿En qué región está ubicada la empresa?

Figura 8.2

Frecuencia de respuesta - Pregunta 2



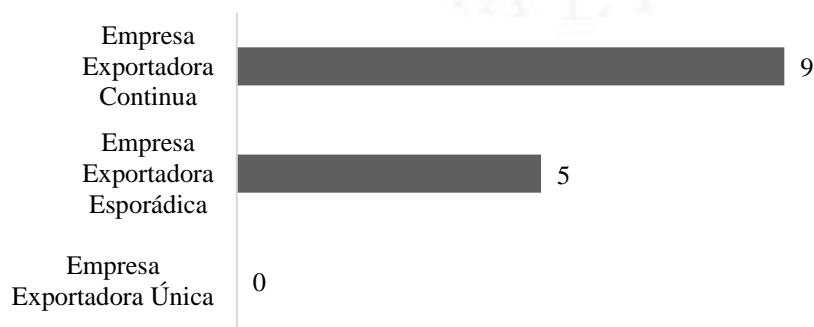
Análisis de resultados

El mayor número de encuestados son de la región Selva con el 50% del total de encuestados. En segundo lugar, está la región Costa con el 36%. Y en último lugar esta la región Sierra.

Pregunta 3: Clasificación de empresa exportadora

Figura 8.3

Frecuencia de respuesta - Pregunta 3



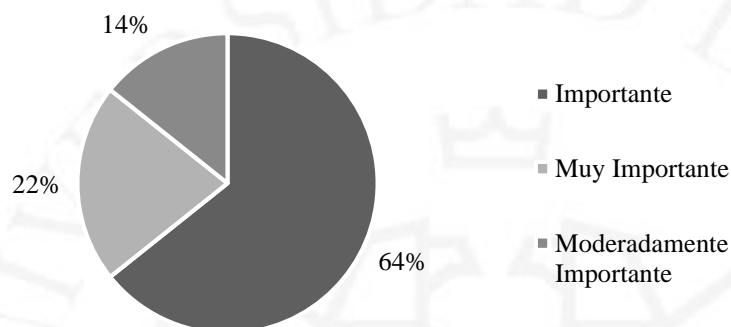
Análisis de resultados

El mayor número de encuestados son de carácter exportadora continua con el 64%, seguido por empresas esporádicas que representaron el otro 36%.

Pregunta 4: Clasificación de falta de conocimiento del potencial de mercados de exportación y/o de sus oportunidades en el extranjero

Figura 8.4

Frecuencia de respuesta - Pregunta 4



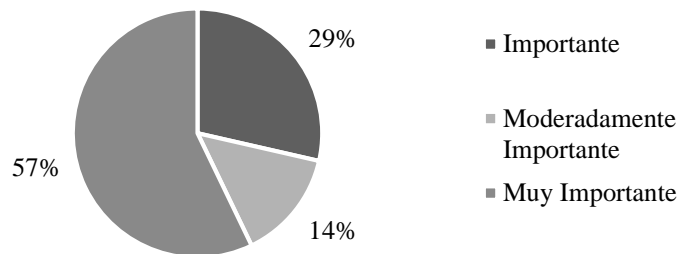
Análisis de resultados

El mayor número de encuestados clasifican a la falta de conocimiento del potencial de mercados de exportación y/o oportunidades en el extranjero como Importante (64%), seguido por Muy Importante (22%) y, por último, Moderadamente Importante en 14%. Es importante notar que ningún encuestado marcó la opción de Poco Importante ni Sin Importancia.

Pregunta 5: Clasificación de la falta de personal técnico dedicado al planteamiento exportador

Figura 8.5

Frecuencia de respuesta - Pregunta 5



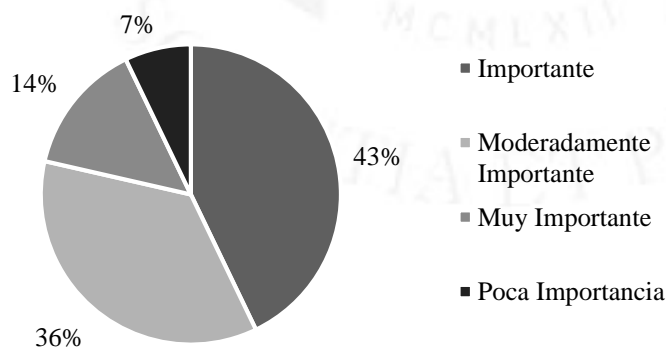
Análisis de resultados

El mayor número de encuestados clasifican a la falta de personal técnico en el extranjero como Muy Importante (57%), seguido por Importante (29%) y Moderadamente Importante (14%), respectivamente. Es significativo notar que ningún encuestado lo clasificó como Poco o Sin Importancia.

Pregunta 6: Clasificación de la falta de conocimiento de programas sobre asistencia exportadora

Figura 8.6

Frecuencia de respuesta - Pregunta 6



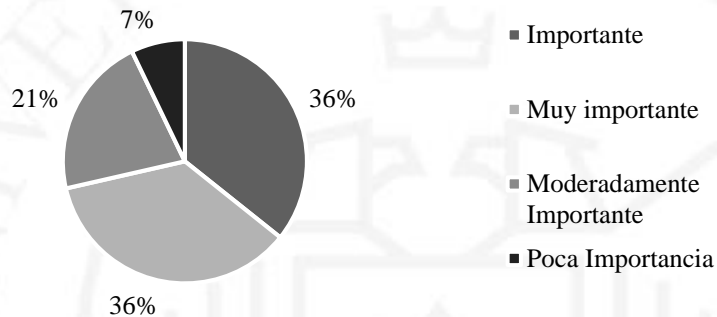
Análisis de resultados

El mayor número de encuestados clasifican a la falta de conocimiento de programas sobre asistencia exportadora como Importante (43%), pero resulta relevante notar que sigue Moderadamente Importante (36%) y muy importante con 14%. Entonces, se puede concluir que es clasificado como menos importante que la falta de conocimiento del potencial de mercados y personal técnico.

Pregunta 7: Clasificación de insuficiente capacidad de producción de la empresa

Figura 8.7

Frecuencia de respuesta - Pregunta 7



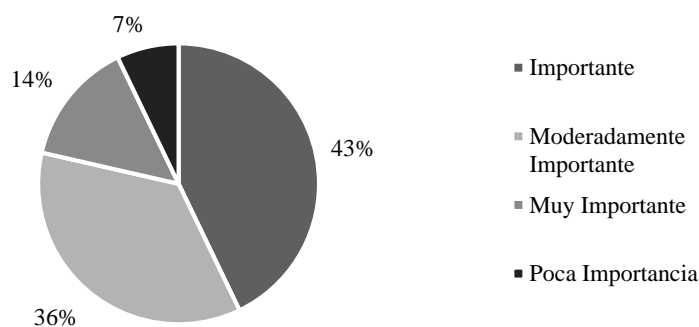
Análisis de resultados

El mayor número de encuestados opinan que la insuficiente capacidad de producción de la empresa es Importante (36%) y Muy Importante (36%). Entonces, se puede concluir que es considerado una barrera de recursos de suma importancia.

Pregunta 8: Clasificación de falta de financiamiento

Figura 8.8

Frecuencia de respuesta - Pregunta 8



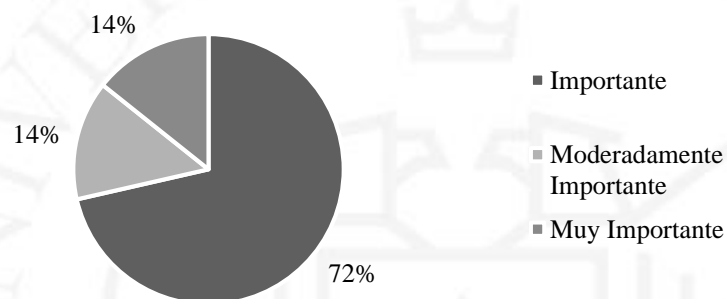
Análisis de resultados

El mayor número de encuestados opinan que la barrera de falta de financiamiento como Moderadamente Importante (36%) e Importante (36%). Además, un encuestado lo clasifico como Poco Importante, lo cual significa que es de menor importancia con relación a las otras barreras de recursos.

Pregunta 9: Clasificación de dificultades logísticas y/o documentación y trámites requeridos

Figura 8.9

Frecuencia de respuesta - Pregunta 9



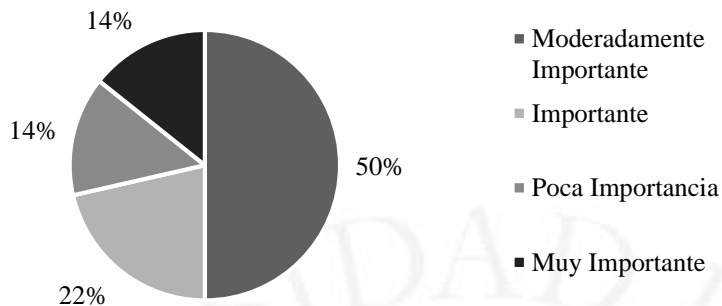
Análisis de resultados

El mayor número de encuestados opinan que la barrera de dificultades logísticas y/o documentación y trámites requeridos como Importante (72%), mientras que solo el 14% lo clasificó como Moderadamente Importante, siendo una de las barreras entre las más relevantes al tema.

Pregunta 10: Clasificación de idioma y/o diferencia cultural

Figura 8.10

Frecuencia de respuesta - Pregunta 10



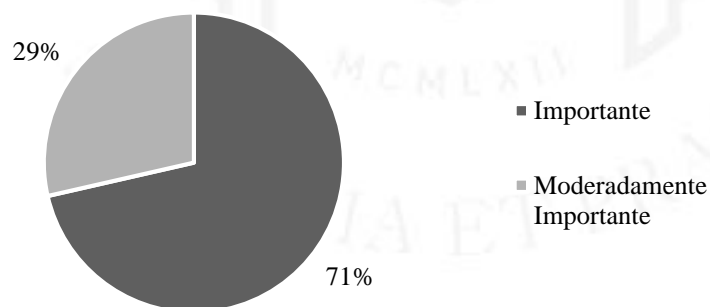
Análisis de resultados

El mayor número de encuestados opinan que la barrera de idioma y/o diferencia cultural como Moderadamente Importante (50%), mientras que solo el 14% lo clasificó como Muy Importante, siendo una de las barreras entre las menos relevantes al tema según los encuestados.

Pregunta 11: Clasificación de fuerte competencia internacional

Figura 8.11

Frecuencia de respuesta - Pregunta 11



Análisis de resultados

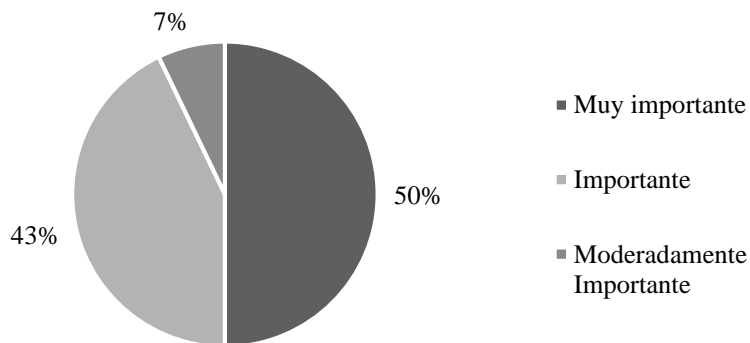
El mayor número de encuestados opinan que la barrera de fuerte competencia internacional como Moderadamente Importante (71%), mientras que el 29% lo clasificó

como Importante, siendo una de las barreras entre las más relevantes al tema según los encuestados.

Pregunta 12: Clasificación de la inestabilidad política en el país de destino

Figura 8.12

Frecuencia de respuesta - Pregunta 12



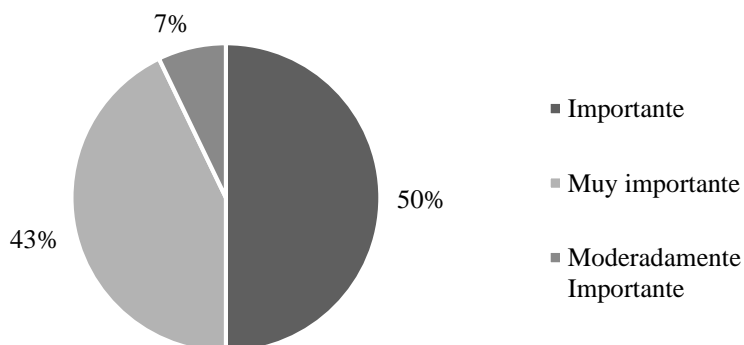
Análisis de resultados

El mayor número de encuestados opinan que la barrera de fuerte competencia internacional como Muy Importante (50%) e Importante con 43%, mientras que solo el 7% lo clasificó como Moderadamente Importante, siendo una de las barreras entre las más relevantes al tema según los encuestados, incluso entre las barreras exógenas.

Pregunta 13: Clasificación de tipo de cambio

Figura 8.13

Frecuencia de respuesta -Pregunta 13



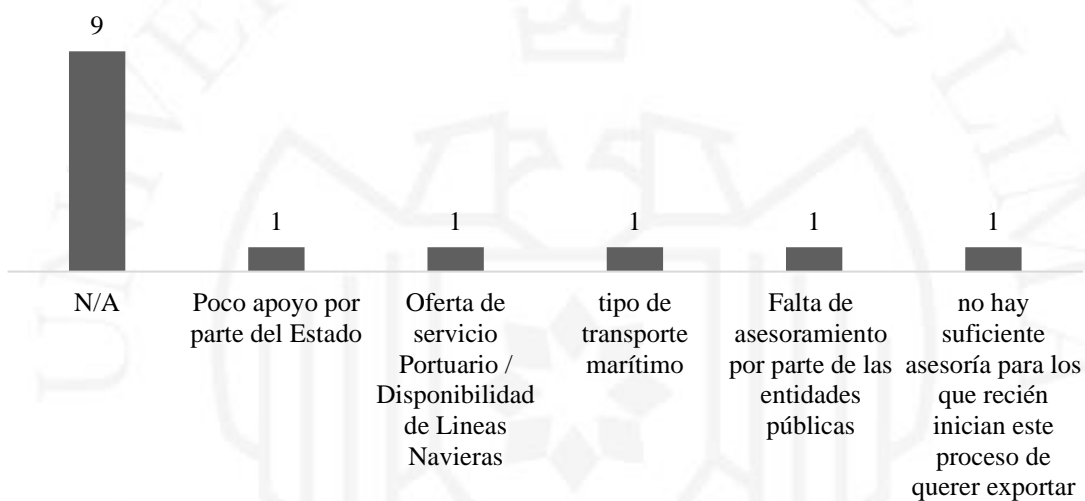
Análisis de resultados

El mayor número de encuestados opinan que la barrera de tipo de cambio como Importante (50%), Muy Importante con 43%, mientras que solo el 7% lo clasificó como Moderadamente Importante, siendo una de las barreras entre las más relevantes al tema según los encuestados.

Pregunta 14: Indicar si existiera otra barrera a la exportación que no haya sido incluida y su grado de importancia

Figura 8.14

Frecuencia de respuesta -Pregunta 14



Análisis de resultados

El mayor número de encuestados (64%) no mencionan a otra barrera, mientras que algunos reiteran el poco apoyo por parte del Estado y a las barreras logísticas.

8.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis general

Las barreras de exportación sí impactan en el desarrollo de las Pymes agroexportadoras peruanas.

Se acepta la hipótesis. Las barreras de exportación muestran ser un desafío común en el desarrollo de Pymes agroexportadoras peruanas, incluso en empresas grandes, más

no en el mismo nivel. Los resultados además muestran que las mismas barreras son percibidas de diferentes maneras según el tamaño de empresa.

Hipótesis específicas

1. La principal barrera interna de exportación que impacta en el desarrollo de las Pymes agroexportadora peruanas es la falta de personal técnico dedicado al planteamiento exportador.

Se acepta la hipótesis. La falta de personal técnico dedicado al planteamiento exportador tiene el mayor número de respuestas como “Muy Importante” de las barreras internas. Es además la barrera con mayor percepción de importancia entre todas las barreras evaluadas. Se muestra en los anexos.

2. La principal barrera externa de destino que impacta en el desarrollo de las Pymes agroexportadoras peruanas es el idioma y/o diferencia cultural.

Se rechaza la hipótesis. De acuerdo con los resultados obtenidos del trabajo de campo, la principal barrera externa de destino de exportación que impacta en el desarrollo de las Pymes agroexportadoras peruanas es la inestabilidad política en el país de destino.

3. La principal barrera externa de origen de exportación que impacta en el desarrollo de las Pymes agroexportadoras peruanas es la falta de conocimiento de programas de asistencia técnica.

Se rechaza la hipótesis. De acuerdo con los resultados obtenidos del trabajo de campo, la principal barrera externa de origen de exportación que impacta en el desarrollo de las Pymes agroexportadoras peruanas son las dificultades logísticas y/o documentación y trámites requeridos.

CONCLUSIONES

A continuación, se detallan las conclusiones de la investigación:

1. **Objetivo General:** Las barreras de exportación sí impactan en el desarrollo de Pymes agroexportadoras peruanas. Adicionalmente, los resultados muestran que las mismas barreras son percibidas de diferente manera por las grandes empresas en comparación con las Pymes agroexportadoras.
2. **Objetivo Específico 1:** Se concluye que la principal barrera interna es la falta de personal técnico dedicado al planteamiento exportador; esto fue “reafirmado” por los expertos encuestados y entrevistados que lo clasifica como el “Mas Importante” de las barreras internas.
3. **Objetivo Específico 2:** Al analizar los resultados, se concluye que la barrera externa de destino de exportación con mayor impacto en el desarrollo de las Pymes agroexportadoras peruanas no es el idioma y la diferencia cultural, sino la inestabilidad política del país destino.
4. **Objetivo Específico 2:** Con los resultados de los encuestados se concluye que, la barrera externa de destino, también caracterizada por ser una barrera de procedimiento, idioma y/o diferencia cultural, es percibida por los Pymes con menos importancia por las grandes empresas.
5. **Objetivo Específico 3:** Por último, se concluye que la barrera externa de origen de exportación con mayor importancia para los agroexportadores peruanos son las dificultades logísticas y/o documentación y tramites requeridos, según los expertos entrevistados y encuestados.

RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones expuestas previamente, a continuación, se detallan las recomendaciones:

1. Objetivo General: Al concluir que las barreras de exportación sí impactan el desarrollo de las Pymes agroexportadoras, se recomienda una mayor investigación sobre las barreras más impactantes, según el tamaño de empresa, y por qué son percibidas de diferentes maneras por las empresas grandes en comparación a las Pymes agroexportadoras.
2. Objetivo Especifico 1: Siendo la falta de personal técnico dedicado al planteamiento exportador la principal barrera interna a la exportación es recomendable seguir un estudio sobre la relación de competitividad en las Pymes agroexportadoras y barreras de exportación.
3. Objetivo Especifico 2: Mayor investigación sobre la importancia del idioma y diferencia cultural es recomendada tanto a nivel general como por sector.
4. Objetivo Especifico 2: Al concluir que la barrera de idioma y/o diferencia cultural tiene una percepción distinta de importancia entre las Pymes y grandes empresas, se recomienda realizar un análisis comparativa a mayor detalle sobre el impacto de ciertas barreras en Pymes en comparación con las empresas grandes.
5. Objetivo Específico 3: La recomendación a nivel gubernamental sería afrontar las barreras externas de origen de una nueva perspectiva, según el sector que se encuentre, según su tamaño e incluso tipo de exportador. Si bien la barrera de falta de conocimiento de programas sobre asistencia exportador es considerada como menos importante que las dificultades logísticas y/o documentación y trámites requeridos, los expertos consultados concluyeron que se debe hacer un análisis a profundidad sobre la efectividad de los programas de asistencia ya que, gracias a los resultados y conclusiones, se puede observar que las barreras afectan a cada empresa de diferentes maneras, incluso dentro de un mismo sector. Si bien existen programas, hay una barrera de mayor nivel a afrontar; la comunicación de ellos. Así, estas herramientas podrán alcanzar a los Pymes quienes más lo requieren.

6. La existencia de un gran porcentaje de empresas exportadoras esporádicas significa que, además de programas de asistencia técnica, las Políticas de Promoción de Exportaciones (PPX), según Malca, deberían ser segmentada tanto a nivel de empresa (continuas o esporádicas), nivel de productos y mercados. Por otro lado, según los expertos consultados, es importante agregar otra variable que aborde las prioridades de cada región para intervenciones públicas según su ubicación, sea de la costa, sierra o selva.
7. Las Pymes agroexportadoras del Perú son la mayor fuente de empleo en el país, por lo que es importante analizar las barreras de exportación y como ellas afectan a las empresas de diferentes niveles.
8. La idea de que las regiones presentan diferencias competitivas fue mencionada por los expertos consultados que indican que la competitividad ha venido creciendo en la costa y en el caso de la sierra y selva, hubo un estancamiento. Entonces, la ubicación de la empresa es importante, está amarrado a la de conectividad.
9. Las Pymes tienen una alta tasa de mortalidad que, según lo investigado, en promedio, de los 10 que exportaron en un año, al siguiente solo quedan 5 y, luego de 10 años, solo sobrevive una Pyme exportadora. Una manera de afrontar esta estadística es a través de consorcios, para poder hacer frente al volumen de demanda de mercados internacionales.
10. Finalmente, se recomienda que el Estado pueda regular las Políticas de Promoción de Exportaciones (PPX) considerando temas como la oferta de servicios portuarios y la disponibilidad de líneas navieras, ya que son barreras que los agroexportadores también consideran de suma importancia para su desarrollo.

REFERENCIAS

- Alianza Cooperativa Internacional. (s.f.). *Qué es una cooperativa*.
<https://www.ica.coop/es/cooperativas/que-es-una-cooperativa>
- Altamirano Cubas, A., y Vivas Chayán, R. D. (2018). “*El financiamiento de comercio exterior y la influencia en el crecimiento de las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas agroexportadoras del departamento de Lambayeque en el periodo 2010 - 2014*”. [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. Repositorio Institucional de Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo .
<https://hdl.handle.net/20.500.12893/2207>
- Amadasun, D. O., y Mutezo, A. T. (2022). Effect of market-driven strategies on the competitive growth of SMEs in Lesotho. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(21). <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00217-4>
- Apuntalando a las mypes. (2020). *El Peruano*. <https://elperuano.pe/noticia/95072-apuntalando-a-las-mypes>
- Arana Nicanor, R. A., Llacuachaqui Tovar, V. H., y Vicente Ramos, W. E. (2021). Internal factors that determine the success of Peruvian exports of ginger to the United States in the period 2006 – 2020. *Acta Logística*, 8(4).
<https://doi.org/10.22306/al.v8i4.247>
- Arteaga Ortiz, J., y Fernández Ortiz, R. (2010). Why Don't We Use the Same Export Barrier Measurement Scale? An Empirical Analysis in Small and Medium-Sized Enterprises. *Journal of Small Business Management*, 48(3), 395-420.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1540-627X.2010.00300.x>
- Banco Mundial. (2017). *Tomando impulso en la agricultura peruana: Oportunidades para aumentar la productividad y mejorar la competitividad del sector*.
<https://documents1.worldbank.org/curated/es/781561519138355286/pdf/Gainin-g-momentum-in-Peruvian-agriculture-opportunities-to-increase-productivity-and-enhance-competitiveness.pdf>
- Bardales Obando, E. A. (2019). *Factores que influyen en la internacionalización en pymes de emprendimiento en etapa temprana del Perú en el año 2015*. [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
<http://hdl.handle.net/10757/626296>

- Barón Sánchez, N., y Díaz Bracho, A. (2019). *Uso del modelo de Uppsala en el análisis de la internacionalización de las Pymes colombianas: el caso de la industria de cosméticos en el mercado de Corea del Sur*. [Título obtenido para optar por el Título Profesional en Negocios Internacionales, Repositorio institucional de Universidad el Bosque]. Repositorio institucional de Universidad el Bosque. <http://hdl.handle.net/20.500.12495/3084>
- Beltrán, A., Sanborn, C. A., y Yamada, G. (2021). *En búsqueda de un desarrollo integral*. Universidad Pacífico. <https://hdl.handle.net/11354/3118>
- Bianco, C. (2019). *La síntesis neoclásica de la teoría del comercio internacional : un modelo sencillo de Heckscher-Ohlin*. Repositorio Institucional de Universidad Nacional de Quilmes. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2992>
- Cajigas, M., Ramirez, E., y Ramirez, D. (2019). Capacidad de producción y sostenibilidad en empresas nuevas. *Espacios*, 40(43). <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/13425/Capacidad%20de%20producci%C3%B3n%20y%20sostenibilidad%20en%20empresas%20nuevas.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Cañari, A. (2020). *Las PYMES peruanas en el marco de los acuerdos comerciales*. <https://blogs.usil.edu.pe/facultad-derecho/relaciones-internacionales/las-pymes-peruanas-en-el-marco-de-los-acuerdos-comerciales>
- Celis, A. (2003). *El nuevo cooperativismo*. Vadell Hermanos Editores.
- Civelek, M., y Krajčík, V. (2022). How do SMEs from different countries perceive export impediments depending on their firm-level characteristics? System approach. *Oeconomia Copernicana*, 13(1), 55-78. <https://doi.org/10.24136/oc.2022.002>
- Coll Morales, F. (2020). *Capacidad de producción*. <https://economipedia.com/definiciones/capacidad-de-produccion.html>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (s.f.). *Acerca de Microempresas y Pymes*. <https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes>
- Cuervo-Cazurra, Á. (2008). Las distancias en el proceso de internacionalización: el caso del banco Santander. *CJC Business and Society Review*(150). <https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/636>
- Da Silva, P. A., y Da Rocha, A. (2001). Perception of export barriers to Mercosur by Brazilian firms. *International Marketing Review*, 18(6), 589-611. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000006296>
- Dávila Trujillo, M. A., Rodríguez Ospina, D. F., Guzmán Vásquez, A., y Becerra Plaza, G. (2006). *Perspectivas teóricas sobre la internacionalización de empresas*. Universidad del Rosario. <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/1211/BI%2030.pdf>

- De Miranda, M., y Peláez, J. (2016). *Las relaciones económicas entre América Latina y Asia: hacia una construcción de una nueva inserción internacional*. Sello Editorial Javeriano.
- Dongo Huanca, M., y Pequeño Arteaga, J. M. (2019). *Factores que influyen en el desarrollo exportador de las PYMES del sector textil y confecciones en Lima Metropolitana*. [Tesis para optar el título profesional de: Negocios Internacionales, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://hdl.handle.net/10757/626002>
- Escandón Barbosa, D. M., y Hurtado Ayala, A. (2014). Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 30(131), 172-183. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.04.006>
- European Economic and Social Committee. (2001). *Second Report on Economic and Social Cohesion*. <https://www.eesc.europa.eu/en/our-work/opinions-information-reports/opinions/second-report-economic-and-social-cohesion>
- García Escobar, A. (2010). De la ventaja comparativa a la ventaja competitiva: una explicación al comercio internacional. *Publicaciones Icesi*(60). https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/publicaciones_icesi/article/view/640
- García, D. (2018). *Las teorías del comercio internacional*. EALDE Business School.
- GestioPolis. (2001). *¿Qué es un plan de exportación?* <https://www.gestiopolis.com/que-es-un-plan-de-exportacion/>
- González Blanco, R. (2011). Diferentes Teorías del Comercio Internacional. *Tendencia y Nuevos Desarrollos de la Teoría Económica*(858). https://us-east-1-02870039-inspect.menlosecurity.com/safeview-fileserv/tc_download/845ae643974c46f13e4f44ac2997cc07a4d2c00242d917dee4bb24026a8ab6d5/?ycid=NE782030BD6CD_yrid=f373f97cab701171c688cade6845cf4dyfile_url=http%3A%2F%2Fvonhumboldt.org%2Fpaper%2FB
- Gonzalez Díaz, R. R., y Becerra Pérez, L. A. (2021). PYMES en América Latina: clasificación, productividad laboral, retos y perspectivas. *CIID Journal*, 1-39. <https://doi.org/10.46785/ciidj.v1i1.100>
- Hofstede, G. (1984). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. SAGE. https://books.google.com.pe/books?id=Cayp_Um4O9gCypg=PA3yhl=esysource=gbs_selected_pagesycad=3#v=onepageyqyf=false
- Hofstede, G., y Hofstede, G. J. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. McGraw-Hill. https://books.google.com.pe/books?id=o4OqTgV3V00Cypg=PR1yhl=esysource=gbs_selected_pagesycad=3#v=onepageyqyf=false
- Hoyos-Villa, O. A. (2019). Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano: estudio de caso. *Entramado*, 15(2), 78-103. <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.2.5597>

- Huber Bernal, G., y Mungaray Lagarda, A. (2017). Los índices de competitividad en México. *Gestión y política pública*, 26(1).
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-10792017000100167
- Ibarra Zavala, D. (2016). Crítica a la Teoría Clásica del Comercio Internacional, un enfoque de equilibrio general entre país grande y país pequeño. *Economía Informa*, 397, 61-79. <https://doi.org/10.1016/j.ecin.2016.03.004>
- International Encyclopedia of the Social Sciences. (s.f.). *Political Instability, Indices Of*. <https://www.encyclopedia.com/social-sciences/applied-and-social-sciences-magazines/political-instability-indices>
- Jiménez Bermejo, D. (2015). *Tipo de cambio*.
<https://economipedia.com/definiciones/tipo-de-cambio.html>
- Jiménez, F., y Lahura, E. (1998). *La nueva teoría del comercio internacional*. Repositorio Institucional de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
<http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/46789>
- Julian, C. C., y Ahmed, Z. U. (2005). The Impact of Barriers to Export on Export Marketing Performance. *Journal of Global Marketing*, 19, 71-94.
https://doi.org/10.1300/J042v19n01_05
- Krugman, P. R., Obstfeld, M., y Meliz, M. J. (2012). *Economía Internacional*. Pearson Educación. <https://rodrigo.files.wordpress.com/2019/03/economia-internacional-paul-krugman-ed-9.pdf>
- Lee, J. Y., Jiménez, A., y Devinney, T. M. (2020). Learning in SME Internationalization: A New Perspective on Learning From Success versus Failure. *Management International Review*, 60, 485–513.
<https://doi.org/10.1007/s11575-020-00422-x>
- Leite, A. R., Machado Padilha, A. C., y Binotto, E. (2021). Cooperation challenges in agricultural cooperatives. *Revista De Administração Da UFMS*, 14(4), 809–826.
<https://doi.org/10.5902/1983465964160>
- Leonidou, L. C. (1995). Empirical Research on Export Barriers: Review, Assessment, and Synthesis. *Journal of International Marketing*, 3(1), 29–43.
<https://doi.org/10.1177/1069031X9500300103>
- Leonidou, L. C. (2004). An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development. *Journal Small Business Management*, 42(3), 279-302.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2004.00112.x>
- Leonidou, L. C., y Katsikeas, C. S. (1996). The Export Development Process: An Integrative Review of Empirical Models. *Journal of International Business Studies*, 27, 517–551. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490846>
- Leonidou, L. C., y Theodosiou, M. (2004). The export marketing information system: an integration of the extant knowledge. *Journal of World Business*, 39(1), 12-36.
<https://doi.org/10.1016/j.jwb.2003.08.005>

- Leonidou, L. C., Palihawadana, D., y Theodosiou, M. (2011). National Export-Promotion Programs as Drivers of Organizational Resources and Capabilities: Effects on Strategy, Competitive Advantage, and Performance. *Journal of International Marketing*, 19(2). <https://doi.org/10.1509/jimk.19.2.1>
- Malca Guaylupo, O., y Rubio Donet, J. (2013). Continuidad y desempeño exportador en la empresa peruana. *Journal of Business*, 5(1), 52-75. <https://revistas.up.edu.pe/index.php/business/article/view/61/62>
- Malca Guaylupo, O., y Rubio Donet, J. (2015). Obstacles to export activity of companies in Peru. *Journal of Business*, 7(1), 51-76. <https://doi.org/10.21678/jb.2015.72>
- Malca, O. (2015). La internacionalización de las empresas desde el enfoque gradualista de Uppsala y de la integración económica: el caso de las exportaciones de confecciones peruanas en los mercados de la Alianza del Pacífico y del Mercosur. En M. De Miranda Parrondo, y J. T. Peláez Soto, *Las relaciones económicas entre América Latina y Asia*. <https://core.ac.uk/download/pdf/84851647.pdf#page=240>
- Malca, O., y Rubio, J. (2014). *Obstáculos a la Actividad exportadora: Encuesta a las Empresas exportadoras del Perú*. Universidad del Pacífico. http://srvnetappseg.up.edu.pe/siswebciup/Files/DD1410_Barreras%20para%20a%20exportacion%20-%20Encuesta%20a%20las%20empresas%20exportadoras%20del%20Per%C3%BA%20-%20Malca_Rubio.pdf
- Malca, O., Bolaños, J. P., Rubio Donet, J. L., y Acedo, F. (2021). Export market orientation and export performance in emerging markets: Insights from the Peruvian agri-export sector. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/JADEE-12-2020-0308>
- Malca, O., Peña Vinces, J., y Acedo, F. J. (2020). Export promotion programmes as export performance catalysts for SMEs: insights from an emerging economy. *Small Business Economics*, 55, 831–851. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00185-2>
- Medeiros, V., Gonçalves Godoi, L., y Camargos Teixeira, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. *Revista de la CEPAL*(129). https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45005/RVE129_Medeiros.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2020). *Plan Estratégico Nacional Exportador 2025*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/300353/d31291_opt.pdf
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). *Una razón más para conquistar el mundo*. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/52508-una-razon-mas-para-conquistar-el-mundo>

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2023). *Dirección General de Facilitación del Comercio Exterior*. <https://www.gob.pe/7688-ministerio-de-comercio-exterior-y-turismo-financiamiento-de-comercio-exterior>
- Montes de Oca, J. (2015). *Cooperativa*. <https://economipedia.com/definiciones/cooperativa.html>
- Ochoa, J., Rodríguez, A., y Gómez, J. M. (2019). *Análisis de los principales obstáculos para los exportadores frutícolas Vallecaucanos en el periodo 2008-2018*. Universidad Santiago de Cali. <https://1library.co/document/zpne7p7r-an%C3%A1lisis-principales-obt%C3%A1culos-exportadores-fruticolas-vallecaucanos-periodo.html>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (s.f.). *Mipymes, a la cabeza del desarrollo sostenible*. <https://www.un.org/es/observances/micro-small-medium-businesses-day>
- Park, H., Urmeneta, R., y Mulder, N. (2019). *El desempeño de empresas exportadoras según su tamaño. Un guía de indicadores y resultados*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44664/1/S1900418_es.pdf
- Pérez Porto, J., y Merino, M. (2015). *Definición de agroexportador - Qué es, Significado y Concepto*. <https://definicion.de/agroexportador/>
- Quiroa, M. (2019). *Internacionalización*. <https://economipedia.com/definiciones/internacionalizacion.html>
- Reza, S., Mubarik, M. S., Naghavi, N., y Nawaz, R. R. (2021). Internationalisation challenges of SMEs: role of intellectual capital. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 18(3), 252-277. <https://doi.org/10.1504/IJLIC.2021.116468>
- Roldán, P. N. (2016). *Competitividad*. <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Santander. (2022). *Qué es el mercado potencial de una empresa y cómo calcularlo*. <https://www.becas-santander.com/es/blog/mercado-potencial.html#:~:text=El%20mercado%20potencial%20est%C3%A1%20compuesto,podr%C3%ADan%20convertirse%20en%20sus%20clientes.>
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú [ComexPerú]. (2021). *Mypes concentran el 79% del total de empresas exportadoras*. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/mypes-concentran-el-79-del-total-de-empresas-exportadoras>
- Tabares Arroyave, S. (2012). Revisión analítica de los procesos de Internacionalización de las PYMES. *Pensamiento y gestión*, 33, 67-92. <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n33/n33a04.pdf>

- Tarapuez Chamorro, E. (2016). Las dimensiones culturales de Geert Hofstede y la intención emprendedora en estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia)*. *pensamiento y gestión*, 60-90.
<http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n41/n41a04.pdf>
- Tello Cabello, S. Y. (2014). *Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*. <http://dx.doi.org/10.21503/lex.v12i14.623>
- Tesfom, G., y Lutz, C. (2006). A classification of export marketing problems of small and medium sized manufacturing firms in developing countries. *International Journal of Emerging Markets*, 1(3), 262-281.
<https://doi.org/10.1108/17468800610674480>
- Ucha, F. (2011). *Definición de Agroexportador*.
<https://www.definicionabc.com/economia/agroexportador.php>
- Vijayalakshmi, B., Subashini, G., Jayalakshmi, M., y Umayal, C. (2022). A Study on the Perception of SMEs on Foreign Exchange Risk Management. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 10(1), 95-101.
https://www.hrpub.org/journals/article_info.php?aid=11671
- Wasiuzzaman, S. (2019). Resource sharing in interfirm alliances between SMEs and large firms and SME access to finance: A study of Malaysian SMEs. *Management Research Review*, 42(12), 1375-1399.
<https://doi.org/10.1108/MRR-10-2018-0369>

BIBLIOGRAFÍA

- Alianza Cooperativas Internacional. (s.f.). *Datos y cifras*.
<https://www.ica.coop/es/cooperativas/datos-y-cifras>
- Alonso, J. A. (1995). *International Process and Forms of Market Penetration: A Dynamic Proposal*. Routledge.
- Aquino Quispe, U. I., y Quijandría Cabrera, G. S. (2019). *Factores que influyeron en las exportaciones de uva*. [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
<http://hdl.handle.net/10757/626136>
- Bajo Rubio, O. (1996). Teorías del comercio internacional: Una Panorámica. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, 12-27.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=274408#:~:text=En%20t%C3%A9rminos%20generales%2C%20nos%20ocuparemos%20de%20dos%20grandes,productos%20similares%20entre%20pa%C3%ADses%20con%20parecidas%20dotaciones%20factoriales.>
- Banco Mundial. (2018). *Banco Mundial presenta estudio sobre agricultura en el Perú*.
<https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2018/03/01/banco-mundial-presenta-estudio-sobre-agricultura-en-el-peru#:~:text=LIMA%2C%201%20de%20marzo%20de%202018%20%E2%80%93El,publicaci%C3%B3n%20del%20Banco%20Mundial%20presentado%20hoy%20en%20Lima>
- Bertrand, O., Betschinger, M. A., y Brea Solís, H. (2022). Export barriers for SMEs in emerging countries: A configurational approach. *Journal of Business Research*, 149, 412-423. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.045>
- Cann, O. (2016). *¿Qué es la competitividad?*
<https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/>
- Charles-Leija, H., Sánchez Rodríguez, R., y Ramírez, A. L. (2020). Formulación y evaluación de proyectos, una reflexión para las pymes agroindustriales de México. *Ciencias Administrativas*(16). <https://doi.org/10.24215/23143738e067>
- Colomina Pascual, M. (2021). *Los Consorcios de Exportación como opción estratégica para la pyme española del sector de la agricultura ecológica*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad Zaragoza]. Universidad Zaragoza.
<https://zaguan.unizar.es/record/100934/files/TAZ-TFG-2021-234.pdf?version=1>

- Del Águila Apolinario, O. A., y Pérez Nuñez, M. A. (2020). *Barreras que limitan el proceso de internacionalización de las pymes en Latinoamérica entre los años 2010 – 2019: una revisión de la literatura científica*. [Trabajo de investigación para optar al grado de Bachiller en Administración y Negocios Internacionales, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional de Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/26042>
- Dubey, V. K., y Das, A. (2022). Role of governance on SME exports and performance. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 24(1), 39-74. <https://doi.org/10.1108/JRME-08-2020-0109>
- Espinoza Vega, L. M., y Maier Depaz, M. C. (2020). *Análisis de los factores que inciden en la internacionalización de las pymes de la selva peruana exportadoras de cacao en grano, durante el periodo 2009-2019*. [Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio institucional de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://hdl.handle.net/10757/653620>
- Farfán Cucho, S. V., Palomino de la Cruz, V. S., y Ruiz Montoya, F. B. (2018). *Análisis de los factores que inciden en la exportación de las mypes del sector textil-confecciones. Casos de estudio: Corporación Stealth, Nevih Plus Size y Pijamas Rozzé Latina del emporio comercial de Gamarra*. [Tesis para optar el título de Licenciado en Gestión con mención en Gestión Empresarial, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio institucional de Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/13097>
- Fernández, M. E. (2006). Las cooperativas: organizaciones de la economía social e instrumentos de participación ciudadana. *Revista de Ciencias Sociales*, 12(2). http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182006000200004
- Ferraro, C. (2011). *Apoyando a las pymes: Políticas de fomento en América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas. https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/35359/S1100762_es.pdf
- Galvez Arias, V., y Perea García, M. C. (2021). *Aprovechamiento del acuerdo comercial Colombia - Unión Europea por parte de las PYMES del sector agrícola de Pereira*. [Proyecto de Grado, Universidad Católica de Pereira]. Repositorio Institucional de la Universidad Católica de Pereira. <http://hdl.handle.net/10785/8141>
- Gaspar Pérez, N. (2013). Medidas arancelarias y no arancelarias del comercio internacional. *Tla-melaua*(35), 102-116. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4714279>
- Leiva, J. C. (2014). *The Internationalization of SMEs in Costa Rica*. https://www.researchgate.net/profile/Juan-Leiva-9/publication/272747125_The_Internationalization_of_SMEs_in_Costa_Rica/links/54ed2c4a0cf28f3e653571c0/The-Internationalization-of-SMEs-in-Costa-Rica.pdf

- Ley N°28015. (2003). <https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/28015.pdf>
- Martínez Villavicencio, J. (2011). Factores que inciden en el desempeño exportador de las Pymes: una aplicación empírica. *ESIC Market*, 42(140), 211–233. <https://revistasinvestigacion.esic.edu/esicmarket/index.php/esicm/article/view/136>
- Martínez Villavicencio, J., Acuña Sánchez, M., y Navarro Calvo, M. (2018). ¿Está el éxito exportador de las PYMES relacionado a la gestión financiera de la empresa? El caso de las PYMES exportadoras de Costa Rica. *Tec Empresarial*, 12(3), 17-28. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/tec/v12n3/1659-3359-tec-12-03-17.pdf>
- Merizalde Sellán, M. (2018). Estrategias para la internalización de las PYMES ecuatorianas. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/internacionalizacion-pymes-ecuador.html>
- Moroni, C., Barreto Polis, M. C., Da Silva, D., y Junior, E. I. (2021). Export Barriers for SMEs from Emerging Market: A Model of Analysis for Non-Tech Companies. *Brazilian Administration Review*, 18(4). <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2021200121>
- Musabayana, G. T., Mutambara, E., y Ngwenya, T. (2022). An empirical assessment of how the government policies influenced the performance of the SMEs in Zimbabwe. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(40). <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00192-2>
- Ordóñez Iturralde, D. D. (2014). *Pymes ecuatorianas: comercio exterior y fortalecimiento de mercados internacionales*. [Tesis para optar por el Grado de Magíster en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior, Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional de Universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7019>
- Ortiz Díaz, J. E. (2017). *Importancia de la participación de las pymes en el mercado exportador de calzado*. [Ensayo de grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en Alta Gerencia, Universidad Militar Nueva Granada]. Repositorio institucional de Universidad Militar Nueva Granada. <http://hdl.handle.net/10654/17146>
- Ramdani, B., Belaid, F., y Boukrami, E. (2022). Profiling exporting SMEs: The role of innovation-orientation. *Journal of Business Research*, 149, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.059>
- Revale, H., Curbelo, F., y Ascúa, R. (2018). Características de pymes exportadoras: caso Provincia de Santa Fe, Argentina. *Pymes, Innovación y Desarrollo*, 6(1), 3-23. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6546465>

Sisto, R., Marseglia, A., y Sica, E. (2021). Agri-food Exports and Challenges of Foreign Markets for a Small region: a Network Approach. *Ekonomika Regional*(2), 607-618.

<https://www.proquest.com/openview/bc76a2061311070c0da1bc6f61f98040/1?pq-origsite=gscholarycbl=5002427>

Sotelo Raffo, J. L. (2016). *La gestión por procesos en su papel de estrategia generadora de ventaja competitiva aplicada a los enfoques de asociatividad de las MyPES : caso peruano*. [Tesis Doctoral, Universitat Politecnica de Catalunya]. Universitat Politecnica de Catalunya.

<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/108505/TJLFSR1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Universidad de La Laguna. (2013). *Tema 1: Comercio Internacional* .

https://campusvirtual.ull.es/ocw/pluginfile.php/5865/mod_resource/content/0/Tema_1_OWC_T_Comercio_Internacional_2013.pdf





ANEXOS

Anexo 1: Encuestas a especialistas

Encuesta a Víctor Sarabia Molina – Director de Promoción y Articulación Comercial
Selva

Fecha: 09/02/2022

Introducción:

Buenas noches, Víctor, estoy con Melanie Antón y Alejandra Chávez, dos alumnas de la Universidad de Lima, de la carrera de Negocios Internacionales. Las estoy asesorando con su tesis sobre el impacto de las barreras en el desarrollo este exportador de las pymes agroindustriales. Hemos ido trabajando con ellas algunas barreras exógenas y que son barreras externas que impactan en el desarrollo exportador de las empresas. En barreras de conocimiento lo pone Óscar Malca, que también tiene un impacto en el desarrollo exportador de las sobre todo de las Pymes, además de barreras de procedimiento que son barreras logísticas y de trámites burocráticos.

Pregunta 1:

Desde su punto de vista ¿Cuáles son esas barreras más complejas que tienen las empresas u otras que tú consideres que se pueden incluir? En el tema de barreras externas, a este hemos puesto lo que es el idioma y las dificultades culturales etc. Una segunda barrera que vemos en el tema externo es la competencia internacional. Desde ahí vemos la diferenciación, que es el elemento clave para contrarrestar esa competencia fuerte en los mercados internacionales. El tercero sería de variación del tipo de cambio, que generalmente afecta en el tema de los países fronterizos. En el tema interno, sobre la falta de conocimiento del potencial de mercado y la falta de conocimiento de oportunidades dentro de la empresa porque no tienen la información o no la quieren buscar o no la quieren encontrar. Además, otro tema que consideramos que sí es muy fuerte es la falta de personal calificado en las empresas. No en las grandes porque las grandes, pues tienen sus propias oficinas y equipos comerciales, pero las pequeñas y medianas. También la falta de conocimiento de programas de capacitación, asistencia técnica. La última barrera es de procedimientos involucra los altos costos de fletes, las dificultades logísticas y los trámites burocráticos que hay que hacer para acceder a los mercados internacionales. Y cuando hablamos ya de trámites burocráticos, estamos viendo todas estas barreras

para arancelarias para ingresar a determinados mercados, principalmente Estados Unidos y Europa.

Respuesta 1:

Bueno, sí es cierto, hay una serie de temas que han tocado que son bastante importantes en términos de la información que implica establecer estas barreras internas y externas. Entonces quizá ahí ya lo investigado por Malca ya es un gran aporte que por lo menos ya traza, digamos de alguna manera en algunas de contribuciones. Quizá lo que una de las cosas que ahora rescataría es el nivel de cómo afecta las barreras en términos del tamaño de la empresa y la zona de dónde vienen las empresas. Hay un reporte que sacó COMEX el año pasado que establece pues dependiendo de los niveles de exportación no tradicional en caso del 2020, La Libertad, Lima, Ica, Piura etc. Que indica que **hay una prevalencia en la región costa que está capitalizando la mayor concentración de empresas exportadoras**. Entonces la ubicación sí es un elemento importante, considerando que la región costa tiene niveles de competitividad mucho mayores que en las regiones de la Selva y Sierra. En un reporte del Banco Mundial del 2018 sobre niveles de competitividad mencionan que esta competitividad ha venido creciendo que el 7% del crecimiento anual en la costa y en el caso de la sierra y selva, hubo un estancamiento. Entonces, la ubicación de la empresa es importante, está amarrado a la de conectividad. También el aspecto de acceso al crédito también es un tema bastante importante y el tema del tamaño porque sabemos que el volumen y de concentración en tamaño y empresas no hay, según COMEX son algo de un 79% de empresas que son exportadoras, son PYMES. Pero que la contribución está bastante ligada con el tamaño. Mi hipótesis personal es que las empresas más pequeñas no están teniendo claras las estrategias de sobrevivencia en el mercado y a eso se aúna el hecho de que ocurre todo lo que ya mencionaron. Lo que también es muy importante es lo que llamamos política de promoción de exportaciones. La pregunta es cuánto de eso realmente llega a las empresas. Podemos ver que las herramientas o los canales no necesariamente con claros. Hay un dato muy interesante, este capaz que puedas buscarlo ahí con el Haití, sí, creo que ellos hicieron un estudio de 2015/2016 sobre un estudio en 19 países, que un algo del 1% del presupuesto de exportación de promoción de exportaciones podría aumentar o estar influenciando en más o menos un .074 % de las exportaciones de los países. Lo que estaría diciendo que si efectivamente hay una correlación entre la variable política de promoción de exportaciones y la otra variable que serían las exportaciones mismas.

Pregunta 2:

¿Como es en el tema de logístico en relación con las Pymes? Ese es un tema también bien frágil, hoy más que nunca con el incremento. ¿Cómo pueden superar el lado logístico para las pequeñas y medianas empresas?

Respuesta 2:

Hay una serie de estrategias de cómo vincularse al mercado que son bueno, bastante válidas siendo uno la asociatividad y la capacidad de negociación que se tengan en los que se vinculan. Existen algunas herramientas que sí pueden ayudar con la vinculación del consorcio o de operación logística, como la estrategia que pueda tener una propia empresa de salir adelante. Para eso, el tamaño de la empresa es importante. La posición de dominio que tienen las empresas más grandes sobre los servicios. Adicionalmente, es que independientemente del tamaño de la empresa, ahí está a veces esta falta de valoración de lo que supone en inteligencia comercial. Lo que también hay que mencionar acá es una falta de sistematización de la información en las empresas y al no sistematizar, la información no queda dentro en la memoria de la empresa para las siguientes campañas. Su debilidad es que falta gente y al no tener un área fortalecida, el gerente comercial termina haciendo todo. Eso en las asociaciones de productores de las cooperativas es mucho más evidente. La gerencia tampoco es quien necesariamente manejan idiomas.

Pregunta 3:

¿Cómo ves la institucionalidad en las Pymes?

Respuesta 3:

Yo creo que falta todavía algunos caminos por recorrer. Creo que en algunos casos ha habido una suerte de integración más horizontal en términos de algunas instituciones y que, dependiendo de la industria, han podido acoger a no las medianas empresas. El Instituto Peruano de Economía, tiene esta lógica de agremiar de un determinado tamaño de empresa de productores de espárragos. Mientras ProHass han ido agrupando medianas, grandes, pequeñas, no una serie de entonces a tener una mayor diversidad de asociados, pero esto no ocurre necesariamente en otros productos, el café, por ejemplo. Tienes gremios que agrupan las empresas grandes, otras que agrupan a las cooperativas medianas o no agrupa ni una ni a otra, pero no necesariamente hay una vinculación entre éstas. En

Cacao ocurre que tienes un gremio más o menos hegemónico que es APPCACAQ que agrupa casi todas, desde un Machu Picchu Foods hasta el pequeño productor.

Pregunta 4:

Desde su punto de vista, ¿cómo describiría la situación actual de las pymes agroexportadoras peruanas?

Respuesta 4:

Las barreras de entrada que están impidiendo alguna manera que las pymes puedan ingresar exitosamente a los mercados. Creo que la pandemia ha visibilizado más esta situación en términos de acceso a créditos, el acceso a plataformas o herramientas virtuales que permitan hacer cosas como comercio electrónico, por ejemplo. Eso ha mostrado ciertas debilidades en los equipos de las pymes. Alguien que no sepa inglés, alguien que no esté acondicionado con la tecnología, están teniendo serios problemas para permanecer en el mercado. Este es el promedio que ahí se dice estos 3 tipos de estos 3 temas.

Pregunta 5:

¿Qué cree que es la razón detrás de la alta tasa de mortalidad de las pymes?

Respuesta 5:

Yo veo que hay un par de barreras internas fuertes que una de ellas es justamente la falta de estrategias financieras y comerciales. Un buen entendimiento del mercado. Que eso está amarrado, justamente al hecho de que no siempre las empresas entienden bien su modelo de negocio o no entienden bien el modelo de negocio que debería tener la industria en la que están. Hay empresas que manejan el negocio de la fruta y piensan que necesariamente tienen que producir, pero no necesariamente. Pueden ir muy bien haciendo un outsourcing, maquilando y eso les puede dar ciertas ventajas. Otro elemento interesante que yo no dejaría de lado es si entienden efectivamente las herramientas de promoción comercial. Hay mucha información un poco dispersa, que aparentemente podemos decir que las empresas entienden lo que supone ir a una feria o asistir a una Rueda de negocios, pero no necesariamente entiendan la importancia de lo que supone tener un plan de trabajo o un sistema de evaluación de ese evento o su seguimiento. Existe información previa que te dice que si hay correlación entre lo que supone tener una buena herramienta comercial y como esto apoya a negocios en el mediano y largo plazo.

Pregunta 6:

Según lo investigado, hemos podido encontrar que se dice que el Perú es un país emprendedor, mas no innovador. ¿Entonces queríamos preguntarle cómo podrían innovar las pymes agroexportadoras para poder enfrentar esta barrera de la competitividad internacional?

Respuesta 6:

Últimamente se entiende el tema este emprendimiento de una manera más marquetera que los que antes. Pero el emprendimiento común es no tener canales o estructuras formales. Un aspecto que creo no está ayudando es que en la Universidad no se está vinculando con estas estrategias de formar capacidades donde las empresas están muy metidas, y muchos cuando entren a trabajar al sector privado y trabajen con empresas, van a ver que van a tener que reconstruir la lógica de cómo vender y cómo acercarse a general la venta, porque eso no te lo enseña en la Universidad y que está un poquito separada de estas dinámicas que tienen que ver, por ejemplo, la ley de promoción agraria. La Universidad no siempre está, digamos, una voz activa y no. En Plan Nacional de acción del café, por ejemplo, es una herramienta fuerte planificación para el sector cafetalero lanzado en 2018 y no es necesariamente está vinculado a la Universidad. Hay un tema mucho más macro que tiene que entrar ahí.

Encuesta a William Arteaga Donayre -

Fecha: 10/02/2022

Introducción:

En base a los antecedentes de la investigación hemos desarrollado variables tanto para identificar las barreras externas como las internas. Estas variables están desarrolladas basándonos en la investigación de Oscar Malca del año 2014. Por el lado exógeno, el lado externo, están las variables como el idioma, las dificultades culturales, la competencia internacional, el tipo de cambio. En las barreras de conocimiento, variables internas, falta de conocimiento del potencial del mercado, falta de identificación de oportunidades comerciales, falta de personal calificado, falta de conocimiento de los programas de asistencia técnica que existen en las diferentes instituciones públicas y privadas. Por último, en las barreras de procedimiento, tanto internas como externas, se han determinado algunas variables como los altos costos de los fletes, las dificultades logísticas, los trámites burocráticos y la documentación requerida.

Lo que buscamos es validar estas variables o incluir otras variables que los expertos puedan plantear.

Pregunta 1:

¿Considera usted si las variables mencionadas previamente son las únicas con las cuales podemos trabajar o que deberíamos incluir algunas otras variables y también priorizarlas?

Respuesta 1:

Inicialmente debemos tener claro el concepto de una barrera ¿Se considera solo interna o también externa? Cuando yo pienso de barrera conceptualmente en el marco de los instrumentos de la política comercial es en barreras arancelarias y no arancelarias. La arancelaria es cuantitativa, numérica y específica y eso en el ámbito de la apertura comercial está disminuyendo. La visión que se tiene es que se están construyendo barreras no arancelarias.

Se debe tener claro y considerar desde la parte conceptual de los instrumentos de comercio exterior y en las barreras arancelarias y no arancelarias. Si consideramos las no arancelarias, tenemos temas administrativos, subsidios, dumping, las cuotas y los contingentes. Lo demás más que barreras podrían ser llamadas limitaciones.

Pregunta 2:

Considerando que en términos generales una barrera termina siendo un obstáculo o una limitación que afectan directamente a las Pymes agroexportadoras. Por favor indique sus comentarios.

Respuesta 2:

La definición de Pymes tiene dos acepciones. Una desde el punto de vista tributario y laboral y la otra es la que define Promperú según las rentas externas. Se define entonces que la población estudio de la presente investigación abarca aquellas empresas que exportan hasta 10 millones de dólares. A partir de ello se deben enfocar las barreras que afectan directamente a este grupo. Hoy en día podemos hablar también de la administración del comercio sobre las nuevas restricciones que son no arancelarias como las exigencias del etiquetado, los hexágonos y octógonos, consideradas como obstáculos.

Partiendo de ahí, para la Pyme una limitación podría ser la disponibilidad financiera. Por ejemplo, la empresa vende en cantidades, pero el pago que recibe por la venta es a 30 días, esto quiere decir que el exportador debe demandar una cantidad de dinero que le permita cubrir los gastos de los envíos. Lo más simple es conseguir la venta, la parte difícil es solventar los gastos de esta. Otra limitante que puede tener es el arribo de la mercadería. Esto último va por el lado de quien garantiza la calidad del producto exportado en el país destino. No tener un veedor al otro lado puede significar que el proveedor ponga excusas para no pagar como el decir que la mercadería llegó en mal estado. A esto se le podría llamar como limitantes de la parte operativa.

Pregunta 3:

¿Qué opina sobre lo que se dice que todos los exportadores de frutas frescas son los que más obstáculos enfrentan?

Respuesta 3:

Es cierto, a los exportadores de frutas frescas son a los que más los castigan. Esto por lo mencionado anteriormente. Los exportadores se ven condicionados a que las frutas lleguen en buen estado y a que haya alguien en el país destino que pueda corroborarlo.

Pregunta 4:

¿Qué otra limitación opina que debemos considerar en la investigación?

Respuesta 4:

Otra limitación podría ser el acceso al cupo aéreo o marítimo por la capacidad de operación de la empresa. Es decir, a pesar de poder ser una empresa que conoce el mercado y que tiene los fondos necesarios en algunas ocasiones, pero no se logra un cupo porque no se tiene volumen al ser una pyme.

En el comercio internacional hay dos variables que no se analizan y que el empresario las sufre: el financiamiento y el flete. Otra limitante objetiva es que pasa cuando se tiene alguna discrepancia. Se tendría que acudir al arbitraje y las Pymes no cuentan con un representante que los pueda asesorar.

Pregunta 5:

Y por el lado interno, Malca hace referencia al personal de la empresa, a la falta de gerencia como una limitante.

Respuesta 5:

Eso depende de que, si es una empresa que recién está empezando, si es una potencial. Pero en general si podemos decir que existe la limitante de la falta de personal con conocimientos técnicos.

Pregunta 6:

Muchas de las Pymes que exportan no logran establecerse en el mercado ¿Cuál considera una de las principales razones de la alta tasa de mortalidad de las Pymes agroexportadoras?

Respuesta 6:

Hay varias razones. Lo primero es mencionar que la mortalidad de las empresas no es algo que ocurre solamente en el Perú, sucede en muchos países. En otros países era muy fácil hacer una empresa y ahora en el Perú también es así. Luego con el paso del tiempo se da cuenta que la actividad exportadora es compleja y ahí comienzan a frenar las iniciativas. Los parámetros de calidad son diferentes, las normas son diferentes, el empaquetado, entre otros. Es por eso que muchas Pymes no logran continuar.

Pregunta 7:

Con respecto al tema del financiamiento ¿Cuál sería la diferencia en cuanto a las empresas exportadoras esporádicas y las continuas?

Respuesta 7:

Este es un tema que está relacionado con el conocimiento internacional. Los mercados competitivos requieren tres cosas: calidad definida, el precio de mercado y la continuidad de la oferta. En un inicio las agroexportadoras peruanas exportaban mango; sin embargo, solo tienen exportaciones durante tres meses y el resto del año no tienen ingresos para abastecer los gastos, por lo que ahora las empresas que logran mantenerse no solo se dedican a exportar un solo producto, exportan más de uno para abastecerse durante todo el año y así repiten el ciclo.

Si soy una pyme con exportaciones esporádicas no soy una empresa que está siendo racional desde el punto de vista económico ni financiero ni estoy estructurando correctamente mis costos. Se podría justificar como un inicio, como en la etapa de aprendizaje, pero luego de ello muchas empresas prefieren no exportar sino vender localmente sus productos a otro exportador y así evitar los riesgos financieros.

Pregunta 8:

¿Considera que las políticas de promoción de exportaciones son suficiente apoyo para las Pymes para que logren el proceso de internacionalización o de lo contrario que se podría mejorar o implementar? Sabemos que existen, pero muchos de los exportadores desconocen de ellas o no las aprovechan al máximo.

Respuesta 8:

Yo considero que falta hacer más promoción. No hay capacidades en regiones en donde no les está llegando esta información. El presupuesto de Promperú se queda corto, además de que Promperú debe ser un articulador de varios sectores; sin embargo, se juega el papel solo. La promoción es la parte final de la acción del gobierno, es comunicar la propuesta de valor de un producto o actividad al comprador. Se puede hacer más, pero los recursos son limitados.

Pregunta 9:

¿Cómo podrían enfrentar las Pymes las barreras o limitaciones de la competitividad internacional?

Respuesta 9:

Dependiendo de la limitación, pero la mejor forma es la asociatividad. La sociedad, porque tratándose de operaciones de volumen, el rol de los gremios, de la cámara de comercio, de Promperú, de las oficinas comerciales, es importante. Los gremios compran al por mayor, contratan servicios al por mayor y los gastos se distribuyen entre los asociados, disminuyendo así los costos.



Anexo 2: Encuestados

Empresas	Cantidad de Encuestados	Actividad de la Empresa
Agrícolas Y Forestales S.A.C.	1	Comercialización De Café Y Cacao
Cooperativa Agraria Aproeco	1	Agroexportación
Cooperativa De Servicios Múltiples Sol & Café Ltda	1	Producción Y Comercialización De Cacao En Grano Seco
Proserla SAC	1	Agro
Cooperativa Agraria Acopagro Ltda	1	Producción De Café
Cooperativa De Servicios Múltiples Frutos De Selva	1	Agroexportación
Origin Coffee Lab Sac	1	Agroexportación
Peruvian Harvest Agronegocios Sac	1	Exportación De Frutos Frescos
Asociación De Productores Y Exportadores De La Joya	1	Producción Y Exportación De Café
Agrícola Cerro Prieto	1	Agroexportación De Frutos Rojos
Coop. Agraria Ecológica Cafetera De Lonya Grande	1	Elaboración De Chocolate
Hortifrut Perú	1	Producción Y Exportación De Maracuyá
Industrias Mayo (Orquídea Chocolate)	1	Comercialización De Café Y Cacao
Quicornac	1	Agroexportación

Anexo 3: Cuestionario

El siguiente cuestionario se aplica a expertos en el rubro agroexportador, específicamente, a la gerencia de Pymes con la finalidad de obtener información sobre la investigación en curso para el posterior análisis de los resultados. Su participación es voluntaria, por eso la información recogida es confidencial y solo se emplea con fines de investigación.

N	Preguntas	Respuestas
1	Nombre de la empresa	
2	Actividad de la empresa	

Características de la empresa

Pregunta 1: Tamaño de la empresa

- a. Micro (menos de \$100,000 al año)
- b. Pequeña (de \$100,000 - \$1,000,000 al año)
- c. Mediana (de \$1,000,000 a \$10,000,000 al año)
- d. Grande (más de \$10,000,000 al año)

Pregunta 2: ¿En qué región está ubicada la empresa?

- a. Región Costa
- b. Región Sierra
- c. Región Selva

Pregunta 3: Clasificación de empresa exportadora

- a. Empresa Exportadora Continua (5 o más años de exportaciones continuas)
- b. Empresa Exportadora Esporádica (no tienen continuidad en su evolución exportadora)
- c. Empresa Exportadora Única (exportaron solamente una vez)

Barreras a la Exportación de Pymes Agroindustriales

Definiendo barreras a la exportación como: todos aquellos obstáculos, limitaciones actitudinales, estructurales, operativas y otras que disuade o impiden la capacidad para iniciar, desarrollar o mantener las operaciones comerciales en los mercados extranjeros. (Leonidou, 1995; Leonidou, 2004) Por favor indique el nivel de importancia que usted considera sobre cada barrera de exportación

Pregunta 4: Barreras de Conocimiento

- a. Falta de conocimiento del potencial de mercados de exportación y/o de sus oportunidades en el extranjero
- b. Falta de personal técnico dedicado al planteamiento exportador
- c. Falta de conocimiento de programas sobre asistencia exportadora

- [1] Muy importante
- [2] Importante
- [3] Moderadamente importante
- [4] Poca importancia
- [5] Sin importancia

Muy	1	2	3	4	5	Sin
importante	_____	_____	_____	_____	_____	importancia

Pregunta 5: Barreras de Recursos

- a. Insuficiente capacidad de producción de la empresa
- b. Falta de financiamiento

- [1] Muy importante
- [2] Importante
- [3] Moderadamente importante
- [4] Poca importancia
- [5] Sin importancia

Muy	1	2	3	4	5	Sin
importante	_____	_____	_____	_____	_____	importancia

Pregunta 6: Barreras de Procedimiento

- a. Dificultades logísticas y/o documentación y trámites requeridos
- b. Idiomas y/o diferencia cultural

- [1] Muy importante
- [2] Importante
- [3] Moderadamente importante
- [4] Poca importancia
- [5] Sin importancia

Muy importante 1 2 3 4 5 Sin importancia

Pregunta 7: Barreras Exógenas

- a. Fuerte competencia internacional
- b. Inestabilidad política en el país destino
- c. Tipo de cambio

- [1] Muy importante
- [2] Importante
- [3] Moderadamente importante
- [4] Poca importancia
- [5] Sin importancia

Muy importante 1 2 3 4 5 Sin importancia

Tema Libre

Pregunta 8: Por favor indicar si existiera otra barrera a la exportación que no haya sido incluida y su grado de importancia

- a. No opina (Sin comentarios)
- b. Otro _____

Anexo 4: Tabla de respuestas al cuestionario

Encuestados	Características de la Empresa	Barreras a la Exportación de Pymes Agroindustriales	Sugerencia Adicional
Encuestado #1 - Agrícolas y Forestales S.A.C.	P1: c	P4: 1,1,1	
	P2: c	P5: 3,3	P8: a
	P3: a	P6: 2,2 P7: 2,2,2	
Encuestado #2 - Cooperativa Agraria APROECO	P1: b	P4: 2,1,1	
	P2: a	P5: 2,2	P8: a
	P3: a	P6: 2,3 P7: 2,2,1	
Encuestado #3 - Cooperativa de Servicios Múltiples Sol & Café LTDA	P1: d	P4: 2,2,2	
	P2: c	P5: 3,1	P8: a
	P3: a	P6: 1,2 P7: 2,1,2	
Encuestado #4 - Proserla S.A.C	P1: d	P4: 2,1,2	P8: Oferta de servicio portuario / Disponibilidad de líneas navieras
	P2: a	P5: 2,2	
	P3: a	P6: 2,1 P7: 2,1,1	
Encuestado #5 – Cooperativa Agraria Acopagro LTDA	P1: d	P4: 2,2,3	
	P2: c	P5: 3,3	P8: a
	P3: a	P6: 3,1 P7: 3,2,1	
Encuestado #6 – Cooperativa de Servicios Múltiples Frutos de la Selva	P1: a	P4: 2,1,2	P8: Falta de asesoramiento por parte de las entidades públicas
	P2: c	P5: 2,1	
	P3: a	P6: 1,3 P7: 2,1,1	
Encuestado #7 –	P1: b	P4: 3,1,4	P8: a
	P2: b	P5: 2,1	
	P3: 7	P6: 2,3 P7: 3,2,2	
Encuestado #8 –	P1: b	P4: 1,3,3	P8: Tipo de transporte marítimo
	P2: c	P5: 4, 3	
	P3: 7	P6: 3,3 P7: 3,3,1	
Encuestado #9 –	P1: a	P4: 2,1,2	P8: a
	P2: b	P5: 2,1	
	P3: 7	P6: 2,3 P7: 2,1,2	

(Continua)

(Continuación)

Encuestados	Características de la Empresa	Barreras a la Exportación de Pymes Agroindustriales	Sugerencia Adicional
Encuestado #10 –	P1: c P2: a P3: a	P4: 2,1,2 P5: 1,3 P6: 2,4 P7: 2,1,2	P8: No hay suficiente asesoría para los que recién inician este proceso de querer exportar
Encuestado #11 –	P1: c P2: c P3: a	P4: 2,2,3 P5: 1,1 P6: 2,4 P7: 2,1,1	P8: a
Encuestado #12 – Hortifrut Perú	P1: b P2: a P3: b	P4: 1,1,2 P5: 1,1 P6: 2,2 P7: 2,2,2	P8: a
Encuestado #13 –	P1: c P2: c P3: b	P4: 3,2,3 P5: 2,2 P6: 2,3 P7: 2,2,3	P8: Poco apoyo por parte del Estado
Encuestado #14 – Quicomac	P1: c P2: a P3: a	P4: 2,3,3 P5: 2,1 P6: 2,3 P7: 3,1,2	P8: a

Tesis Turnitin Anton Chavez

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
2	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.up.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	ebin.pub Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad de Lima Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	1%
9	www.lamolina.edu.pe Fuente de Internet	<1%

10	documentos.bancomundial.org Fuente de Internet	<1 %
11	biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar Fuente de Internet	<1 %
12	bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083 Fuente de Internet	<1 %
13	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
15	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1 %
16	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
17	moam.info Fuente de Internet	<1 %
18	repositorio.adp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
19	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
20	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %

21	Submitted to Infile Trabajo del estudiante	<1 %
22	Submitted to Universidad Nacional de Colombia Trabajo del estudiante	<1 %
23	repository.unipiloto.edu.co Fuente de Internet	<1 %
24	documentop.com Fuente de Internet	<1 %
25	revistas.up.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	idoc.pub Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 25 words

Excluir bibliografía

Activo