

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración y Negocios
Internacionales

Tesis

**Percepción de las capacidades de la oferta exportable
de los productores de anís del distrito de Curahuasi,
Apurímac, 2023**

Danna Brith Cartagena Ccaihuari
Edith Stephany Vicencio Segovia
Washington Pichihua Vargas

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Huancayo, 2025

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

**INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE
INVESTIGACIÓN**

A : Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa
DE : **MIGUEL ANGEL CAPUÑAY REÁTEGUI**
Asesor de trabajo de investigación
ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación
FECHA : 14 de mayo de 2025

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

Título:

"PERCEPCION DE LAS CAPACIDADES DE LA OFERTA EXPORTABLE DE LOS PRODUCTORES DE ANIS DEL DISTRITO DE CURAHUASI, APURIMAC, 2023".

Autores:

1. **DANNA BRITH CARTAGENA CCAIHUARI** – EAP. **Administración y Negocios Internacionales**
2. **EDITH STEPHANY VICENCIO SEGOVIA** – EAP. **Administración y Negocios Internacionales**
3. **WASHINGTON PICHIHUA VARGAS** – EAP. **Administración y Negocios Internacionales**

Se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 13 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores
Nº de palabras excluidas 40 palabras: SI NO
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI NO

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,



Asesor de trabajo de investigación

Asesor

Mag. Miguel Ángel Capuñay Reátegui

Agradecimiento

A todas las personas que hicieron posible la realización de esta tesis. A nuestras familias, por su apoyo incondicional, paciencia y comprensión a lo largo de esta travesía académica. A nuestros profesores y asesores, cuyas enseñanzas y orientación fueron fundamentales para nuestro crecimiento académico y personal. También a nuestros amigos, por brindarnos su amistad y aliento en momentos de desafío.

Dedicatoria

A Dios, por ser mi guía y el forjador de mi camino. A mis padres, que son maravillosos, son mi pilar ante cualquier derrumbe y mi apoyo incondicional en todo lo que hago, a mis queridos hermanos, por darme la fuerza necesaria y creer en mí. Y al amor de mi vida, por darme el soporte emocional para seguir y no dejarme vencer, mi pequeña Camila Parwa.

Edith Stephany

A Dios, por dame vida y fortaleza. A mi familia, por haberme brindado la oportunidad de continuar con mis estudios y saber que cuento con su respaldo incondicional y por haberme enseñado que con esfuerzo, trabajo y constancia, todo se logra.

Danna Brith

Con todo mi corazón, a Dios y a mis padres, Julia y Faustino, ya que, sin ellos, nada sería posible; por tal motivo, brindo mi tesis en ofrenda por vuestro apoyo, paciencia y amor incondicional. Eternamente agradecido.

Washington

Índice de Contenidos

Asesor	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Índice de Contenidos.....	vii
Lista de Tablas	xii
Lista de Figuras.....	xiii
Resumen.....	xvi
Abstract.....	xvii
Introducción.....	18
Capítulo I.....	20
Planteamiento del Problema	20
1.1. Delimitación de la investigación	20
1.1.1. Territorial.....	20
1.1.2. Temporal	20
1.1.3. Conceptual.....	20
1.2. Planteamiento del Problema.....	21
1.3. Formulación del Problema	27
1.3.1. Problema General	27
1.3.2. Problemas Específicos.....	27
1.4. Objetivos de la Investigación	28
1.4.1. Objetivo General	28
1.4.2. Objetivos Específicos	28
1.5. Justificación de la Investigación	28

1.5.1. Justificación Teórica.....	28
1.5.2. Justificación Práctica.....	29
Capítulo II.....	30
Marco Teórico	30
2.1. Antecedentes de Investigación.....	30
2.1.1. Artículos Científicos.....	30
2.1.2. Tesis Nacionales e Internacionales.....	32
2.2. Bases Teóricas.....	34
2.2.1. Oferta Exportable	34
2.2.2. Importancia.....	35
2.2.3. Capacidad Productiva.....	36
2.2.3.1. Calidad del Producto.	36
2.2.3.2. Cantidad de Producción.....	37
2.2.3.3. Uso de Tecnología en la Producción	37
2.2.3.4. Infraestructura para la Producción	37
2.2.4. Capacidad Económico-Financiera.....	37
2.2.4.1. Precio.....	38
2.2.4.2. Acceso a Financiamiento.....	38
2.2.4.3. Impuestos	38
2.2.4.4. Costos.....	38
2.2.5. Capacidad Comercial	39
2.2.5.1. Certificaciones.....	39
2.2.5.2. Plazos de Entrega	39
2.2.5.3. Información Comercial.....	40
2.2.5.4. Asociatividad.....	40

2.2.5.5. Infraestructura Logística.....	40
2.2.6. Capacidad de Personal y Gestión	40
2.2.6.1. Existencia de Número de Trabajadores.....	41
2.2.6.2. Tipo de Personal.....	41
2.2.6.3. Habilidades y Destrezas	41
2.2.6.4. Gestión a Largo Plazo.	42
2.2.6.5. Gestión y Manejo Empresarial	42
2.3. Definición de Términos Básicos	42
2.3.1. Potencial Exportador	42
2.3.2. Capacidad Exportadora	42
2.3.3. Cadena de Valor	43
2.3.4. Estrategias de Exportación	43
2.3.5. Exportación	43
2.3.6. Comercio Internacional	43
2.3.7. Oferta Exportable	43
2.3.8. Producto no Tradicional	44
2.3.9. Capacidad Comercial	44
2.3.10. Competitividad	44
Capítulo III.....	45
Variables	45
3.1. Identificación de Variables.....	45
3.2. Operacionalización de Variables.....	45
Capítulo IV	47
Metodología.....	47
4.1. Enfoque de la Investigación	47

	x
4.2. Tipo de Investigación.....	47
4.3. Nivel de Investigación.....	47
4.4. Métodos de Investigación.....	48
4.4.1. Método General.....	48
4.4.2. Método Específico.....	48
4.5. Diseño de Investigación	48
4.6. Población y Muestra.....	49
4.6.1. Población.....	49
4.6.2. Muestra.....	49
4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	51
4.7.1. Técnicas.....	51
4.7.2. Instrumentos	52
Capítulo V.....	55
Resultados	55
5.1. Descripción del Trabajo de Campo.....	55
5.2. Presentación de Resultados	55
5.2.1. Objetivo Específico 1: Identificar la Percepción de la Capacidad Productiva de los Productores de Anís del Distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023	56
5.2.1.1. Análisis por pregunta	56
5.2.1.2. Análisis por Dimensión.....	63
5.2.2. Objetivo Específico 2: Identificar la Percepción de la Capacidad Económico- Financiera de los Productores de Anís del Distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023	64
5.2.2.1. Análisis por Pregunta	64
5.2.2.2. Análisis por Dimensión.....	69

5.2.3. Objetivo específico 3: Identificar la Percepción de la Capacidad Comercial de los Productores de Anís del Distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023.....	70
5.2.3.1. Análisis por Preguntas.....	70
5.2.3.2. Análisis por dimensión.....	78
5.2.4. Objetivo Específico 4: Identificar la Percepción de la Capacidad del Personal y Gestión de los Productores de Anís del Distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023	79
5.2.4.1. Análisis por Pregunta	79
5.2.4.2. Análisis por Dimensión.....	84
5.2.5. Objetivo General: Identificar la Percepción de las Capacidades de la Oferta Exportable de los Productores de Anís del Distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023	85
5.3. Discusión de Resultados	86
Conclusiones	91
Recomendaciones.....	93
Referencias.....	95
Apéndices	104

Lista de Tablas

Tabla 1. Lista de los 10 países más exportadores de anís en 2023	23
Tabla 2. Operacionalización de variables	45
Tabla 3. Listado de productores de anís	50
Tabla 4. Confiabilidad del instrumento.....	53
Tabla 5. Rangos y magnitudes de confiabilidad	53
Tabla 6. Expertos que validaron el instrumento.....	54
Tabla 7. Nivel de percepción de la capacidad productiva.....	63
Tabla 8. Nivel de percepción de la capacidad económico-financiera	69
Tabla 9. Nivel de percepción de la capacidad comercial	78
Tabla 10. Nivel de percepción de la capacidad del personal y gestión de los productores.....	84
Tabla 11. Nivel de percepción de las capacidades de la oferta exportable	85

Lista de Figuras

Figura 1. P1. Ud. cree que los estándares que exige el mercado exterior cumplen sus productos	56
Figura 2. P2. Los procesos y gestión de sus productos ayudan a la calidad de estos para que sean aceptados en el mercado internacional.....	57
Figura 3. P3. El nivel de mermas del producto se encuentra controlado	58
Figura 4. P4. Los equipos y maquinarias se encuentran calificadas con nivel alto de tecnología	59
Figura 5. P5. Los equipos y maquinarias se encuentran calificados con nivel alto de tecnología	60
Figura 6. P6. Durante el tiempo que gestionan la planta, han sufrido problemas de plagas y enfermedades.....	61
Figura 7. P25. En algún momento su empresa ha tenido problemas de abastecimiento de la cantidad solicitada para la exportación	62
Figura 8. Nivel de percepción de la capacidad productiva.....	63
Figura 9. P9. Se puede mencionar que el precio que pagan las empresas del exterior es competitivo.....	64
Figura 10. P10. La empresa cuenta con alguna política financiera	65
Figura 11. P11. La empresa tiene una robustes financiera (entiéndase ello, si tiene más activos que pasivos)	66
Figura 12. P12. Ud. cree que los impuestos que se encuentran afectos para la exportación de sus productos son los correctos	67
Figura 13. P23. Ud. cree que haciendo uso de intermediarios ayudaría a manejar menores costos	68

Figura 14. Nivel de percepción de la capacidad económico-financiera.....	69
Figura 15. P14. Ud. cree que las certificaciones emitidas por entes técnicos y de gestión de calidad son importantes para su empresa.....	70
Figura 16. P15. La normatividad vigente permite mejorar la posición competitiva de los productos que vende al exterior	71
Figura 17. P16. Para Ud. ¿los plazos de entrega estipulados en el contrato son los adecuados?	72
Figura 18. P17. La información que cuenta la empresa es la adecuada para la toma de decisiones	73
Figura 19. P18. La asociatividad es el motor que permite generar mejores condiciones para la exportación de sus productos	74
Figura 20. P7. El control del proceso logístico se puede considerar como muy riguroso, para poder evitar robos de los productos	75
Figura 21. P20. La infraestructura logística de la provincia es la adecuada para la exportación de sus productos	76
Figura 22. P22. La exportación de sus productos se realiza de manera directa y le permite la gestión del proceso logístico	77
Figura 23. Nivel de percepción de la capacidad comercial	78
Figura 24. P8. La empresa cuenta con facilidad para el acceso a mano de obra calificada y no calificada	79
Figura 25. P21. La empresa cuenta con flexibilidad en el desarrollo de sus actividades y le permite adecuarse con facilidad a los cambios del entorno	80
Figura 26. P24. La empresa cuenta con facilidad para el acceso a mano de obra calificada y no calificada	81
Figura 27. P19. La imagen del país fomenta el comercio exterior.....	82

Figura 28. P13. Existen instituciones que le brindan soporte en el proceso, estas instituciones cumplen con ese propósito 83

Figura 29. Nivel de percepción de la capacidad del personal y gestión de los productores..... 84

Figura 30. Nivel de percepción de la capacidad del personal y gestión de los productores..... 85

Resumen

La presente investigación analizó la percepción de las capacidades de la oferta exportable de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023. El estudio, de enfoque cuantitativo, tipo básico y nivel descriptivo, empleó un diseño no experimental con aplicación de cuestionarios a 39 productores para evaluar cuatro dimensiones clave: capacidad productiva, económica-financiera, comercial y de personal y gestión. Los resultados indican que la mayoría de los productores percibe un nivel bajo en sus capacidades exportables, siendo la capacidad productiva la más deficiente con un 56.4 % en nivel bajo, seguida de la capacidad comercial con un 53.8 % y la capacidad del personal y gestión con un 51.3 %. La capacidad económica-financiera también presenta dificultades, con un 48.7 % de los productores en nivel bajo. Se concluye que los productores tienen una percepción baja sobre sus capacidades de oferta exportable, lo que refleja limitaciones en infraestructura, financiamiento, estrategias de venta y gestión.

Palabras claves: capacidades, cumplimiento, dimensiones, oferta exportable

Abstract

The present research analyzed the perception of the exportable supply capacities of anise producers in the district of Curahuasi, Apurímac, 2023. The study, with a quantitative approach, of a basic type and descriptive level, employed a non-experimental design with the application of questionnaires to thirty-nine producers to evaluate four key dimensions: productive, economic-financial, commercial, and personnel and management capacity. The results indicate that most producers perceive a low level of exportable capacities, with productive capacity being the most deficient at 56.4 % in the low level, followed by commercial capacity at 53.8 % and personnel and management capacity at 51.3 %. Economic-financial capacity also presents difficulties, with 48.7 % of producers at a low level. It is concluded that producers have a low perception of their exportable supply capacities, reflecting limitations in infrastructure, financing, sales strategies, and management.

Keywords: capabilities, compliance, dimensions, exportable supply

Introducción

Los negocios internacionales se desarrollan para generar competitividad en de las empresas en los mercados internacionales, por ello deben estar alineadas al manejo responsable de las empresas, potencien sus capacidades, ayuden y soporten dicha competitividad, por ello existe este estudio de la oferta exportable en productos no tradicionales que permitiese identificar *in situ* las acciones por seguir con la finalidad de dirigirse al camino de la competitividad, por ello la organización de la tesis se desarrolló sobre la base de capítulos que permitieron ayudar a cumplir los objetivos planteados.

En el capítulo I, se denomina planteamiento del problema, donde se identifica las principales dificultades que cuentan los sujetos de estudio, para posteriormente formular el problema, los objetivos y sus justificaciones.

El capítulo II, marco teórico, donde se genera el sustento teórico bibliográfico que soporta la tesis, ello ayuda a aclarar el dimensionamiento de la investigación que soportara a nivel teórico, por ello se encuentra estructurado con antecedentes y bases teóricas.

El capítulo III, hipótesis y variables, donde se presentan las hipótesis de investigación y se identifica la variable de estudio junto con su operacionalización, lo que permite establecer una estructura clara para el análisis posterior.

El capítulo IV, metodología, donde se muestra el soporte de la estructura de la investigación sobre la base del método, enfoque, nivel, diseño, identificación de población y muestra y el instrumento de recojo de información.

El capítulo V, resultados, esta se encuentra organizada con la finalidad de responder a los objetivos planteados, esa organización se basa en identificar las capacidades, después las dimensiones de la oferta exportable que más impacto tienen en los sujetos de estudio.

Y, finalmente, las conclusiones y recomendaciones a las que se arriba de acuerdo con los resultados obtenidos.

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1. Delimitación de la investigación

1.1.1. Territorial.

La presente investigación se desarrolló en el distrito de Curahuasi, provincia de Abancay, departamento de Apurímac.

1.1.2. Temporal.

La presente investigación tuvo una duración de cuatro meses, iniciando en junio y terminando en setiembre del 2023.

1.1.3. Conceptual.

La investigación se centró en el análisis de las competencias organizacionales vinculadas directamente con la generación de una oferta exportable competitiva, en este contexto, el estudio se delimita conceptualmente a las capacidades dinámicas y específicas que permiten a las empresas o asociaciones diseñar, producir y comercializar bienes o servicios destinados a mercados internacionales, asimismo, se excluyen factores externos, tales como políticas públicas, condiciones macroeconómicas o barreras arancelarias, para enfocarse exclusivamente en las variables internas que impactan directamente en la capacidad exportadora de las organizaciones. De este modo, la investigación adopta como base la teoría formulada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur, 2024), que establece que una empresa debe desarrollar ciertas capacidades fundamentales para sostener la oferta de productos con miras a la exportación, entre las que destacan la capacidad productiva para asegurar volúmenes y estándares de calidad adecuados, la capacidad económico-financiera que

garantiza estabilidad y liquidez, la capacidad comercial para posicionarse en mercados estratégicos, y la capacidad de gestión del capital humano para implementar procesos eficientes y sostenibles.

1.2. Planteamiento del Problema

A nivel internacional, el mercado de exportación de productos enfrenta desafíos significativos debido a la alta competencia, los estándares estrictos de calidad y seguridad alimentaria, así como las fluctuaciones en la demanda y oferta internacional, dentro de este contexto, los países con economías emergentes buscan diversificar su oferta exportable mediante productos no tradicionales, como hierbas y especias. Se espera que el crecimiento continúe hasta 2027, donde los mercados de especias y condimentos más representativos son América del Norte, Europa, APAC, América del Sur y Oriente Medio (EnAalimentos, 2023).

Datos que también se ven reflejados en el informe de Cepal, donde señala un crecimiento de 4 % en las exportaciones de América Latina y el Caribe, en especial en exportaciones agrícolas (11 %), minería y petróleo (5 %) y manufacturas (3 %), teniendo mayor alza en el Caribe (23 %) y América del Sur (5 %) (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2024).

Sin embargo, los pequeños productores enfrentan limitaciones relacionadas con su capacidad productiva, el acceso a financiamiento, la certificación internacional y la falta de estrategias comerciales efectivas para posicionar sus productos en destinos de alto valor agregado, como en el caso de México, que a pesar de ser uno de los principales proveedores de Estados Unidos, no logra destacarse en mercados internacionales, situación reflejada en organizaciones agrícolas, de manufactura, especias y demás, que para sostener una oferta competitiva en el mercado global, deben mejorar sus productos y gestión comercial; pero, es usual que los productores no cuenten con el diseño de una cadena de suministros, ni con apoyo

para la comercialización para garantizar una mejor distribución y competitividad (Santamaria y Gutiérrez, 2022).

Tabla 1

Lista de los 10 países más exportadores de anís en 2023

Exportadores	Valor exportado en 2023 (miles de USD)	Saldo comercial 2023 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2023	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2022-2023 (%)	Participación en las exportaciones mundiales (%)
Mundo	1 794 377	108 629	0	No medida		35	100
India	812 364	604 065	293 735	Toneladas	2766	33	45,3
China	190 674	-11 165	32 499	Toneladas	5867	120	10,6
Vietnam	84 044	66 677	17 587	Toneladas	4779	-1	4,7
Egipto	79 611	55 116	0	No medida		69	4,4
Emiratos Árabes Unidos	68 759	-21 507	0	No medida		71	3,8
República Árabe Siria	64 430	60 236	0	No medida		42	3,6
Rusia, Federación de	63 570	58 165	80 429	Toneladas	790	10	3,5
Turquía	58 435	21 584	17 127	Toneladas	3412	53	3,3
Alemania	37 340	-16 110	4992	Toneladas	7480	8	2,1

Nota. Tomada de Trademap.

El análisis del mercado mundial de anís revela que India lidera con el 45,3 % de participación global y una tasa positiva de crecimiento del 33 %, seguida por China que alcanzó un impresionante incremento del 120 % en 2023. Notablemente, seis países asiáticos figuran entre los diez principales exportadores, demostrando el dominio regional en este sector. Los datos evidencian una marcada concentración del mercado, donde los cinco primeros exportadores acumulan aproximadamente el 69 % del valor total comercializado. Respecto a precios unitarios, Alemania presenta el más alto con 7.480 USD/tonelada, contrastando significativamente con Rusia que registra apenas 790 USD/tonelada, lo cual sugiere importantes diferencias en calidad o procesamiento del producto (Trademap, 2025).

Según Portal Bnamericas (2021), los problemas registrados en los servicios de transporte marítimo están afectando la cadena de valor de los exportadores en Perú, que enfrentan mayores costos de fletes y riesgos de tardanza en la entrega de los productos a sus clientes. Las causas subyacentes son el fuerte crecimiento del comercio mundial, los brotes de covid-19 en algunos puertos chinos y la escasez de contenedores como resultado de una inusual concentración de buques en Asia. «Hay casos en los cuales el costo de los fletes para exportación o importación es mayor al valor de los productos», dice el presidente del comité de servicios al comercio exterior de la asociación de exportadores Adex, Rafael del Campo, quien espera «un retorno a la normalidad hacia fines de 2023».

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2022), hasta la década de los 90, la política del Perú se caracterizaba por altos niveles de protección, lo que limitaba las exportaciones con productos primarios y mantenía bajos niveles comerciales. Los beneficios económicos no mejoraban el desarrollo económico y social. Ante esta situación, el país inició reformas comerciales prioritarias para impulsar la competitividad, reducir la pobreza e incrementar la inclusión social. En julio de 2002, se aprobó la ley que independizó al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), fortaleciendo la gestión comercial del país. Con

el apoyo técnico y financiero de entidades como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Mundial, la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos (Usaid), entre otras, se ha impulsado un ambicioso proceso de reformas que incluye eliminación y reducción de aranceles y de medidas no arancelarias, mediante negociaciones de nuevos acuerdos comerciales y de medidas unilaterales entre otros, e inversiones en actividades de la cadena productiva. Dentro de este contexto, se han logrado importantes avances en un significativo número de indicadores sociales. Por ejemplo, las tasas de pobreza vienen reduciéndose sostenidamente, de un 52 % en el 2003 a un 34,8 % en 2009, como resultado del crecimiento económico experimentado por Perú.

Según Promperú (2023), la balanza comercial peruana ha mostrado una ligera mejora gracias al sostenimiento de la economía, aunque persiste la dependencia de los productos mineros; sin embargo, destaca el crecimiento constante de las exportaciones de productos no tradicionales y no minero-energéticos, asimismo, al comparar la evolución de las exportaciones a precio FOB del Perú desde el 2020 hasta mayo del 2023, se observa una tendencia de crecimiento sostenido, en particular, el sector no minero-energético ha mantenido un avance positivo, mostrando incrementos significativos año tras año. Dentro de este sector, el agropecuario ha registrado un notable incremento debido a una oferta creciente de productos no tradicionales, como el anís, siendo parte de los productos como badiana, hinojo, cilantro, comino y bayas de enebro que han consolidado su presencia en mercados de destino como Argelia, Estados Unidos, España, Italia y Japón, destacándose el 2023 por una recuperación sustancial en estas exportaciones.

En el caso de la región Apurímac, el Instituto Nacional de Innovación Agraria (2020), los agricultores del distrito de Curahuasi aumentaron a 10 toneladas la producción de anís ecotipo, mediante la ejecución de proyecto de innovación para el incremento de la productividad financiado por el Ministerio de Agricultura y Riego [Minagri] mediante el

Instituto Nacional de Innovación Agraria [INIA]. Para ello, el INIA-Minagri empleó fondos de más de 200 mil soles con la finalidad de implementar tecnología para la fertilización según análisis de suelo, sistema de riego tecnificado, control fitosanitario, deshierbo y desahije, cosecha y postcosecha mejorada. Esto permitió que los beneficiarios de la Cooperativa de Servicios Especiales Agroindustriales Chacra Verde [COOPSECHAV], incrementen la productividad a alrededor de 540 kilos de anís por hectárea en campaña, además del aumento de la cantidad de 100 a 200 kilos para la producción de derivados. Entre las principales actividades financiadas se tiene la instalación de 3 parcelas demostrativas para la transferencia tecnológica, soporte técnico permanente y personalizado, módulo de transformación en subproductos, establecimiento de 30 parcelas de producción y construcción de un invernadero para la recuperación de semillas. Con proyectos de innovación y tecnología, el INIA-Minagri mediante su Programa Nacional de Innovación Agraria, busca potenciar la agricultura familiar con un enfoque agroexportador mediante la investigación científica, la generación de semillas de alta calidad genética y la transferencia de tecnologías para el mejor cuidado de los cultivos.

Es por lo que la producción de anís se ha consolidado como una actividad agrícola importante en el distrito de Curahuasi; sin embargo, los productores enfrentan serias limitaciones en la capacidad de ofrecer este producto al mercado internacional, que afecta su percepción sobre su potencial exportador. Esto se debe a la falta de acceso a tecnologías adecuadas para mejorar la producción y el procesamiento, una baja asociatividad entre los productores, y un conocimiento insuficiente de las normas internacionales y arancelarias necesarias para exportar; además, las cadenas de valor no están bien estructuradas, lo que dificulta la competitividad del producto en mercados extranjeros (Patiño et al., 2022).

Si esta problemática no se aborda, los productores de anís en el distrito de Curahuasi continuarán enfrentado una serie de consecuencias negativas que van a limitar su desarrollo económico y productivo, la falta de acceso a mercados internacionales continuaría perpetuando

su dependencia en los mercados locales, caracterizados por una baja demanda y precios limitados, lo que reduce los ingresos de los agricultores y desincentiva la inversión en la mejora de la producción (Morales y Barrutia, 2022). Además, la ausencia de asociatividad y de una cadena de valor consolidada dificulta que los productores compitan frente a otras regiones o países con productos similares ya posicionados en los mercados globales, esto a su vez, generaba una pérdida de interés en el cultivo de anís como actividad económica principal, que afecta la sostenibilidad de la producción y limita las oportunidades de empleo local (Paredes et al., 2023). Asimismo, la falta de cumplimiento de normativas internacionales y la ausencia de certificaciones que garantizaran la calidad del producto impiden aprovechar los beneficios de los tratados de libre comercio existentes, dejando a Curahuasi fuera de las dinámicas de comercio internacional.

Tomando en consideración los párrafos anteriores, se pudo formular el problema de la presente investigación.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema General.

¿Cuál es la percepción de las capacidades de la oferta exportable de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023?

1.3.2. Problemas Específicos.

PE1. ¿Cuál es la percepción de la capacidad productiva de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023?

PE2. ¿Cuál es la percepción de la capacidad económico-financiera de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023?

PE3. ¿Cuál es la percepción de la capacidad comercial de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023?

PE4. ¿Cuál es la percepción de la capacidad del personal y gestión de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023?

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General.

Identificar la percepción de las capacidades de la oferta exportable de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023.

1.4.2. Objetivos Específicos.

OE01. Identificar la percepción de la capacidad productiva de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023.

OE02. Identificar la percepción de la capacidad económica - financiera de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023.

OE03. Identificar la percepción de la capacidad comercial de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023.

OE04. Identificar la percepción de la capacidad del personal y gestión de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023.

1.5. Justificación de la Investigación

1.5.1. Justificación Teórica.

Se justifica la presente investigación desde el punto de vista teórico, ya que aborda y recopila datos respecto a la oferta exportable, comercio internacional, desarrollo económico local y competitividad de las cadenas productivas, además de fortalecer la teoría aplicada a

empresas con necesidad de crecimiento o gestores académicos de estudios de caso. Asimismo, buscó contribuir en el análisis de cómo las capacidades productivas y de exportación se relacionan en el desarrollo económico de pequeños productores agrícolas, así como exponer la necesidad de potenciar factores clave como la calidad, el valor agregado y las cadenas de valor para consolidar una oferta exportable competitiva.

1.5.2. Justificación Práctica.

Desde el ámbito práctico, este estudio resultó relevante porque permitió identificar, mediante una metodología descriptiva y la aplicación de cuestionarios a los productores de anís del distrito de Curahuasi, las capacidades y limitaciones de su oferta exportable. Los resultados reflejaron percepciones clave de los productores, lo que facilitó un diagnóstico sobre las debilidades en aspectos como la capacidad económica, productiva, comercial y gestión. Aportó herramientas para que los productores comprendieran mejor su realidad exportadora y se plantearan estrategias orientadas al fortalecimiento de sus capacidades. Asimismo, los hallazgos generaron insumos valiosos para diseñar políticas públicas e intervenciones locales, enfocadas en mejorar la competitividad del anís de Curahuasi, dando paso a que los productores puedan acceder a mercados internacionales con una oferta de mayor calidad y valor agregado, incrementando sus ingresos y favoreciendo el desarrollo económico del distrito.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1. Antecedentes de Investigación

2.1.1. Artículos Científicos.

Mendoza et al. (2022), en su artículo plantea un modelo de gestión comercial cuyo propósito es contribuir al incremento de la oferta exportable del bambú en las ecorregiones, asentadas en la franja costera del Ecuador en el océano Pacífico. Asimismo, el estudio siguió una metodología correlacional y descriptiva, de enfoque mixto, considerándose como instrumento el cuestionario, aplicado a 195 campesinos agricultores. Los resultados indicaron que entre los factores que impiden la oferta exportable es la falta de capacitación en procesos logísticos (53.1 %), financiamiento insuficiente (22.4 %), escasas de tecnología (24 %), además de deficiencias en los procesos de producción, distribución y comercialización. Por lo tanto, concluye que el Modelo de Manufactura Esbelta, puede contribuir a mejorar en los procesos de producción, distribución y exportación.

Molina et al. (2020), en su artículo de investigación tuvo por objetivo analizar la potencialidad de oferta exportable en México, referido a seis mercados potenciales, siendo Australia, Vietnam, Nueva Zelanda, Singapur, Malasia y Brunei. El método aplicado fue mixto, al analizarse desde un enfoque documental e inferencial. Para la recopilación de información, se realizaron entrevistas a expertos. Los resultados indicaron que existe oportunidades de exportación y tratados comerciales, en especial en el sector alimenticio, automotriz y servicios; sin embargo, los acuerdos bilaterales aún no existen. En caso de Nueva Zelanda, México no es considerado un mercado potencial como tal, pero sí un país atractivo latinoamericano, en especial por la exportación de partes automotrices, por lo que la relación bilateral, sería beneficioso para ambos países, Nueva Zelanda por su exportación de productos lácteos y carne

ovina, y México por el servicio automotriz. Por lo mismo, los autores concluyen que existe oferta exportable en México, solo que necesita desprenderse de la zona de confort en su relación con Estados Unidos, para abrirse a nuevos mercados extranjeros.

Yllescas et al. (2021) en su artículo, cuyo objetivo fue estudiar acerca de la diversificación de la oferta exportable y las exportaciones peruanas. El estudio utilizó una metodología de revisión bibliográfica, enfocándose en el análisis de artículos científicos como Ebsco, Redalyc, Scopus. Los resultados revelaron que la diversificación de productos exportables ha permitido reducir la dependencia de sectores tradicionales como el minero, impulsando el crecimiento de rubros como el agroindustrial y textil. Asimismo, se destacó que las políticas públicas enfocadas en la innovación y la inclusión de productos con mayor valor agregado han sido determinantes para posicionar a Perú en nuevos mercados internacionales. Se concluye que, aunque países como Perú, Chile y Colombia han realizado importantes esfuerzos en el ámbito de la política de comercio exterior, siguen mostrando una alta dependencia de las exportaciones de productos primarios del sector minero, los cuales poseen un bajo valor agregado.

Coral et al. (2021) en su artículo tuvo como objetivo analizar la oferta exportable del sector agrícola de cacao en Nariño y las capacidades productivas de la región. Se alineó a una investigación de tipo descriptivo, empleando información oficial de la oferta exportable del cacao del departamento de Nariño en el periodo 2010-2018, brindado por DANE y DIAN, así como considerar como población a las pequeñas y medianas empresas del sector. Los resultados identificaron que la exportación estuvo concentrada en cinco subpartidas arancelarias relacionadas con productos de cacao, con Tumaco liderando la producción (67,52 %). Las exportaciones, que representaron el 8,61 % de la producción total (49 651.23 toneladas), tuvieron como principales destinos Países Bajos, Bélgica y España. Sin embargo, se observa un bajo grado de asociatividad, lo que limita la competitividad del sector. Además,

se resalta la necesidad de aplicar preferencias arancelarias derivadas de los TLC, con el fin de aumentar la facilidad del mercado en este producto. Concluye que, para una mejor oferta exportable del país, es necesario aumentar la capacidad tecnológica de la región, la calidad del producto, modelos endógenos y un mayor conocimiento del origen.

2.1.2. Tesis Nacionales e Internacionales.

Rodríguez y Rosero (2022), en su tesis su objetivo fue analizar los factores de la oferta exportable no petrolera del Ecuador y su capacidad comercial en el Puerto de Esmeraldas. La metodología fue descriptiva, no experimental. Los resultados indicaron que la oferta exportable del puerto pasó de 30 productos en el 2007 a tan solo 8 productos en 2019, y de esos 8 productos el 90 % de participación en el volumen total exportado pertenece a solo 2 productos: astilla de madera y aceite de palma. Asimismo, se obtuvo que los productos del sector forestal, tienen mayor ventaja comercial con Colombia y que si el puerto hubiera captado la producción parcial de estos productos en 2019 la capacidad instalada hubiera sido aprovechada en un 10,1 %. Estos son resultados desfavorables, puesto que el puerto tiene una buena ubicación geoestratégica, debido a que es el puerto más cercano al canal de Panamá y a la cuenca del Pacífico; sin embargo, no tiene una buena gestión para su potencialidad. Por lo que concluye que, si existe una buena capacidad de oferta exportable, esta se ve afectada por la inadecuada gestión del puerto.

Ortega (2022), en su estudio tuvo por objetivo establecer la oferta exportable de la producción de aguacate HASS para el municipio de Bochalema – norte de Santander, con el propósito de comercializar en el mercado estadounidense. La metodología siguió un enfoque cuantitativo, descriptivo, no experimental, teniendo como población a las 73 unidades productivas de Bochalema registradas en el asociación hortofrutícola y como instrumento se recurrió al análisis documental de logística y costo de exportación del producto, además de un

cuestionario semiestructurado. Los resultados indicaron que la comercialización del aguacate solo se realiza de manera interna en la región, puesto que no cuentan con la capacidad de exportación a otros lugares dentro y fuera del país, a pesar de contar con las áreas productivas y de tener una buena calidad del producto. Además, de que solo el 33 % presenta conocimiento en el proceso y trámites de comercio exterior y el resto lo desconoce. Se concluye que la oferta exportable de la producción del aguacate es baja, aunque se cuenta con los terrenos para una mayor producción, además, la exportación a Estados Unidos no se lleva a cabo por desconocimiento y por falta de producción.

Rodrigo y Vega (2023), en su tesis el objetivo fue estudiar la oferta exportable de la chirimoya en los agricultores de Callahuanca – Huarochirí. El estudio se alineó a una metodología descriptiva, empleándose como instrumento una entrevista semiestructurada, aplicada a diez agricultores de chirimoya de la región. Los resultados indicaron que existe una limitada experiencia y conocimiento acerca de la oferta exportable, debido a que disponen de un limitado producto, ya que cada agricultor produce 500 kilogramos al año, baja capacidad económica, insuficiente financiamiento, escasa gestión y limitada capacidad física. Se concluye que la oferta exportable es carente, principalmente por la baja productividad y el poco apoyo financiero de las instituciones gubernamentales y a la ausencia de asesorías de comercio exterior.

Espinoza (2021) en su tesis tuvo por objetivo analizar los factores que intervienen en la oferta exportable del arándano fresco peruano en el periodo 2014-2019. La metodología fue cuantitativa, contándose con un muestreo no probabilístico, compuesta por material documental de los datos de 2014-2019, analizados mediante un modelo econométrico de series de tiempo. Los resultados indicaron que entre los principales factores determinantes de la oferta exportable está el tipo de cambio, la inversión bruta fija, precio internacional, la remuneración y el precio pagado en chacra, también que, entre el periodo analizado, el precio internacional

disminuyó en un 10.4 % del promedio anual, a causa de nuevos países competidores y precios pagados en chacra. Se concluye que para que aumente la oferta exportable del arándano, se debe brindar un soporte técnico y comercial al productor local, así como brindar impulso en la agroexportación del país por parte del Gobierno peruano.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Oferta Exportable.

La exportación es el proceso mediante el cual un país o empresa vende bienes o servicios a otro país o mercado extranjero. Este proceso implica la transferencia de productos desde el país de origen hacia un destino fuera de sus fronteras, con el objetivo de satisfacer la demanda de mercados internacionales. Las exportaciones son una fuente importante de ingresos para los países y empresas, y juegan un papel crucial en la expansión de mercados y el fortalecimiento de la economía global (Trąpczyński et al., 2021).

La oferta exportable es el conjunto de bienes, productos o servicios que una empresa o país está dispuesto y en capacidad de ofrecer a los mercados internacionales. Esta oferta está determinada por la calidad de los productos, la capacidad productiva, la competitividad y la demanda de los mercados externos. Además, involucra la habilidad de cumplir con los requisitos técnicos, legales y logísticos para ingresar y competir en los mercados internacionales (Acikdilli et al., 2020).

También se le comprende como los productos y servicios que un país o región puede producir y vender al exterior, teniendo en cuenta la capacidad de producción, la disponibilidad de recursos y su competitividad. Además, el producto ofrecido debe cumplir con los requisitos establecidos por el país importador, incluyendo aspectos como calidad, precio, certificaciones, así como las normativas logísticas y aduaneras correspondientes, especialmente en lo que respecta a las condiciones de acceso al mercado (Coral et al., 2021).

Asimismo, la oferta exportable no se limita únicamente a contar con la cantidad de productos demandada por el importador ni a cumplir con los requisitos del mercado de destino. Implica, además, que las empresas deben poseer una capacidad integral que abarque varios aspectos. Esto incluye capacidad productiva, lo que implica contar con la infraestructura adecuada, maquinaria y tecnología para la producción; capacidad económica, que se refiere a la solvencia necesaria para cubrir costos y gastos a corto plazo; capacidad financiera, que implica tener acceso a recursos para financiar operaciones a mediano y largo plazo; y capacidad de gestión, que se refiere a la disponibilidad de personal capacitado y especializado, especialmente en áreas clave como comercio exterior. Así, la oferta exportable involucra una combinación de factores que permiten no solo cumplir con la demanda externa, sino también sostener y expandir la actividad exportadora en un entorno competitivo y globalizado (Yllescas et al., 2021).

2.2.2. Importancia.

La oferta exportable desempeña un papel decisivo en el desarrollo económico de un país, ya que permite diversificar la producción nacional y generar ingresos provenientes de mercados internacionales, mediante una oferta exportable competitiva, las empresas pueden ampliar su mercado objetivo, superando las limitaciones del consumo interno, lo cual favorece el incremento de la rentabilidad y la sostenibilidad empresarial, asimismo, el fortalecimiento de la oferta exportable impulsa la innovación en los procesos productivos y fomenta la mejora continua de la calidad de los productos, al tener que cumplir con estándares exigentes del mercado externo, además, una oferta exportable bien desarrollada contribuye a la estabilidad de la balanza comercial, aumenta la entrada de divisas y mejora la competitividad del país en el comercio global, generando empleo directo e indirecto en sectores clave como la agricultura,

la industria manufacturera y los servicios, permitiendo una mayor integración de las economías locales a las cadenas globales de valor (Ramírez et al., 2023).

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2024), la exportación depende de cuatro capacidades fundamentales, siendo: capacidad productiva, económica – financiera, comercial, personal y gestión.

2.2.3. Capacidad Productiva.

Hace referencia a la aptitud de una empresa o productor para fabricar bienes o prestar servicios en cantidades suficientes y con la calidad adecuada para satisfacer la demanda del mercado. Esta capacidad está influenciada por factores como el acceso a infraestructura adecuada, la disponibilidad y modernización de maquinaria, el uso eficiente de tecnología, y la implementación de procesos de producción estandarizados. Una alta capacidad productiva permite a las empresas responder a las exigencias del mercado internacional, garantizando volúmenes sostenibles y productos competitivos (Yllescas et al., 2021).

La capacidad productiva es utilizada como indicador de desarrollo productivo de un país, ya que integra la diversidad de su actividad exportadora y la frecuencia con la que sus productos están presentes en el mercado internacional. Estas dimensiones se relacionan, por un lado, con la cantidad de productos exportados por el país y, por otro, con el número de países que comercializan un producto específico. En términos generales, las economías más avanzadas tienden a ser más diversificadas y tienen la capacidad de exportar productos que, en promedio, presentan una menor presencia global (Vergara, 2021).

2.2.3.1. Calidad del Producto.

Refiere a los bienes que cumplen con los estándares exigidos por los mercados internacionales, considerando factores como características físicas, presentación y

cumplimiento de normativas específicas, lo cual asegura su aceptación en los mercados externos (Wang et al., 2021).

2.2.3.2. Cantidad de Producción.

Es la capacidad de una organización para producir un volumen determinado de bienes que satisfaga las demandas del mercado internacional, garantizando estabilidad y continuidad en la oferta exportable (Shpak et al., 2024).

2.2.3.3. Uso de Tecnología en la Producción.

Consiste en la valoración de la implementación de herramientas tecnológicas que mejoran los procesos productivos, permitiendo una mayor eficiencia, reducción de costos y mejora en la calidad de los productos (Navarro et al., 2024).

2.2.3.4. Infraestructura para la Producción.

Se refiere a la disponibilidad y adecuación de las instalaciones productivas, evaluando su capacidad para soportar una producción eficiente y cumplir con las demandas de calidad de los mercados internacionales (Navarro et al., 2024).

2.2.4. Capacidad Económico-Financiera.

La capacidad económico-financiera involucra la fortaleza económica y la estabilidad financiera de una empresa o productor, lo que le permite mantener sus operaciones, cubrir gastos corrientes y realizar inversiones necesarias. La capacidad económica se refiere a la solvencia para hacer frente a costos operativos a corto plazo, mientras que la capacidad financiera está vinculada al acceso a recursos de financiamiento para sostener inversiones a mediano y largo plazo. Esta dimensión es fundamental para garantizar una operación eficiente,

afrontar fluctuaciones del mercado y mejorar la competitividad en mercados internacionales (Yllescas et al., 2021).

Hace referencia a la fortaleza financiera y la gestión eficiente de recursos monetarios por parte de una organización para sostener sus operaciones productivas y comerciales, en este aspecto se evalúa aspectos clave como precios competitivos, acceso a financiamiento y costos operativos que afectan la viabilidad y rentabilidad de las exportaciones (Hussain et al., 2020).

2.2.4.1. Precio.

Es el valor monetario competitivo asignado al producto en relación con sus características y el mercado objetivo, influyendo directamente en la capacidad de atraer compradores internacionales (Hussain et al., 2020).

2.2.4.2. Acceso a Financiamiento.

Se refiere a la facilidad que tiene una organización para obtener recursos financieros que le permitan invertir en producción, innovación y expansión comercial (Motta, 2020).

2.2.4.3. Impuestos.

Es el impacto de las obligaciones tributarias en la rentabilidad de las operaciones, considerando su incidencia en el precio final de los productos exportables (Motta, 2020).

2.2.4.4. Costos.

Es el nivel de gastos asociados a la producción, comercialización y distribución de los productos, los cuales afectan la competitividad y rentabilidad en el mercado internacional (Hussain et al., 2020).

2.2.5. Capacidad Comercial.

La capacidad comercial se relaciona con la aptitud para desarrollar y ejecutar estrategias que faciliten la comercialización de productos o servicios en mercados locales e internacionales. Incluye el análisis y conocimiento del mercado, la elaboración de estrategias de marketing, la negociación con clientes, la distribución eficiente y la fijación de precios competitivos. Una adecuada capacidad comercial permite posicionar productos en el mercado, establecer relaciones comerciales sólidas y adaptarse a las tendencias del comercio global (Yllescas et al., 2021).

También, está relacionado con la capacidad de un país para intercambiar bienes y servicios con otros países, para ello es necesario asesoramiento gubernamental como comercial, además de contar con aspectos generales como el precio, mercado objetivo, producto y promoción. Además, incluye la capacidad en técnicas de negociación internacional (Aranibar y Quispe, 2023).

2.2.5.1. Certificaciones.

Mide el cumplimiento de estándares y normativas internacionales que generan confianza y competitividad en los mercados internacionales, con las certificaciones las empresas proyectan compromiso con la seguridad del consumidor, además de indicar el estándar del mercado (Mora et al., 2020).

2.2.5.2. Plazos de Entrega.

Consiste en la capacidad de la empresa para cumplir con los tiempos de entrega pactados, evitando retrasos que puedan generar pérdidas económicas o afectar la relación con los clientes, debido a que el cumplimiento de los plazos es clave para mantener la

competitividad y construir una imagen positiva en el mercado internacional (Yllescas et al., 2021).

2.2.5.3. Información Comercial.

Es el análisis de la recolección y manejo de datos sobre tendencias de consumo, comportamiento de la competencia y demandas del mercado, esta permite ajustar estrategias de precios, diversificar mercados y anticiparse a los cambios del entorno global, aumentando la eficacia de las exportaciones (Mora et al., 2020).

2.2.5.4. Asociatividad.

Examina la capacidad de las empresas para establecer alianzas estratégicas con otras organizaciones, gremios o instituciones que les permitan compartir recursos, ampliar mercados y mejorar su competitividad, fomenta economías de escala y facilita el acceso a financiamiento, tecnología y capacitación (Valdiglesias, 2024).

2.2.5.5. Infraestructura Logística.

Evalúa la disponibilidad y calidad de recursos como almacenes, vehículos de transporte, puertos y sistemas de distribución que aseguren una cadena logística eficiente, esta es adecuada si reduce costos operativos, minimiza tiempos de entrega y garantiza la conservación de la calidad del producto durante su traslado (Romero I. , 2023).

2.2.6. Capacidad de Personal y Gestión.

La capacidad de personal y gestión abarca la disponibilidad, formación y competencias del recurso humano dentro de una organización, así como la efectividad de la administración en la toma de decisiones y optimización de procesos. Contar con personal calificado en áreas

clave, como producción, logística y comercio exterior, es esencial para lograr una operación eficiente. A su vez, una gestión efectiva implica la planificación estratégica, la coordinación de actividades, y el monitoreo y evaluación de los resultados para el logro de objetivos organizacionales (Yllescas et al., 2021).

2.2.6.1. Existencia de Número de Trabajadores.

Señala la plantilla laboral suficiente para cubrir todas las actividades de producción y comercialización, sin afectar la eficiencia operativa, una cantidad adecuada de trabajadores permite una distribución efectiva de tareas y la optimización de los recursos humanos (Koren y Peto, 2020).

2.2.6.2. Tipo de Personal.

Analiza la composición de la fuerza laboral, diferenciando entre personal operativo, administrativo y especializado, esta diversificación permite cubrir diversas áreas críticas de la organización, facilitando la innovación y la mejora continua de los procesos (González et al., 2024).

2.2.6.3. Habilidades y Destrezas.

Evalúa las competencias técnicas, sociales y estratégicas de los trabajadores, tales como manejo de tecnologías, capacidad de resolución de problemas y habilidades de negociación, contar con personal calificado incrementa la eficiencia productiva, mejora la gestión de clientes internacionales y fortalece la capacidad de adaptación ante cambios del entorno (González et al., 2024).

2.2.6.4. Gestión a Largo Plazo.

Es la capacidad de la organización para planificar y ejecutar estrategias sostenibles que aseguren su estabilidad y crecimiento en el tiempo, la gestión a largo plazo implica la diversificación de mercados, la inversión en tecnología y el desarrollo de una visión empresarial clara y orientada al futuro (Aliaga y Tudela, 2022).

2.2.6.5. Gestión y Manejo Empresarial.

Consiste en la eficiencia de toma de decisiones, el control de operaciones y la implementación de estrategias que optimicen los recursos organizacionales (González et al., 2024), puesto que permite mejorar la productividad, garantizar la satisfacción de los clientes y fomentar la innovación continua en la organización, asegurando su competitividad en el mercado internacional (Dethine et al., 2020).

2.3. Definición de Términos Básicos

2.3.1. Potencial Exportador.

El potencial exportador es la capacidad de un país, empresa o productor para competir en mercados internacionales mediante la venta de productos o servicios, depende de factores como la calidad de los productos, infraestructura, capacidad productiva, competitividad y adaptación a las normativas de los mercados externos (Safari y Salman, 2020).

2.3.2. Capacidad Exportadora.

Es la habilidad de una empresa o país para producir y comercializar productos o servicios en mercados internacionales de forma sostenida, cumpliendo con requisitos legales, logísticos y aduanero, depende de infraestructura, recursos humanos, competitividad y acceso a financiamiento (Doireann y Yaniv, 2024).

2.3.3. Cadena de Valor.

Conjunto de actividades interrelacionadas que una empresa realiza para crear valor en un producto o servicio, desde su producción hasta su entrega al cliente final, incluye procesos primarios como producción, logística y marketing, así como procesos de apoyo como gestión de recursos y tecnología, su objetivo es mejorar la competitividad y satisfacción del cliente (Vivar et al., 2020).

2.3.4. Estrategias de Exportación.

Las estrategias de exportación son planes y acciones diseñados por empresas para posicionar sus productos en mercados internacionales, estas abarcan la selección de mercados objetivo, la adaptación de productos a las normativas locales y la implementación de tácticas de promoción y distribución eficaces (Águila y Díaz, 2020).

2.3.5. Exportación.

Proceso mediante el cual un país, empresa o productor vende y envía bienes o servicios a mercados internacionales, implica cumplir con normativas, requisitos logísticos y estándares de calidad para satisfacer la demanda externa (Ramos et al., 2023).

2.3.6. Comercio Internacional.

Intercambio de bienes, servicios y capitales entre países o regiones, regulado por acuerdos comerciales y políticas arancelarias, lo cual fomenta la diversificación económica, el acceso a tecnologías avanzadas y la integración de los mercados globales (Aranibar y Quispe, 2023).

2.3.7. Oferta Exportable.

Conjunto de bienes y servicios producidos en una región o país que cumplen con los requisitos de calidad, certificación y normativas internacionales necesarias para su

comercialización en mercados extranjeros, deben ser competitivos en términos de precio, presentación y diferenciación para captar la demanda de los consumidores en el ámbito global (Yllescas et al., 2021).

2.3.8. Producto no Tradicional.

Bienes que no pertenecen a los sectores primarios tradicionales, como la minería o los hidrocarburos, y que suelen tener mayor valor agregado, incluyen productos agrícolas, manufacturados o servicios especializados que se destacan por su innovación (Salas, 2020).

2.3.9. Capacidad Comercial.

Conjunto de estrategias y acciones dirigidas a identificar oportunidades de mercado, promocionar productos, negociar contratos y distribuir bienes de manera eficiente en mercados locales e internacionales (Aranibar y Quispe, 2023).

2.3.10. Competitividad.

Capacidad de una empresa o país para ofrecer productos o servicios en el mercado internacional de manera sostenible, diferenciándose por su calidad, precio o innovación. La competitividad depende de factores como tecnología, recursos humanos y estrategias comerciales efectivas (Díaz et al., 2021).

Capítulo III

Variables

3.1. Identificación de Variables

Oferta exportable: Entendida como la combinación de factores que permiten cumplir con la demanda externa, además de sostener y expandir la actividad exportadora. Se tiene en cuenta la capacidad productiva, que implica contar con la infraestructura adecuada, maquinaria y tecnología para la producción; capacidad económica, que refiere a la solvencia necesaria para cubrir costos y gastos a corto plazo; capacidad financiera, que implica tener acceso a recursos para financiar operaciones a mediano y largo plazo, y capacidad de gestión.

3.2. Operacionalización de Variables

Tabla 2

Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
Oferta exportable	1.1 Capacidad productiva	1.1.1. Calidad del producto
		1.1.2. Cantidad de producción
		1.1.3. Uso de tecnología en la producción
		1.1.4. Infraestructura para la producción
		1.1.5. Control de plagas y enfermedades
	1.2 Capacidad económico – financiera	1.2.1. Precio
		1.2.2. Acceso a financiamiento
		1.2.3. Impuesto
		1.2.4. Costos
	1.3 Capacidad comercial	1.3.1. Certificaciones
		1.3.2. Plazos de entrega
		1.3.3. Información comercial
		1.3.4. Asociatividad
		1.3.5. Infraestructura logística

1.4 Capacidad del personal y gestión	1.4.1. Existencia de número de trabajadores 1.4.2. Tipo de personal (capacitado o no) 1.4.3. Habilidades y destrezas 1.4.4. Gestión a largo plazo 1.4.5. Gestión y manejo empresarial
--------------------------------------	---

Capítulo IV

Metodología

4.1. Enfoque de la Investigación

La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, el cual se caracteriza por la recolección de datos numéricos que facilitan la descripción y el análisis de los fenómenos (Olivos, 2023). En esta investigación el enfoque cuantitativo que se adoptó, permite medir numéricamente mediante encuestas las percepciones de los productores sobre sus capacidades exportables, permitiendo el análisis estadístico para identificar tendencias predominantes y relaciones entre variables.

4.2. Tipo de Investigación

Básica, este tipo de investigación tiene la finalidad de generar nuevos conocimientos teóricos sin un interés inmediato en su aplicación práctica. Busca ampliar la comprensión sobre determinados fenómenos (Vizcaíno et al., 2023). En el estudio, la investigación básica permitió comprender y analizar la percepción de las capacidades de la oferta exportable de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, con el fin de aportar conocimientos relevantes sobre las condiciones actuales de su potencial exportador y sus desafíos.

4.3. Nivel de Investigación

Descriptivo, porque detalla las características y comportamientos de un fenómeno o población. Este tipo de investigación no busca establecer relaciones causales, sino ofrecer una visión clara y ordenada de las variables en estudio, facilitando su comprensión y clasificación (Vizcaíno et al., 2023). En el presente estudio, el nivel de investigación descriptivo permitió

identificar y detallar las percepciones de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, respecto a sus capacidades de oferta exportable.

4.4. Métodos de Investigación

4.4.1. Método General.

Fue el método científico, el cual se caracteriza por ser sistemático, ordenado, metódico, racional y crítico, el cual permite adquirir conocimientos objetivos mediante un conjunto de procedimientos planificados que incluyen observación, planteamiento del problema recopilación de datos, análisis de información y formulación de conclusiones (Barahona et al., 2023). Por ende, se permitió abordar de manera estructurada el estudio de las percepciones de los productores de anís de Curahuasi sobre sus capacidades exportables, siguiendo etapas claramente definidas que garantizaron la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos.

4.4.2. Método Específico.

Se empleó el método analítico, el cual consiste en la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos para estudiarlos de manera individual y luego integrarlos para comprender el todo, se permitió examinar separadamente cada una de las dimensiones de la oferta exportable, identificando sus características particulares para obtener una comprensión integral del fenómeno estudiado.

4.5. Diseño de Investigación

Sigue el lineamiento de una investigación no experimental; es decir, que el investigador observa y analiza los fenómenos tal como ocurren de manera natural, sin intervenir ni manipular las variables. Este enfoque se utiliza cuando no es posible controlar o manipular las condiciones del estudio (Arispe et al., 2020). Además, fue transversal o transeccional, porque

se llevó a cabo en un momento específico, con el fin de comprender su capacidad de exportación sin intervención directa en el proceso.

Esquema de estudio descriptivo:



Donde:

M: muestra

V: variable Percepción de las capacidades de la oferta exportable

4.6. Población y Muestra

4.6.1. Población.

La población se refiere al conjunto completo de individuos, elementos o unidades que poseen características comunes que son el objeto de estudio. Es el grupo total sobre el cual se desea obtener conclusiones o hacer generalizaciones (Romero et al., 2022). Para el presente estudio, la población estuvo conformada por 39 productores de anís del distrito de Curahuasi, pertenecientes a la Cooperativa de Servicios Especiales Agroindustriales Chacra Verde (COOPSECHAV). Este número se determinó mediante la solicitud formal de los registros de productores activos a la mencionada cooperativa, quien proporcionó el listado oficial que permitió establecer con precisión la cantidad de individuos que conforman la población de estudio.

4.6.2. Muestra.

Debido al tamaño reducido y accesible de la población, se optó por realizar un censo, es decir, se trabajó con la totalidad de los 39 productores de anís del distrito de Curahuasi, sin necesidad de aplicar técnicas de muestreo. El censo permitió obtener información directa de

todos los elementos que conforman la población, eliminando así cualquier error muestral y garantizando la representatividad total de los resultados (Arias y Covinos, 2021).

A. Unidad de análisis

La unidad de análisis para esta investigación corresponde a los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, que cumplen con los siguientes criterios de inclusión:

- Ser propietarios o responsables directos de terrenos dedicados al cultivo de anís
- Estar formalmente registrados en la Cooperativa de Servicios Especiales Agroindustriales Chacra Verde (COOPSECHAV) en el 2023
- Tener una experiencia mínima de un año en la producción de anís
- Participar activamente en la cadena productiva de este cultivo
- Tener conocimiento básico sobre los procesos de comercialización del anís
- Residir en el distrito de Curahuasi

Tabla 3

Listado de productores de anís

N.º	Nombres y apellidos	Provincia	Distrito	Área aprox. del terreno (ha)
1	Valer Valverde, Esteban	Abancay	Curahuasi	0.50
2	Huamani Flores, Luis Alberto	Abancay	Curahuasi	1.00
3	Valer Valverde, Juana	Abancay	Curahuasi	0.30
4	Humanñahui Ovalle, Raymundo	Abancay	Curahuasi	0.30
5	Ramos Valverde, Aparicio	Abancay	Curahuasi	1.00
6	Camacho Molina, Porfirio	Abancay	Curahuasi	0.50
7	Arteaga Paniura, Natividad	Abancay	Curahuasi	1.00
8	Lozano Zavala, Roberto	Abancay	Curahuasi	1.00
9	Ovalle Valverde, Cipriano	Abancay	Curahuasi	1.30
10	Ibarra Soncco, Virgilio	Abancay	Curahuasi	1.00
11	Cuellar Barazorda, Rubén	Abancay	Curahuasi	1.00
12	Ovalle Huamanñahui, Eufrasio	Abancay	Curahuasi	0.30
13	Huamanñahui Serrano, Cecilio	Abancay	Curahuasi	0.50
14	Huacac Quintano, Marco	Abancay	Curahuasi	1.50

15	Huamanñahui Ovalle Elvira	Abancay	Curahuasi	0.50
16	Huamanñahui Ovalle, Fidel	Abancay	Curahuasi	1.00
17	Huamanñahui Ovalle, Mario	Abancay	Curahuasi	0.50
18	Avalos Arias, Francisco	Abancay	Curahuasi	1.00
19	Bolívar Mora, Daniel	Abancay	Curahuasi	0.70
20	Ccahua Becerra, Policar	Abancay	Curahuasi	1.00
21	Sierra Cuellar, Francisco	Abancay	Curahuasi	0.50
22	Diaz Bornaz, Faustino	Abancay	Curahuasi	2.00
23	Diaz Montes, Fernando	Abancay	Curahuasi	0.50
24	Diaz Montes, Quintiano	Abancay	Curahuasi	1.00
25	Ovalle Avalos, Marina	Abancay	Curahuasi	0.30
26	Diaz Montes, Tula	Abancay	Curahuasi	0.50
27	Ovalle Bengolea, Juan	Abancay	Curahuasi	0.25
28	Sierra Cuellar, Cerapio	Abancay	Curahuasi	0.30
29	Poma De Aparicio, Rosa	Abancay	Curahuasi	1.00
30	Campana Arias, Julio Antenor	Abancay	Curahuasi	0.40
31	Huamani Peña, Juan Abel	Abancay	Curahuasi	0.70
32	Huamán Julloni, Rosa Victoria	Abancay	Curahuasi	0.30
33	Carbajal Arredondo, Jacinto	Abancay	Curahuasi	0.70
34	Pedraza Sierra, Martina	Abancay	Curahuasi	0.30
35	Ovalle Bengolea, Félix	Abancay	Curahuasi	0.30
36	Carbajal Arredondo, Isaac	Abancay	Curahuasi	0.50
37	Ramos Huamanñahui, Fidel	Abancay	Curahuasi	0.20
38	Ramos Cuellar, José	Abancay	Curahuasi	1.20
39	Montes Valverde, Vilma	Abancay	Curahuasi	0.30

4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

4.7.1. Técnicas.

Las técnicas de investigación son los procedimientos o métodos específicos que se emplean para recolectar, analizar e interpretar los datos dentro de un estudio (Guevara et al., 2020). En este estudio la técnica fue la encuesta, la cual constituye un procedimiento metodológico que permite al investigador obtener información sistemática de los sujetos de estudio sin alterar el contexto natural. Esta técnica facilita la recopilación estructurada de datos

mediante preguntas estandarizadas que posteriormente pueden organizarse gráficamente o en tablas para su análisis (Guillén, 2020).

4.7.2. Instrumentos.

Los instrumentos son los medios específicos mediante los cuales se aplican las técnicas de recolección de datos, estos pueden ser cuestionarios, entrevistas, encuestas, pruebas estandarizadas, entre otros, y se diseñan según las necesidades del estudio, buscando obtener la información más precisa y relevante posible (Guevara et al., 2020). Para el estudio, se utilizó el cuestionario como instrumento principal, el cual permitió recopilar de manera sistemática y estructurada la información sobre la percepción de las capacidades de la oferta exportable de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac.

Diseño

El instrumento diseñado fue un cuestionario estructurado para identificar la percepción de las capacidades de la oferta exportable de los productores de anís, compuesto por 25 ítems distribuidos en cuatro dimensiones fundamentales: capacidad productiva (ítems 1-6 y 25), capacidad económico-financiera (ítems 9-12 y 23), capacidad comercial (ítems 7, 14-18, 20 y 22) y capacidad del personal y gestión (ítems 8, 13, 19, 21 y 24). El formato de respuesta siguió una escala tipo Likert de cinco niveles (desde 1-Totalmente en desacuerdo hasta 5-Totalmente de acuerdo), lo que permitió medir con precisión el grado de acuerdo o desacuerdo de los productores respecto a los indicadores evaluados. El cuestionario fue aplicado de manera presencial a los 39 productores que conforman la muestra censal, garantizando así la recolección uniforme y sistemática de información donde todas las respuestas contribuyeron al análisis global de la investigación (Arias, 2020).

A. Confiabilidad

La confiabilidad hace referencia a la consistencia y estabilidad de los resultados obtenidos mediante un instrumento de medición. Un instrumento confiable produce resultados consistentes cuando se utiliza en diferentes momentos o con diferentes grupos (Corral, 2022).

Tabla 4

Confiabilidad del instrumento

	Alfa de Cronbach	N de elementos
Capacidad productiva	0.987	25

Tabla 5

Rangos y magnitudes de confiabilidad

Intervalo	Descripción
0,53 a menos	Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1,00	Confiabilidad perfecta

Nota. Tomada de Herrera (1998). Notas sobre Psicometría. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia

Como se observa en la tabla 5, el valor obtenido indica una confiabilidad excelente para el instrumento, el alfa de Cronbach calculado para evaluar las capacidades de la oferta exportable es $\alpha = 0.987$, lo que clasifica el resultado como excelente confiabilidad según la escala de la tabla 4. Este resultado fue obtenido mediante el software SPSS, confirmando que el instrumento aplicado es altamente confiable para medir las percepciones de los productores de anís.

B. Validación

La validación es el proceso de verificar que un instrumento de medición realmente mide lo que se supone que debe medir, es decir, asegura que el instrumento sea adecuado para el objetivo de la investigación (Corral, 2022). Para los instrumentos se recurrió al juicio de expertos de tres especialistas en el campo de desarrollo.

Tabla 6

Expertos que validaron el instrumento

N.º	Datos de los expertos	Puntaje	Decisión
1	Mag. Miguel Gálvez Escobar	116	Aplicable
2	Mag. Gissela Ahumada Chumbiauca	118	Aplicable
3	Mag. Carlos Recuay Salazar	119	Aplicable

Capítulo V

Resultados

5.1. Descripción del Trabajo de Campo

Para el desarrollo del trabajo de campo, se elaboró un cuestionario estructurado compuesto por 25 ítems distribuidos en cuatro dimensiones: capacidad productiva, económico-financiera, comercial, y del personal y gestión, utilizando una escala tipo Likert de cinco niveles. Dicho cuestionario fue validado por tres expertos especialistas en el campo de desarrollo y aplicado a los 39 productores de anís del distrito de Curahuasi pertenecientes a la Cooperativa de Servicios Especiales Agroindustriales Chacra Verde (COOPSECHAV). Participaron de esta encuesta hombres y mujeres propietarios de terrenos de cultivo con dimensiones entre 0.20 y 2.00 hectáreas, este trabajo de campo se realizó visitando directamente las zonas de producción, lo cual permitió el cumplimiento de los objetivos propuestos para el desarrollo de esta investigación.

5.2. Presentación de Resultados.

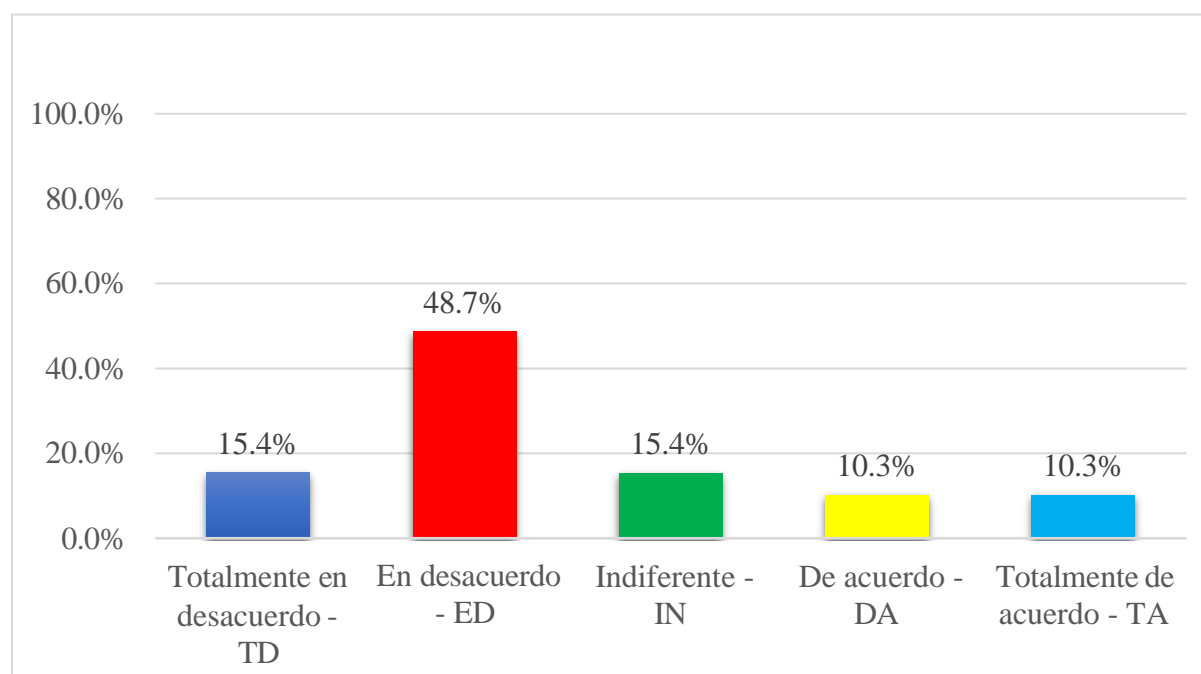
Los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento fueron procesados y organizados siguiendo la estructura de los objetivos planteados en la investigación, se realizó tanto un análisis por pregunta como por dimensión, presentando los hallazgos mediante tablas y figuras que facilitan su interpretación, este enfoque permitió identificar con precisión las percepciones de los productores sobre sus capacidades de oferta exportable, a pesar de las limitaciones enfrentadas respecto a la disponibilidad de tiempo de los participantes durante el periodo de recolección de datos.

5.2.1. Objetivo Específico 1: Identificar la Percepción de la Capacidad Productiva de los Productores de Anís del Distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023

5.2.1.1. Análisis por pregunta.

Figura 1

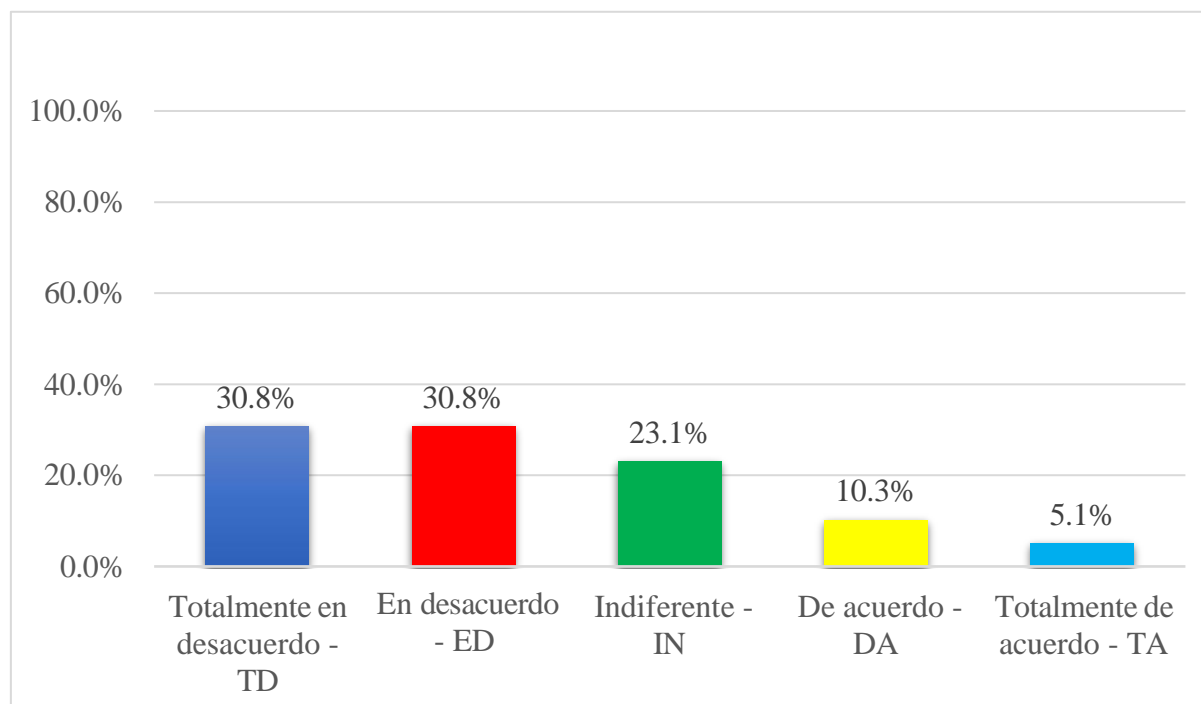
PI. Ud. cree que los estándares que exige el mercado exterior cumplen sus productos



El análisis de la percepción sobre el cumplimiento de estándares internacionales revela una tendencia mayoritariamente negativa, donde el 64.1 % de productores (48.7 % en desacuerdo y 15.4 % totalmente en desacuerdo) considera que sus productos no satisfacen las exigencias de mercados externos, en contraste apenas un 20.6 % (10.3 % de acuerdo y 10.3 % totalmente de acuerdo) percibe que logra cumplir estos requerimientos, mientras un 15.4 % mantiene una postura neutral, es esta predominante valoración negativa evidencia una brecha significativa entre la calidad actual de la producción local y los parámetros internacionales, constituyendo un factor limitante crucial para el potencial exportador de los *aniseros* de Curahuasi.

Figura 2

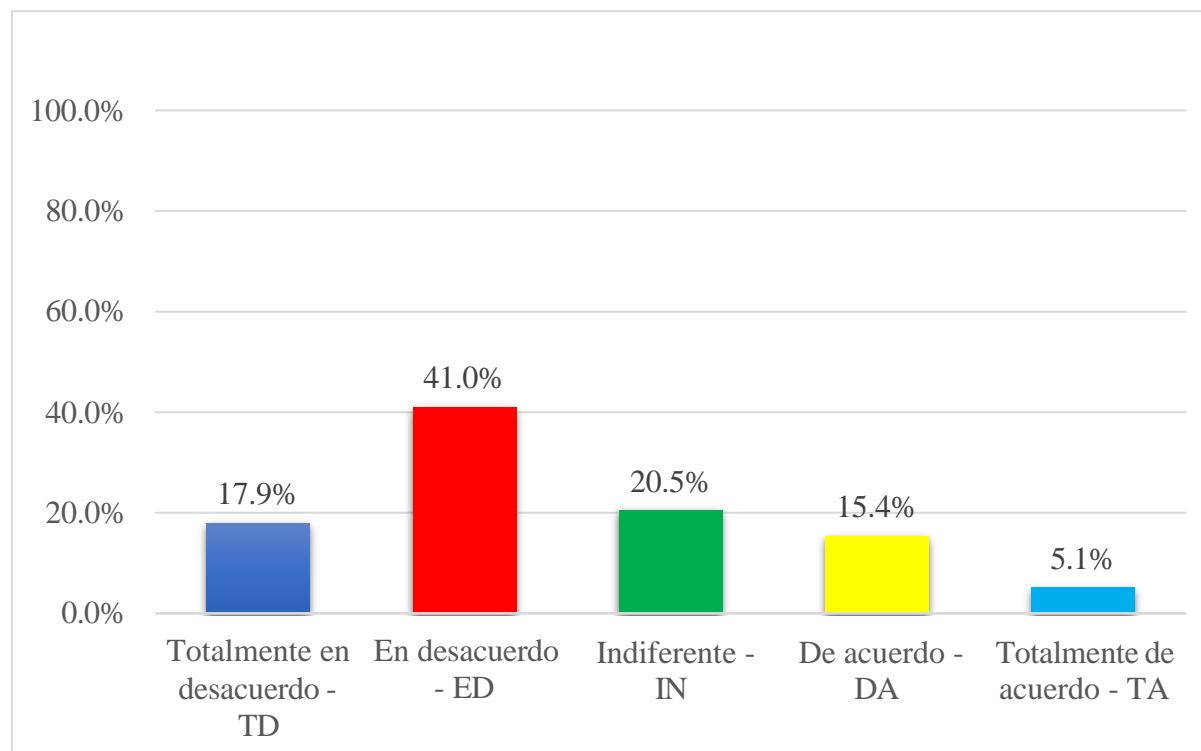
P2. Los procesos y gestión de sus productos ayudan a la calidad de estos para que sean aceptados en el mercado internacional



Los resultados muestran que el 61.6 % de los productores (30.8 % totalmente en desacuerdo y 30.8 % en desacuerdo) percibe que sus procesos y sistemas de gestión no contribuyen adecuadamente a alcanzar la calidad necesaria para ser aceptados en mercados internacionales, únicamente el 15.4 % (10.3 % de acuerdo y 5.1 % totalmente de acuerdo) considera que sus metodologías productivas favorecen el cumplimiento de estándares globales, mientras un 23.1 % se mantiene indiferente, esta valoración refleja deficiencias metodológicas significativas en los sistemas productivos y administrativos, representando una barrera fundamental para la internacionalización del país de Curahuasi.

Figura 3

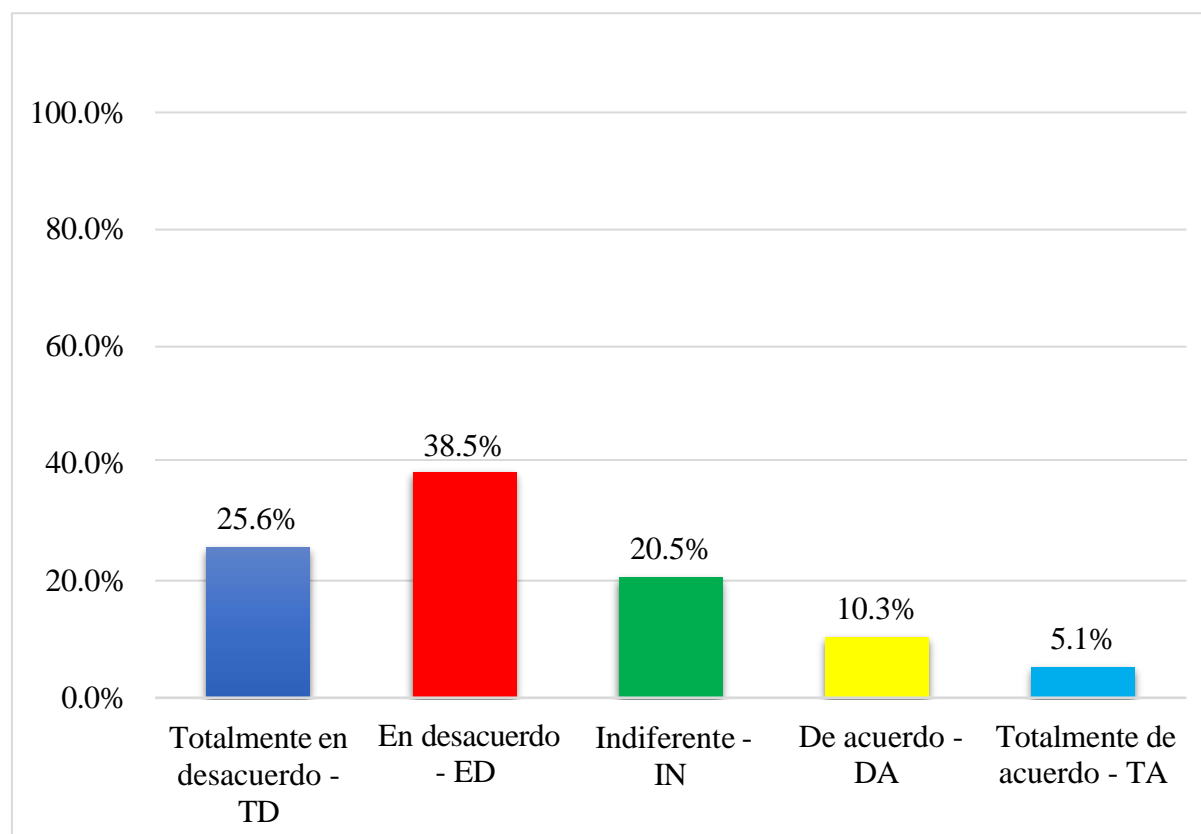
P3. El nivel de mermas del producto se encuentra controlado



La evaluación sobre el control de mermas revela un panorama desfavorable, puesto que el 58.9 % de productores (41 % en desacuerdo y 17.9 % totalmente en desacuerdo) considera que no mantiene un adecuado manejo de las pérdidas durante el proceso productivo; mientras que apenas un 20.5 % (15.4 % de acuerdo y 5.1 % totalmente de acuerdo) afirma contar con sistemas efectivos de control, complementado por un 20.5 % que mantiene una postura neutral. Esta significativa percepción negativa evidencia dificultades importantes en la optimización de recursos y eficiencia operativa, situación que impacta directamente en la rentabilidad y competitividad de la producción *anisera* de Curahuasi frente a mercados internacionales con estándares elevados.

Figura 4

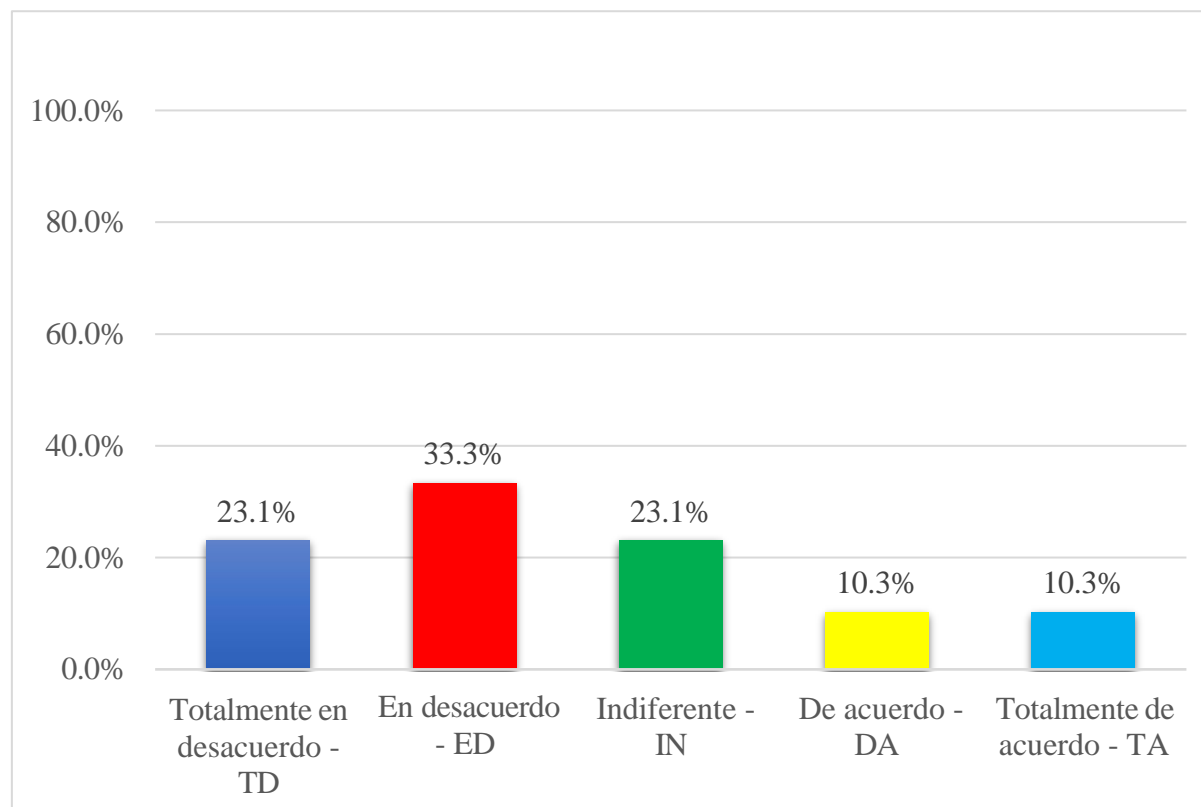
P4. Los equipos y maquinarias se encuentran calificadas con nivel alto de tecnología



El análisis sobre el nivel tecnológico de equipamiento muestra una tendencia preocupante, ya que el 64.1 % de productores (38.5 % en desacuerdo y 25.6 % totalmente en desacuerdo) reconoce que sus maquinarias e instrumentos no alcanzan un estándar tecnológico avanzado; en contraste, solamente el 15.4 % (10.3 % de acuerdo y 5.1 % totalmente de acuerdo) considera contar con tecnología apropiada, mientras un 20.5 % mantiene una posición indiferente. Esta marcada limitación tecnológica constituye una barrera significativa para alcanzar niveles competitivos en productividad, calidad y estandarización, factores esenciales para la inserción efectiva del anís de Curahuasi en mercados internacionales cada vez más exigentes y tecnificados.

Figura 5

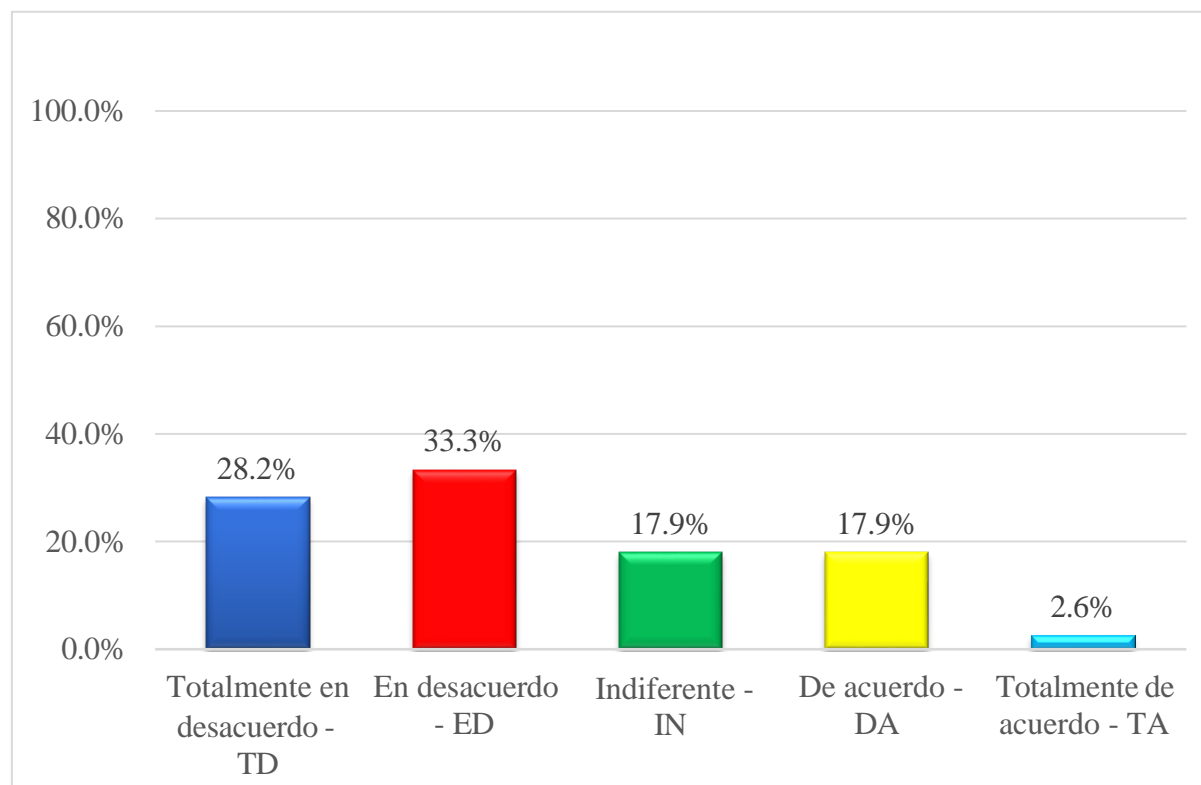
P5. Los equipos y maquinarias se encuentran calificados con nivel alto de tecnología



La evaluación del equipamiento tecnológico refleja una realidad preocupante, dado que el 56.4 % de productores (33.3 % en desacuerdo y 23.1 % totalmente en desacuerdo) reconoce deficiencias significativas en la actualización de sus equipos y maquinarias; mientras solamente un 20.6 % (10.3 % de acuerdo y 10.3 % totalmente de acuerdo) considera poseer tecnología adecuada, con un 23.1 % que mantiene posición neutral. Esta predominante valoración negativa evidencia un rezago tecnológico considerable que limita la capacidad para implementar procesos eficientes, estandarizados y de alto rendimiento, constituyendo así un obstáculo fundamental para alcanzar niveles competitivos en la producción y procesamiento del anís destinado a mercados internacionales con exigencias técnicas superiores.

Figura 6

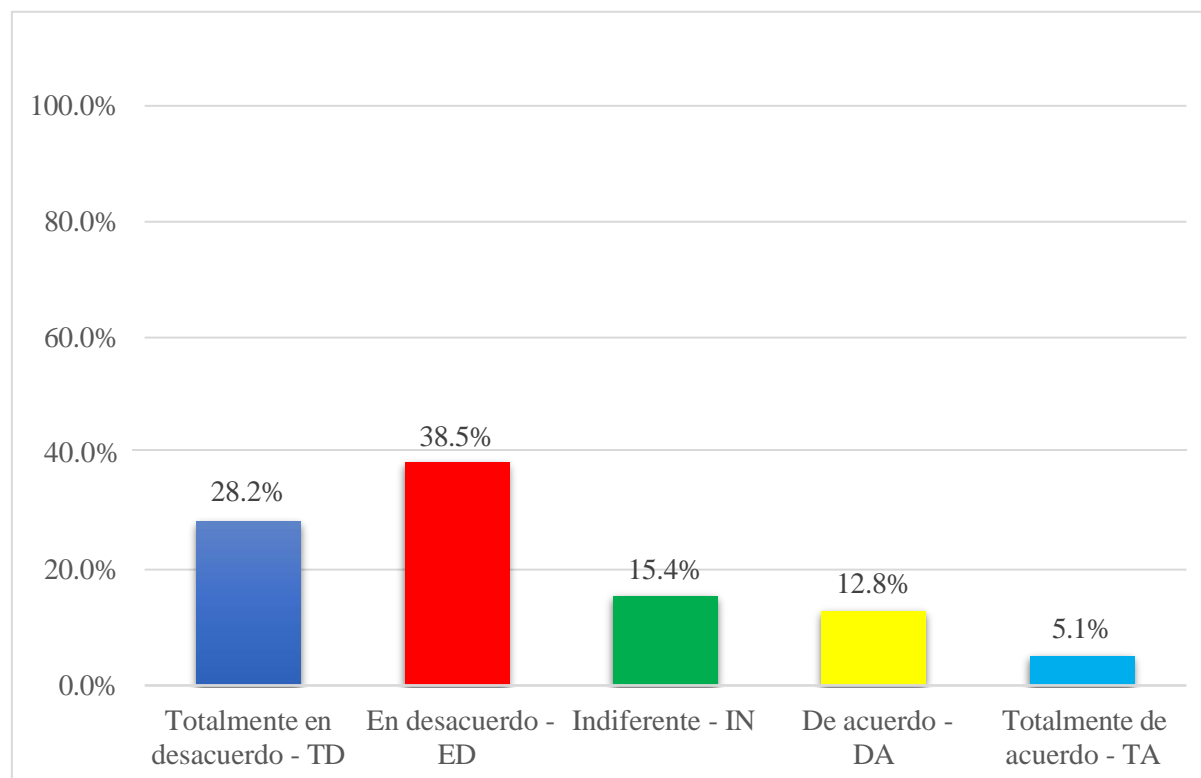
P6. Durante el tiempo que gestionan la planta, han sufrido problemas de plagas y enfermedades



El análisis sobre el control fitosanitario muestra un panorama relativamente favorable, ya que el 61.5 % de productores (33.3 % en desacuerdo y 28.2 % totalmente en desacuerdo) manifiesta no haber enfrentado problemas significativos de plagas y enfermedades en sus cultivos; en contraste, un 20.5 % (17.9 % de acuerdo y 2.6 % totalmente de acuerdo) sí reconoce dificultades en este aspecto, mientras un 17.9 % adopta una postura indiferente. Esta mayoritaria percepción positiva constituye una ventaja comparativa para la producción *anisera* de Curahuasi, sugiriendo condiciones agroclimáticas favorables o prácticas adecuadas de manejo fitosanitario que contribuyen al mantenimiento de la sanidad vegetal, factor determinante para la calidad del producto final.

Figura 7

P25. En algún momento su empresa ha tenido problemas de abastecimiento de la cantidad solicitada para la exportación



La valoración sobre la capacidad de abastecimiento refleja un panorama mayormente favorable, puesto que el 66.7 % de productores (38.5 % en desacuerdo y 28.2 % totalmente en desacuerdo) señala no haber experimentado dificultades significativas para cumplir con los volúmenes requeridos para exportación; mientras apenas un 17.9 % (12.8 % de acuerdo y 5.1 % totalmente de acuerdo) reconoce haber enfrentado problemas en este aspecto, complementado por un 15.4 % que mantiene postura neutral. Esta predominante percepción positiva indica una fortaleza relevante en términos de volumen productivo, evidenciando que los *aniseros* de Curahuasi poseen capacidad suficiente para satisfacer la demanda cuantitativa de mercados externos, aspecto fundamental para establecer relaciones comerciales estables y confiables a nivel internacional.

5.2.1.2. Análisis por Dimensión.

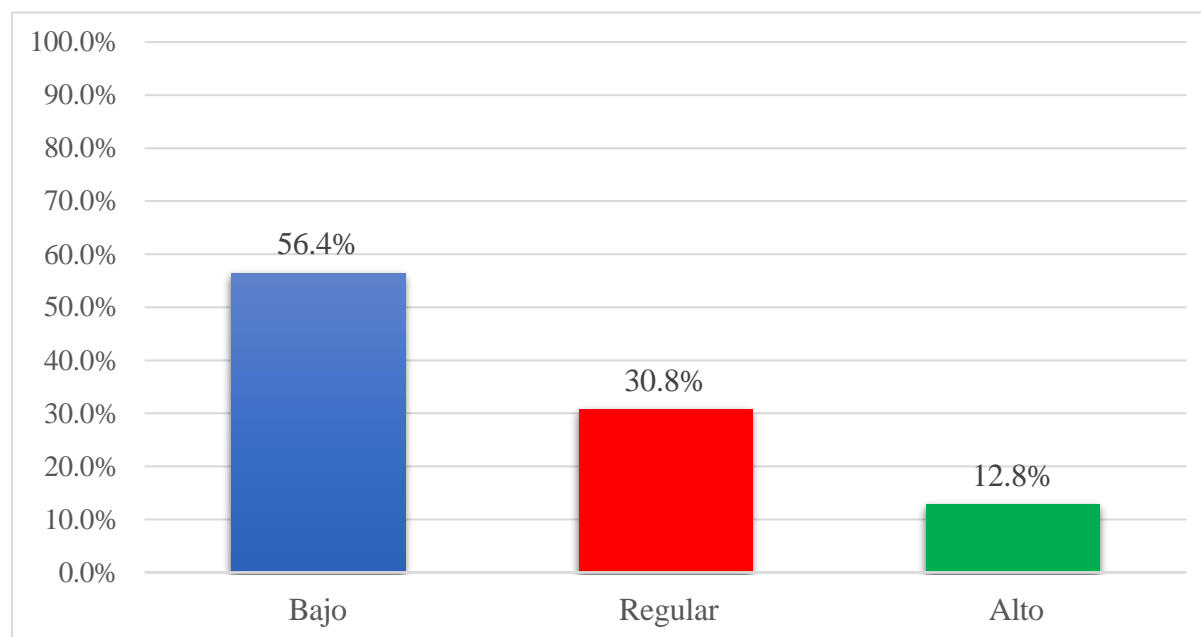
Tabla 7

Nivel de percepción de la capacidad productiva

Categorías	Inicio	Fin	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	7	16	22	56.4
Regular	17	26	12	30.8
Alto	27	35	5	12.8
	Total		39	100.0

Figura 8

Nivel de percepción de la capacidad productiva



El análisis dimensional de la capacidad productiva revela un escenario preocupante, ya que el 56.4 % de productores se ubica en nivel bajo, mientras un 30.8 % alcanza nivel regular y apenas un 12.8 % logra nivel alto. Esta distribución evidencia limitaciones estructurales significativas en los aspectos productivos fundamentales para la competitividad internacional, destacando especialmente las deficiencias en equipamiento tecnológico, control de calidad e infraestructura adecuada, aunque con fortalezas relativas en volumen de producción y manejo fitosanitario. La predominancia del nivel bajo refleja un reconocimiento consciente por parte

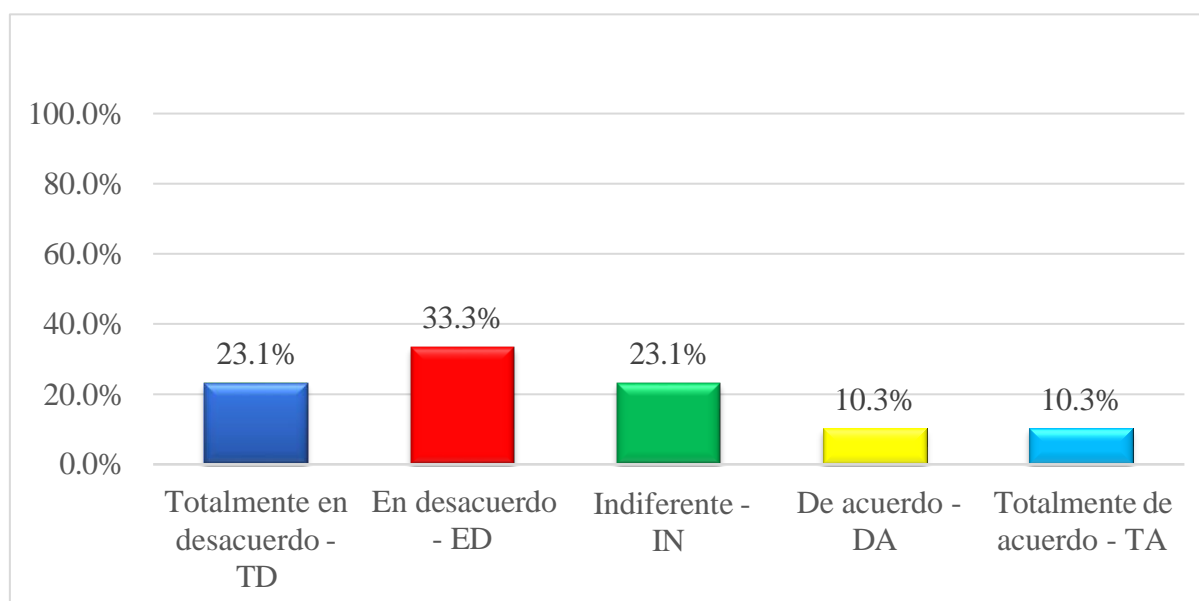
de los productores respecto a la brecha existente entre sus capacidades actuales y los requerimientos de mercados globales exigentes.

5.2.2. Objetivo Específico 2: Identificar la Percepción de la Capacidad Económico-Financiera de los Productores de Anís del Distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023

5.2.2.1. Análisis por Pregunta.

Figura 9

P9. Se puede mencionar que el precio que pagan las empresas del exterior es competitivo

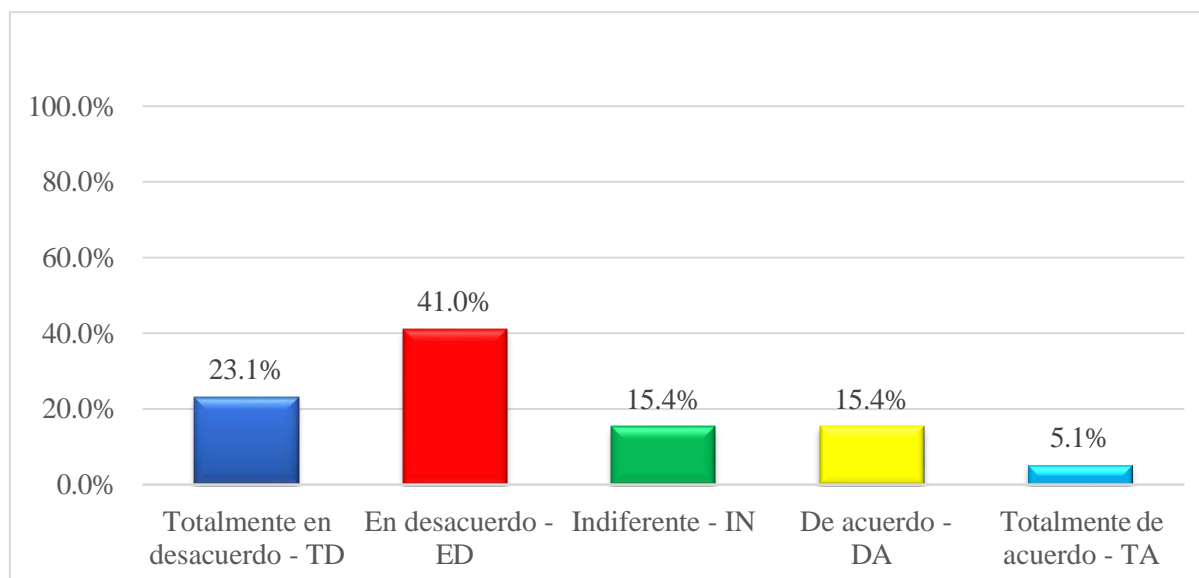


La evaluación sobre la competitividad de precios internacionales muestra un panorama desfavorable, dado que el 51.3 % de productores (28.2 % en desacuerdo y 23.1 % totalmente en desacuerdo) considera que los valores pagados por compradores externos no resultan atractivos para su oferta; mientras solamente un 23.1 % (7.7 % de acuerdo y 15.4 % totalmente de acuerdo) percibe satisfacción con los precios recibidos, con un significativo 25.6 % que mantiene postura neutral. Esta mayoritaria valoración negativa evidencia una percepción de desventaja económica en términos de retribución monetaria, factor que puede desincentivar el

enfoque exportador de los productores *aniseros* de Curahuasi al no visualizar beneficios económicos proporcionales al esfuerzo e inversión que representa la internacionalización.

Figura 10

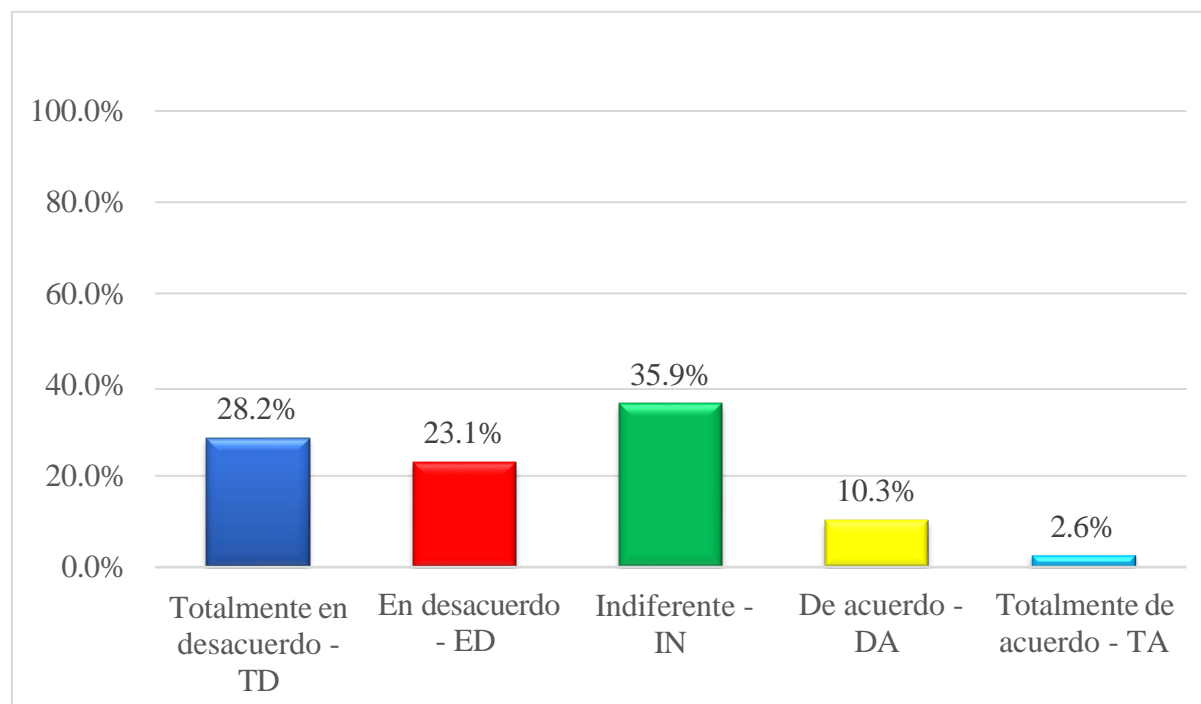
P10. La empresa cuenta con alguna política financiera



El análisis sobre la implementación de políticas financieras revela importantes deficiencias estructurales, puesto que el 64.1 % de productores (41 % en desacuerdo y 23.1 % totalmente en desacuerdo) reconoce carecer de lineamientos formales para la gestión de sus recursos económicos; mientras apenas un 20.5 % (15.4 % de acuerdo y 5.1 % totalmente de acuerdo) afirma contar con directrices establecidas, complementado por un 15.4 % que mantiene posición indiferente. Esta marcada ausencia de planificación financiera constituye una debilidad significativa que limita la toma de decisiones estratégicas sobre inversiones, optimización de gastos y acceso a financiamiento, elementos cruciales para sostener y expandir operaciones orientadas a mercados internacionales competitivos.

Figura 11

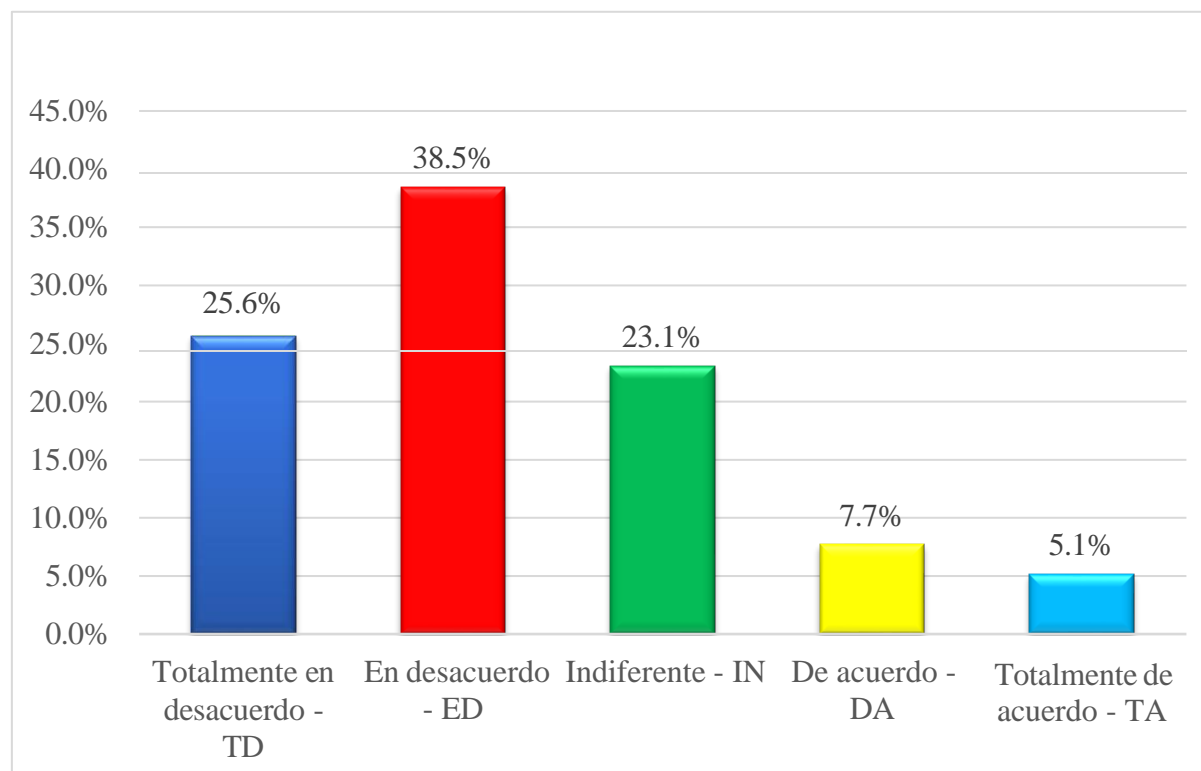
P11. La empresa tiene una robustez financiera (entiéndase ello, si tiene más activos que pasivos)



La valoración sobre la solidez patrimonial exhibe un panorama desfavorable, ya que el 51.3 % de productores (23.1 % en desacuerdo y 28.2 % totalmente en desacuerdo) considera que su estructura financiera no presenta una relación favorable entre activos y pasivos; mientras apenas un 12.9 % (10.3 % de acuerdo y 2.6 % totalmente de acuerdo) percibe contar con robustez económica, destacando un significativo 35.9 % que mantiene postura neutral. Esta distribución evidencia no solo una percepción mayoritaria de fragilidad financiera, sino también un preocupante desconocimiento por parte de más de un tercio de los productores respecto a su propia situación patrimonial, factor que obstaculiza la planificación efectiva y el aprovechamiento de oportunidades comerciales internacionales que requieren respaldo económico.

Figura 12

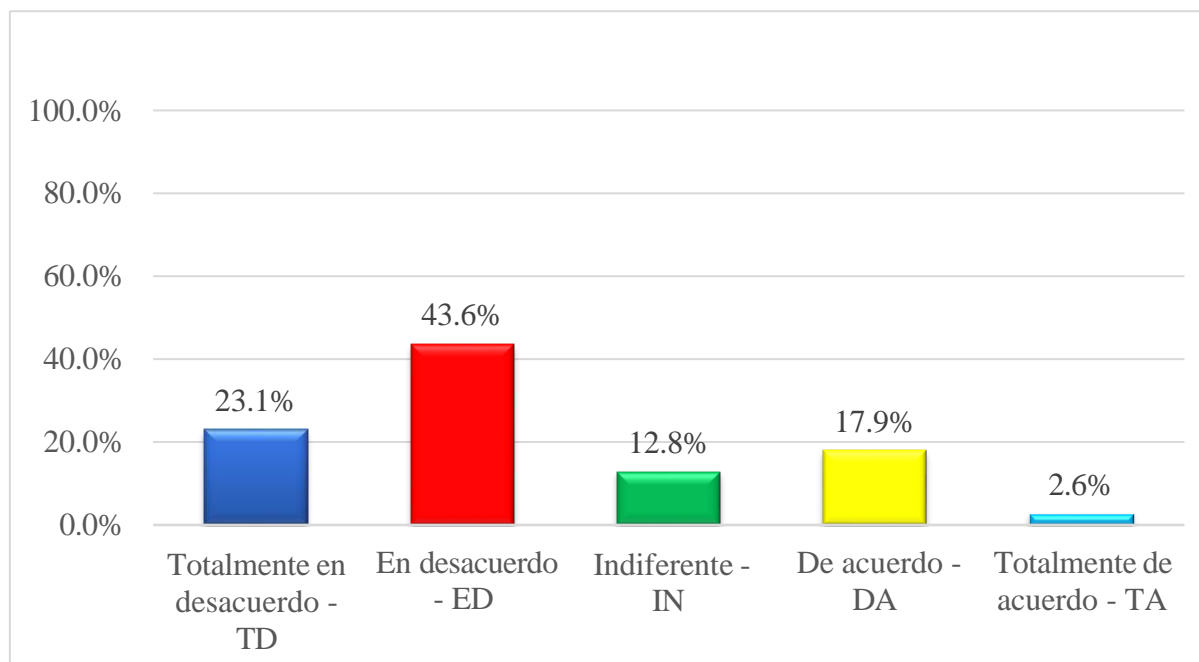
P12. Ud. cree que los impuestos que se encuentran afectos para la exportación de sus productos son los correctos



El análisis sobre la percepción tributaria muestra un marcado descontento, puesto que el 64.1 % de productores (38.5 % en desacuerdo y 25.6 % totalmente en desacuerdo) considera inadecuada la carga impositiva aplicada a las exportaciones de anís; mientras solamente un 12.8 % (7.7 % de acuerdo y 5.1 % totalmente de acuerdo) expresa conformidad con el régimen tributario, complementado por un 23.1 % que adopta posición indiferente. Esta predominante valoración negativa refleja una percepción generalizada de que el sistema impositivo actúa como barrera para la competitividad internacional, incrementando costos y reduciendo márgenes, situación que podría desincentivar la formalización y el crecimiento exportador de los *aniseros* de Curahuasi.

Figura 13

P23. Ud. cree que haciendo uso de intermediarios ayudaría a manejar menores costos



La evaluación sobre el rol de los intermediarios revela una percepción marcadamente escéptica, dado que el 66.7 % de productores (43.6 % en desacuerdo y 23.1 % totalmente en desacuerdo) no considera que estos agentes contribuyan a la reducción de costos operativos; mientras apenas un 20.5 % (17.9 % de acuerdo y 2.6 % totalmente de acuerdo) visualiza beneficios económicos en su participación, con un 12.8 % que mantiene postura neutral. Esta predominante valoración negativa evidencia una clara preferencia por canales directos de comercialización, reflejando la percepción de que los intermediarios representan un eslabón que incrementa costos sin aportar valor proporcional, perspectiva que influye directamente en las estrategias comerciales adoptadas por los *aniseros* de Curahuasi frente a mercados internacionales.

5.2.2.2. Análisis por Dimensión.

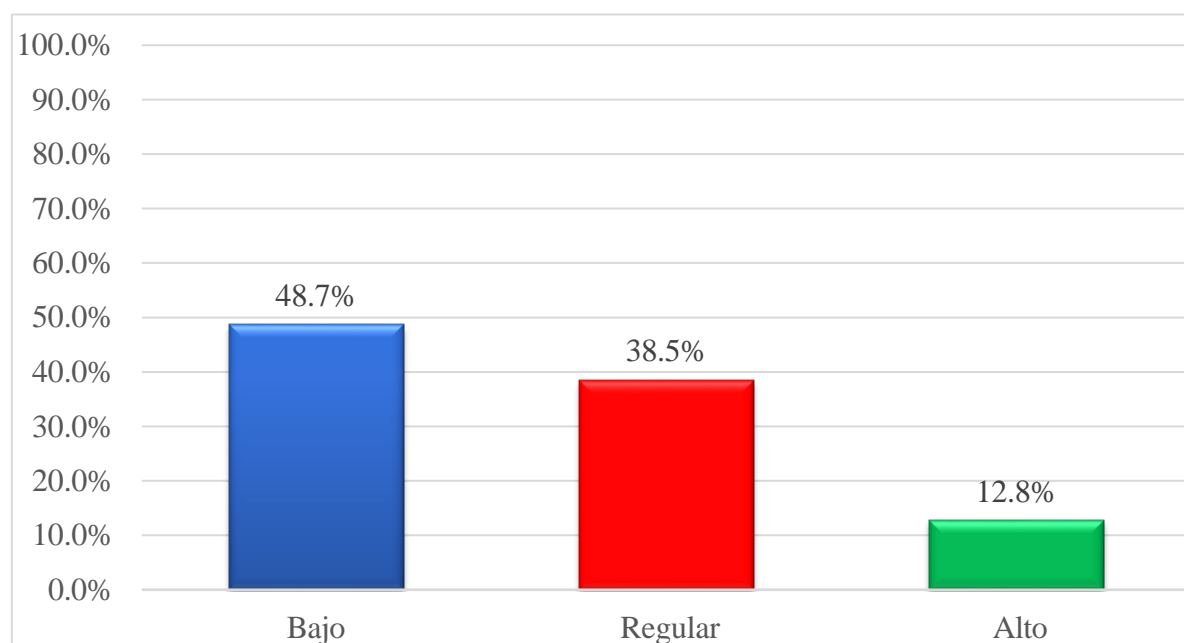
Tabla 8

Nivel de percepción de la capacidad económico-financiera

Categorías	Inicio	Fin	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	5	11	19	48.7
Regular	12	19	15	38.5
Alto	20	25	5	12.8
	Total		39	100.0

Figura 14

Nivel de percepción de la capacidad económico-financiera



El análisis dimensional de la capacidad económica-financiera muestra un escenario crítico, puesto que el 48.7 % de productores se sitúa en nivel bajo, mientras un 38.5 % alcanza nivel regular y apenas un 12.8 % logra nivel alto. Esta distribución evidencia carencias estructurales significativas en aspectos fundamentales como planificación financiera, robustez patrimonial y gestión tributaria, revelando una base económica frágil para afrontar los desafíos de la internacionalización. La concentración mayoritaria en los niveles bajo y regular refleja limitaciones importantes en la capacidad para sostener operaciones, realizar inversiones

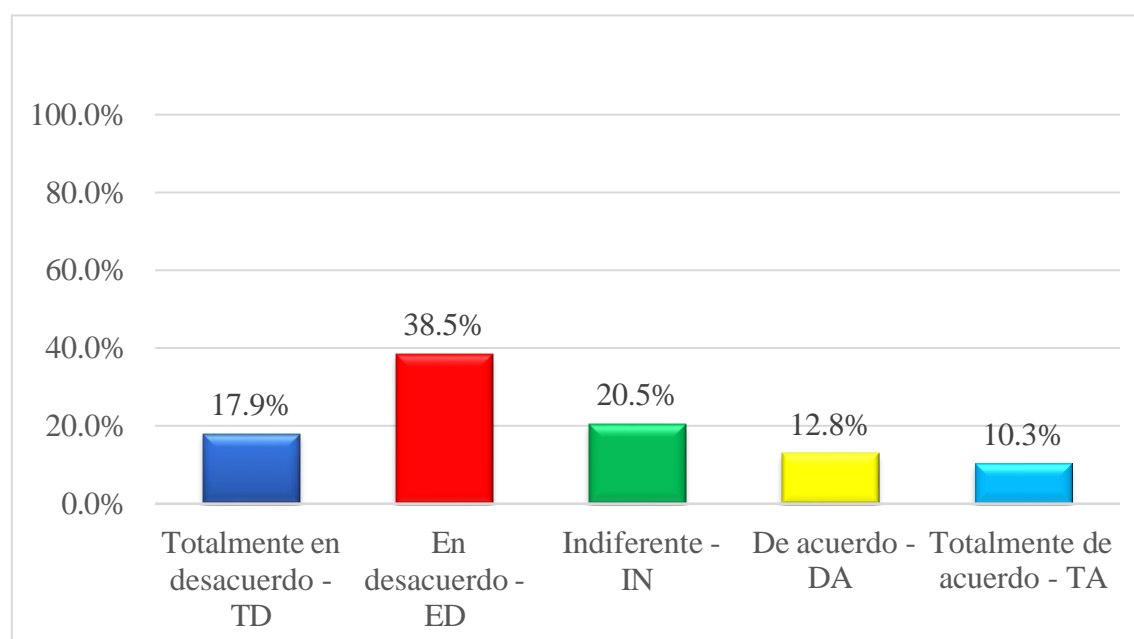
estratégicas y gestionar eficientemente recursos financieros, aspectos determinantes para la consolidación y expansión en mercados externos.

5.2.3. Objetivo específico 3: Identificar la Percepción de la Capacidad Comercial de los Productores de Anís del Distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023.

5.2.3.1. Análisis por Preguntas.

Figura 15

P14. Ud. cree que las certificaciones emitidas por entes técnicos y de gestión de calidad son importantes para su empresa

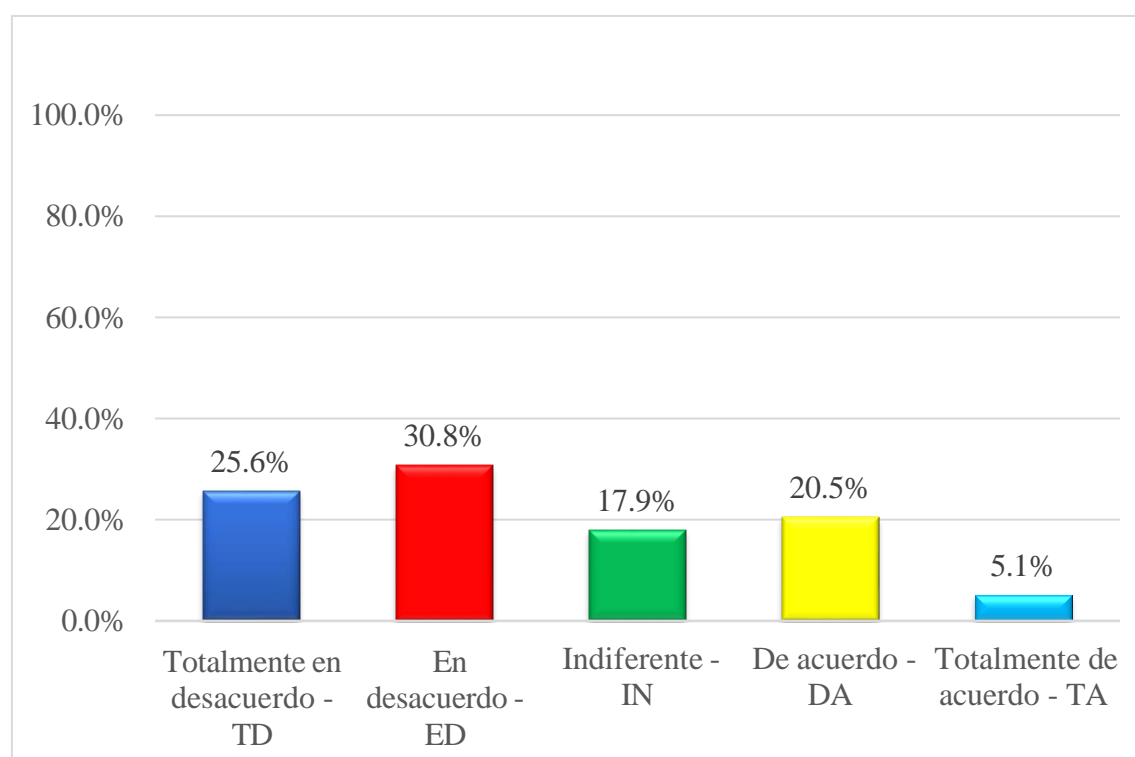


La valoración sobre la relevancia de las certificaciones técnicas revela una tendencia preocupante, ya que el 56.4 % de productores (38.5 % en desacuerdo y 17.9 % totalmente en desacuerdo) no reconoce la importancia estratégica de estos avales para su competitividad; mientras apenas un 23.1 % (12.8 % de acuerdo y 10.3 % totalmente de acuerdo) considera valiosas estas acreditaciones, complementado por un 20.5 % que mantiene posición neutral. Esta predominante percepción negativa evidencia un limitado entendimiento sobre el valor que las certificaciones aportan como herramientas de diferenciación, garantía de calidad y

facilitadores de acceso a mercados internacionales, constituyendo una barrera conceptual significativa para la proyección global del anís de Curahuasi.

Figura 16

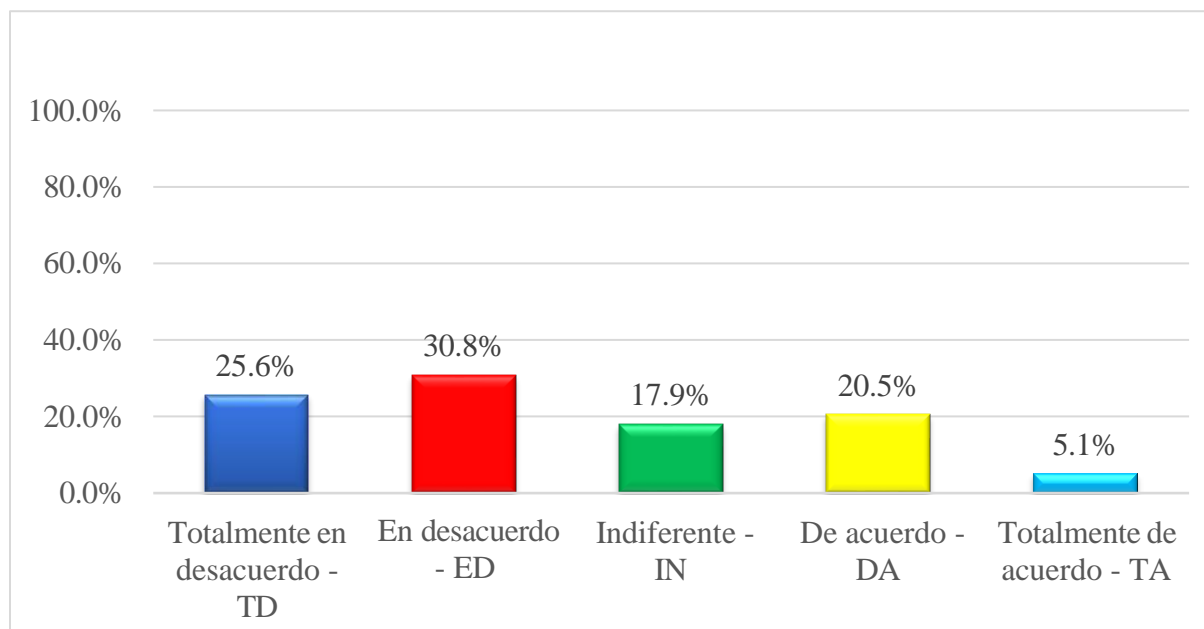
P15. La normatividad vigente permite mejorar la posición competitiva de los productos que vende al exterior



El análisis sobre la percepción normativa muestra un panorama desfavorable, puesto que el 56.4 % de productores (30.8 % en desacuerdo y 25.6 % totalmente en desacuerdo) considera que el marco regulatorio actual no contribuye positivamente a su posicionamiento internacional; mientras un 25.6 % (20.5 % de acuerdo y 5.1 % totalmente de acuerdo) percibe beneficios competitivos derivados de la normatividad, con un 17.9 % que adopta postura indiferente. Esta mayoritaria valoración negativa refleja la percepción de que las disposiciones legales vigentes actúan más como obstáculos que como facilitadores para la actividad exportadora, generando una sensación de desventaja regulatoria que afecta las expectativas y motivaciones de los *aniseros* para insertarse efectivamente en mercados globales.

Figura 17

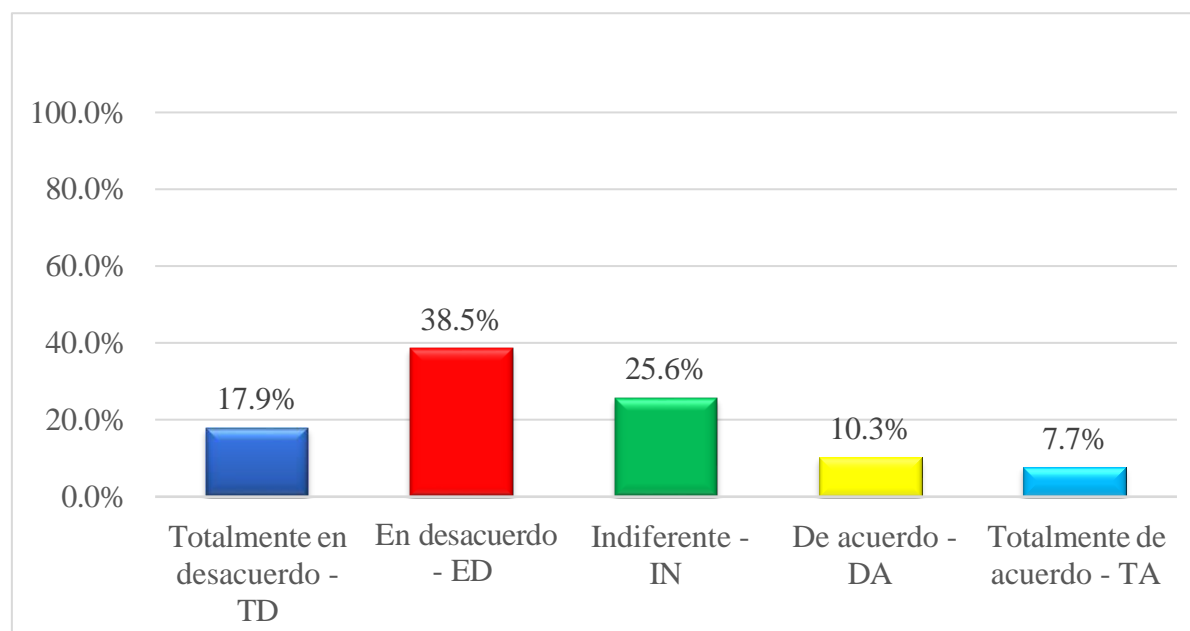
P16. Para Ud. ¿los plazos de entrega estipulados en el contrato son los adecuados?



La evaluación sobre los términos de entrega contractuales evidencia una percepción mayoritariamente crítica, dado que el 64.1 % de productores (43.6 % en desacuerdo y 20.5 % totalmente en desacuerdo) considera que los plazos establecidos no se ajustan adecuadamente a sus capacidades operativas; mientras solamente un 20.5 % (7.7 % de acuerdo y 12.8 % totalmente de acuerdo) expresa conformidad con dichos términos, complementado por un 15.4 % que mantiene postura neutral. Esta predominante valoración negativa refleja dificultades significativas para cumplir los cronogramas pactados en negociaciones internacionales, situación que compromete la confiabilidad y reputación comercial de los *aniseros* de Curahuasi frente a compradores externos que priorizan la puntualidad y previsibilidad en sus cadenas de suministro.

Figura 18

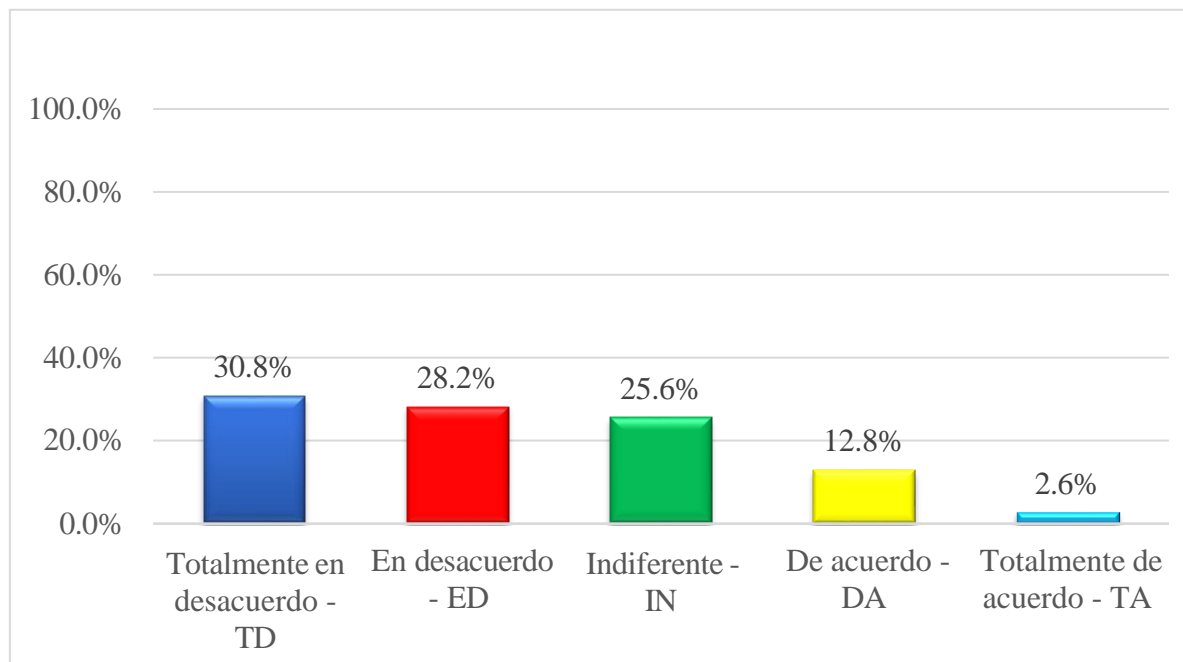
P17. La información que cuenta la empresa es la adecuada para la toma de decisiones



El análisis sobre la calidad informativa para decisiones estratégicas muestra un panorama desfavorable, puesto que el 56.4 % de productores (38.5 % en desacuerdo y 17.9 % totalmente en desacuerdo) considera insuficientes o inadecuados los datos disponibles para fundamentar sus determinaciones comerciales; mientras apenas un 18 % (10.3 % de acuerdo y 7.7 % totalmente de acuerdo) percibe contar con información apropiada, destacando un significativo 25.6 % que adopta posición indiferente. Esta mayoritaria percepción negativa evidencia limitaciones importantes en los sistemas de gestión del conocimiento y análisis de mercado, generando condiciones de incertidumbre decisional que obstaculizan la planificación estratégica efectiva y la adaptación oportuna a las dinámicas cambiantes del comercio internacional.

Figura 19

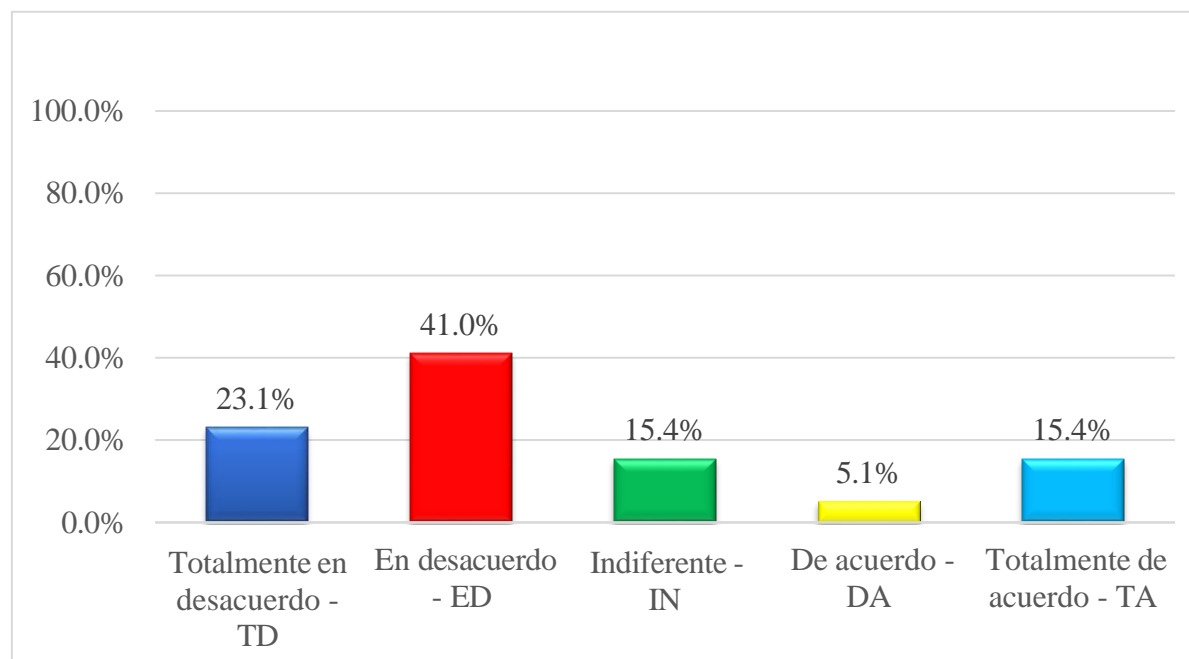
P18. La asociatividad es el motor que permite generar mejores condiciones para la exportación de sus productos



La valoración sobre el potencial de la asociatividad refleja un escepticismo predominante, ya que el 59 % de productores (28.2 % en desacuerdo y 30.8 % totalmente en desacuerdo) no reconoce en esta estrategia colaborativa un mecanismo efectivo para mejorar sus condiciones exportadoras; mientras solamente un 15.4 % (12.8 % de acuerdo y 2.6 % totalmente de acuerdo) percibe beneficios en la acción colectiva, con un significativo 25.6 % que mantiene postura neutral. Esta mayoritaria percepción negativa evidencia una cultura individualista arraigada entre los *aniseros* de Curahuasi, limitando el aprovechamiento de sinergias potenciales que podrían fortalecer su posición negociadora, reducir costos compartidos y facilitar el acceso conjunto a mercados internacionales más exigentes y competitivos.

Figura 20

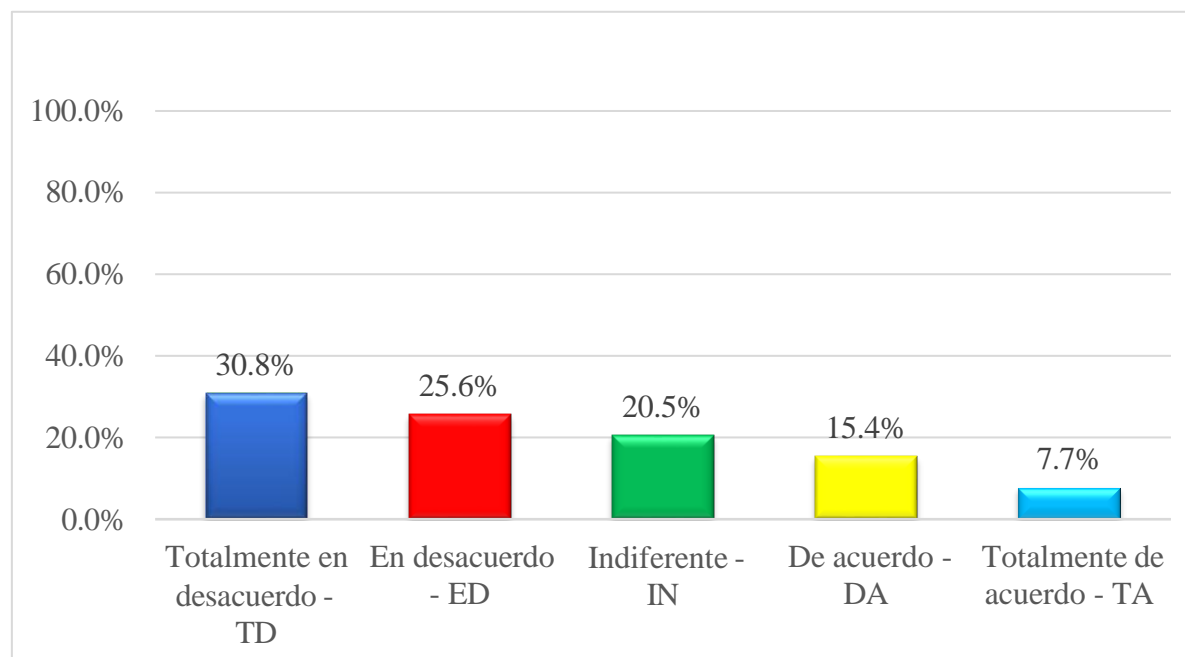
P7. El control del proceso logístico se puede considerar como muy riguroso, para poder evitar robos de los productos



El análisis sobre la seguridad en la cadena logística muestra un panorama preocupante, puesto que el 64.1 % de productores (41 % en desacuerdo y 23.1 % totalmente en desacuerdo) considera que los controles implementados no alcanzan el rigor necesario para prevenir pérdidas por sustracción; mientras apenas un 20.5 % (5.1 % de acuerdo y 15.4 % totalmente de acuerdo) percibe contar con medidas efectivas, complementado por un 15.4 % que adopta posición indiferente. Esta predominante valoración negativa revela vulnerabilidades significativas en la protección e integridad del producto durante su tránsito, generando riesgos económicos y operativos que afectan la confiabilidad y eficiencia de la cadena de suministro orientada a mercados internacionales.

Figura 21

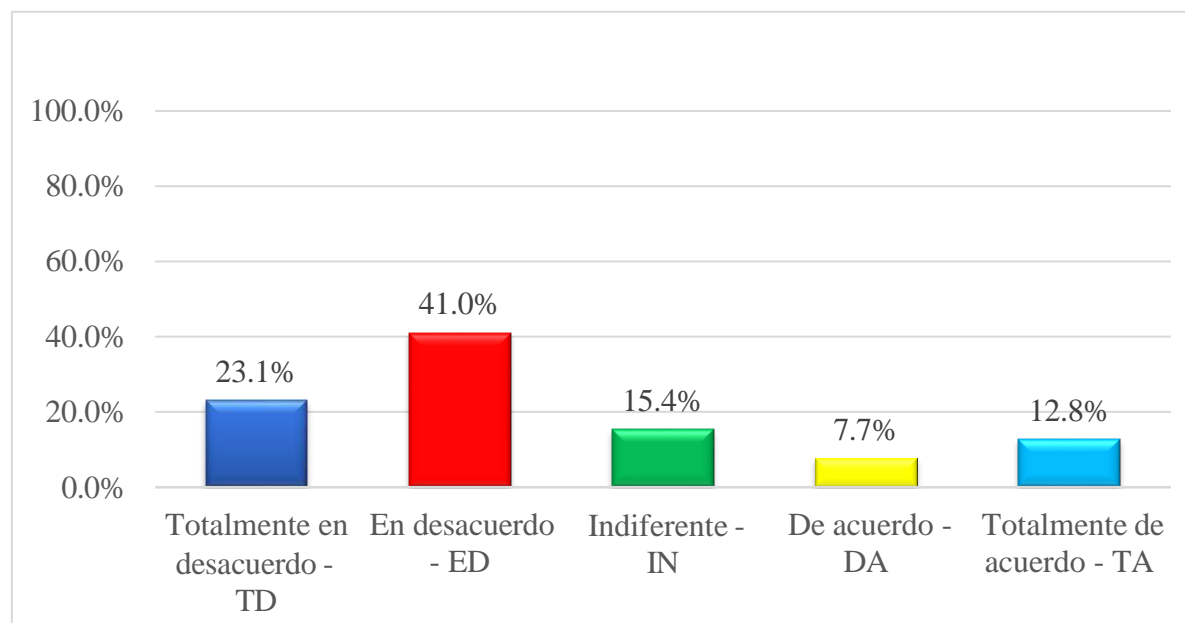
P20. La infraestructura logística de la provincia es la adecuada para la exportación de sus productos



La evaluación sobre las condiciones de infraestructura logística territorial revela un panorama desfavorable, dado que el 56.4 % de productores (25.6 % en desacuerdo y 30.8 % totalmente en desacuerdo) considera inadecuadas las instalaciones y vías disponibles para la movilización de sus productos; mientras apenas un 23.1 % (15.4 % de acuerdo y 7.7 % totalmente de acuerdo) percibe contar con condiciones apropiadas, complementado por un 20.5 % que mantiene postura neutral. Esta mayoritaria valoración negativa evidencia deficiencias estructurales en el entorno logístico de Curahuasi, configurando obstáculos significativos para la eficiencia operativa, incrementando costos de transporte y limitando la capacidad para responder ágilmente a las demandas de mercados internacionales exigentes.

Figura 22

P22. La exportación de sus productos se realiza de manera directa y le permite la gestión del proceso logístico



El análisis sobre los canales de exportación muestra una tendencia predominantemente indirecta, puesto que el 64.1 % de productores (41 % en desacuerdo y 23.1 % totalmente en desacuerdo) señala no realizar por sí mismos la gestión de sus procesos logísticos internacionales; mientras apenas un 20.5 % (7.7 % de acuerdo y 12.8 % totalmente de acuerdo) afirma mantener control directo sobre estos procesos, con un 15.4 % que adopta posición indiferente. Esta mayoritaria dependencia de terceros para la comercialización externa refleja limitaciones significativas en capacidades, conocimientos y recursos para gestionar independientemente las complejas operaciones logísticas internacionales, reduciendo el control sobre la cadena de valor y potencialmente afectando los márgenes de rentabilidad de los *aniseros*.

5.2.3.2. Análisis por dimensión.

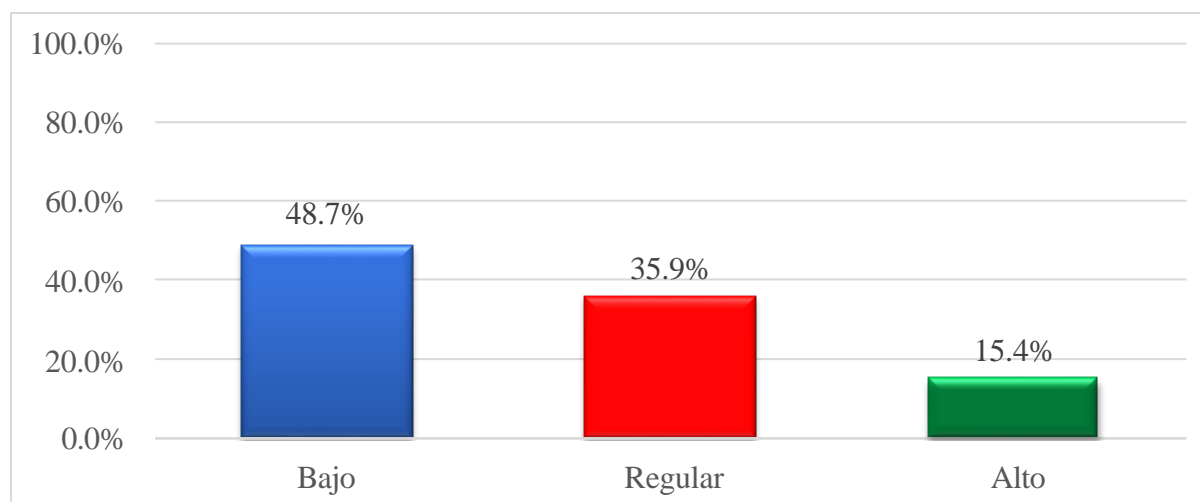
Tabla 9

Nivel de percepción de la capacidad comercial

Categorías	Inicio	Fin	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	8	18	19	48.7
Regular	19	30	14	35.9
Alto	31	40	6	15.4
	Total		39	100.0

Figura 23

Nivel de percepción de la capacidad comercial



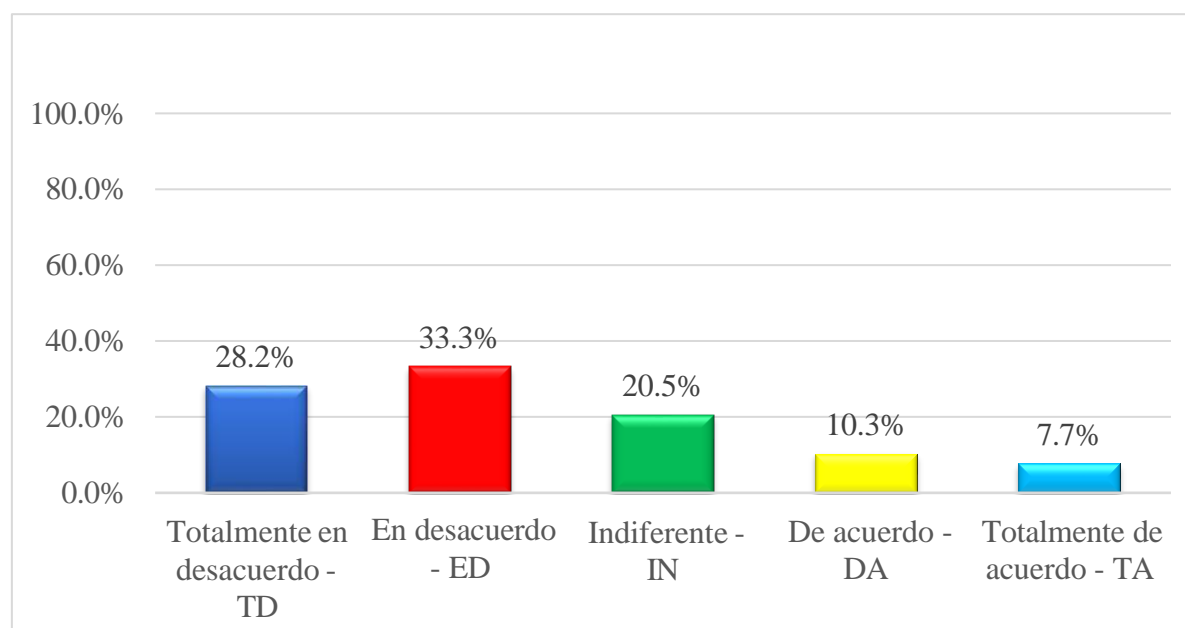
El análisis dimensional de la capacidad comercial revela un escenario preocupante, dado que el 48.7 % de productores se sitúa en nivel bajo, mientras un 35.9 % alcanza nivel regular y apenas un 15.4 % logra nivel alto. Esta distribución evidencia deficiencias estructurales significativas en componentes esenciales para la proyección internacional, destacando particularmente las limitaciones en infraestructura logística, canales directos de comercialización, valoración de certificaciones y cumplimiento de plazos contractuales. La concentración mayoritaria en los niveles bajo y regular refleja una base comercial insuficientemente desarrollada que obstaculiza la competitividad efectiva del anís de Curahuasi en mercados globales exigentes y dinámicos.

5.2.4. Objetivo Específico 4: Identificar la Percepción de la Capacidad del Personal y Gestión de los Productores de Anís del Distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023

5.2.4.1. Análisis por Pregunta.

Figura 24

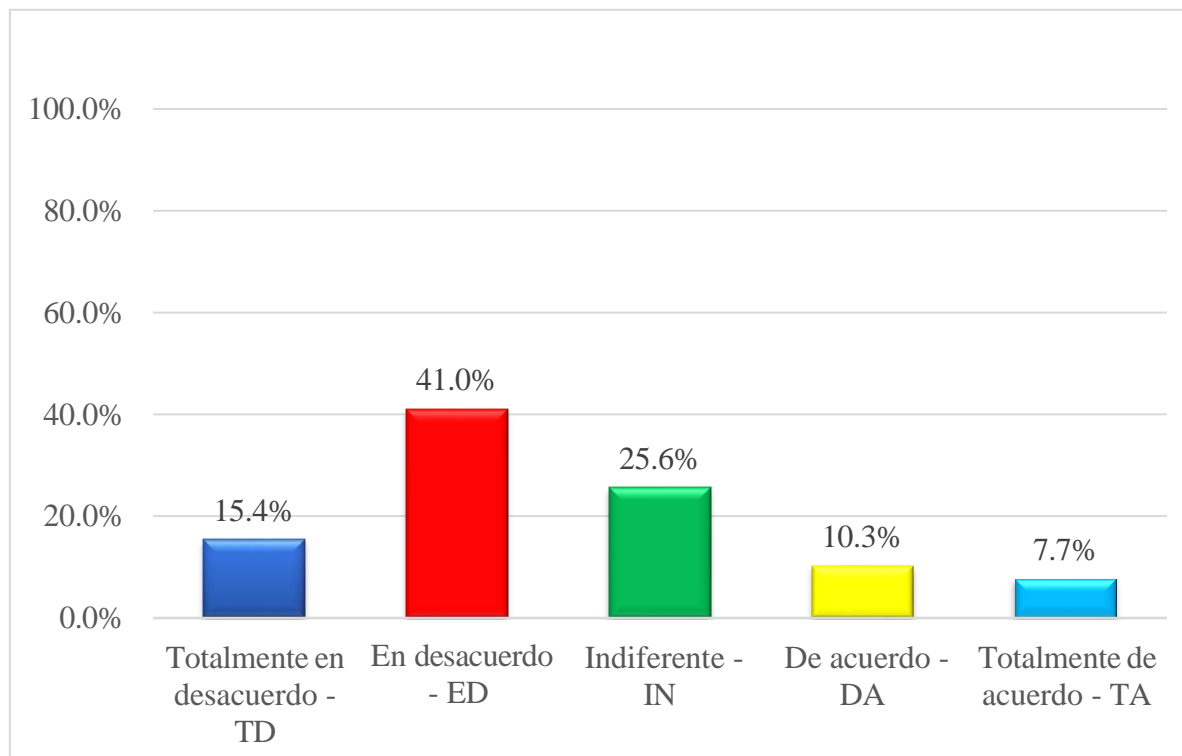
P8. La empresa cuenta con facilidad para el acceso a mano de obra calificada y no calificada



La evaluación sobre la disponibilidad de capital humano muestra un panorama desfavorable, puesto que el 61.5 % de productores (33.3 % en desacuerdo y 28.2 % totalmente en desacuerdo) manifiesta dificultades significativas para acceder a trabajadores tanto especializados como operativos; mientras apenas un 18 % (10.3 % de acuerdo y 7.7 % totalmente de acuerdo) percibe contar con facilidades para contratar personal, complementado por un 20.5 % que mantiene postura neutral. Esta predominante valoración negativa evidencia una importante limitación en recursos humanos que afecta directamente la capacidad operativa, la implementación de mejoras técnicas y la profesionalización de procesos necesarios para alcanzar estándares internacionales competitivos.

Figura 25

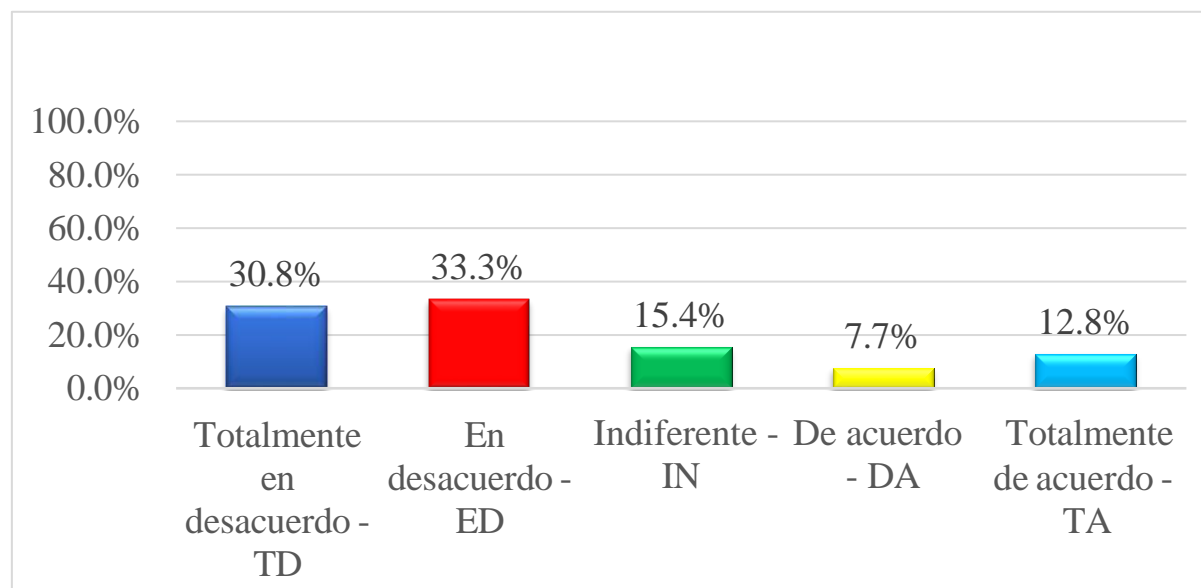
P21. La empresa cuenta con flexibilidad en el desarrollo de sus actividades y le permite adecuarse con facilidad a los cambios del entorno



El análisis sobre la adaptabilidad organizacional revela una rigidez predominante, dado que el 56.4 % de productores (41 % en desacuerdo y 15.4 % totalmente en desacuerdo) considera que sus empresas carecen de la flexibilidad necesaria para responder eficazmente a las variaciones del contexto; mientras apenas un 18 % (10.3 % de acuerdo y 7.7 % totalmente de acuerdo) percibe contar con capacidad adaptativa adecuada, destacando un significativo 25.6 % que adopta posición indiferente. Esta mayoritaria percepción de inflexibilidad refleja estructuras y procesos relativamente rígidos que limitan la capacidad de los *aniseros* para ajustarse oportunamente a nuevas tendencias, requisitos o condiciones del mercado global.

Figura 26

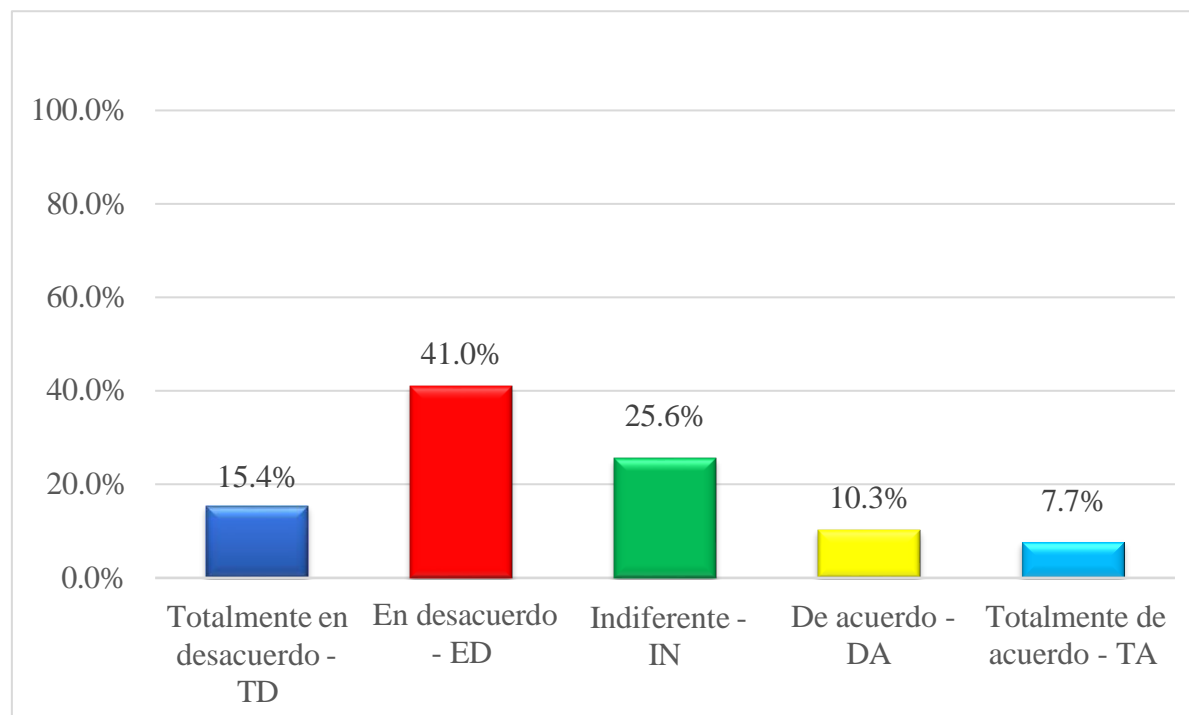
P24. La empresa cuenta con facilidad para el acceso a mano de obra calificada y no calificada



La valoración sobre prácticas de capacitación revela un panorama crítico, dado que el 64.1 % de productores (33.3 % en desacuerdo y 30.8 % totalmente en desacuerdo) reconoce no implementar programas formativos regulares para potenciar sus procesos productivos; mientras solamente un 20.5 % (7.7 % de acuerdo y 12.8 % totalmente de acuerdo) afirma proporcionar entrenamiento sistemático, complementado por un 15.4 % que mantiene postura neutral. Esta predominante carencia formativa evidencia limitaciones importantes en la gestión del conocimiento técnico, obstaculizando la mejora continua, la adopción de innovaciones y el desarrollo de competencias especializadas esenciales para incrementar la productividad y calidad del país destinado a mercados internacionales.

Figura 27

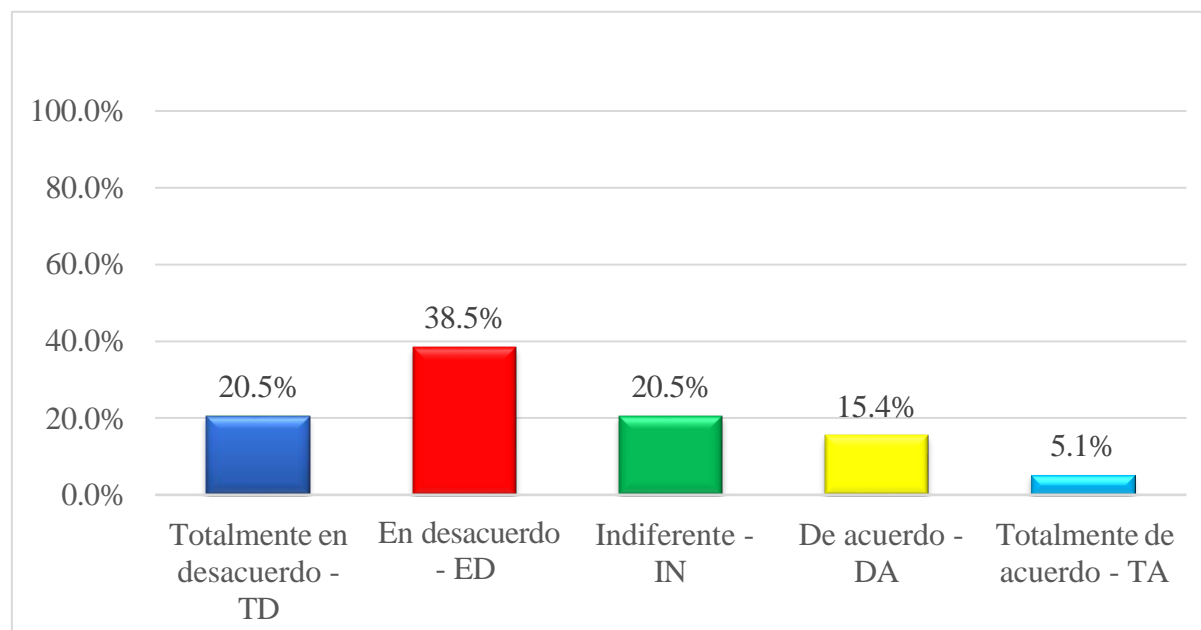
P19. La imagen del país fomenta el comercio exterior



El análisis sobre el impacto de la marca Perú muestra una percepción mayoritariamente escéptica, puesto que el 64.1 % de productores (35.9 % en desacuerdo y 28.2 % totalmente en desacuerdo) considera que la imagen nacional no contribuye significativamente a impulsar sus exportaciones; mientras apenas un 10.2 % (5.1 % de acuerdo y 5.1 % totalmente de acuerdo) reconoce beneficios derivados de esta identidad, destacando un significativo 25.6 % que adopta posición indiferente. Esta extendida valoración negativa refleja una percepción de desaprovechamiento del potencial diferenciador que la marca país podría aportar como herramienta promocional para posicionar estratégicamente el anís peruano en mercados globales competitivos.

Figura 28

P13. Existen instituciones que le brindan soporte en el proceso, estas instituciones cumplen con ese propósito



La evaluación sobre el apoyo institucional evidencia un descontento generalizado, dado que el 59 % de productores (38.5 % en desacuerdo y 20.5 % totalmente en desacuerdo) considera que las entidades existentes no cumplen efectivamente su función de soporte; mientras solamente un 20.5 % (15.4 % de acuerdo y 5.1 % totalmente de acuerdo) percibe recibir respaldo adecuado, complementado por un 20.5 % que mantiene postura neutral. Esta predominante percepción de abandono institucional refleja deficiencias significativas en la articulación de políticas públicas y programas de fomento orientados específicamente a fortalecer las capacidades exportadoras de los productores *aniseros* de Curahuasi, limitando su acceso a recursos técnicos, formativos y financieros.

5.2.4.2. Análisis por Dimensión.

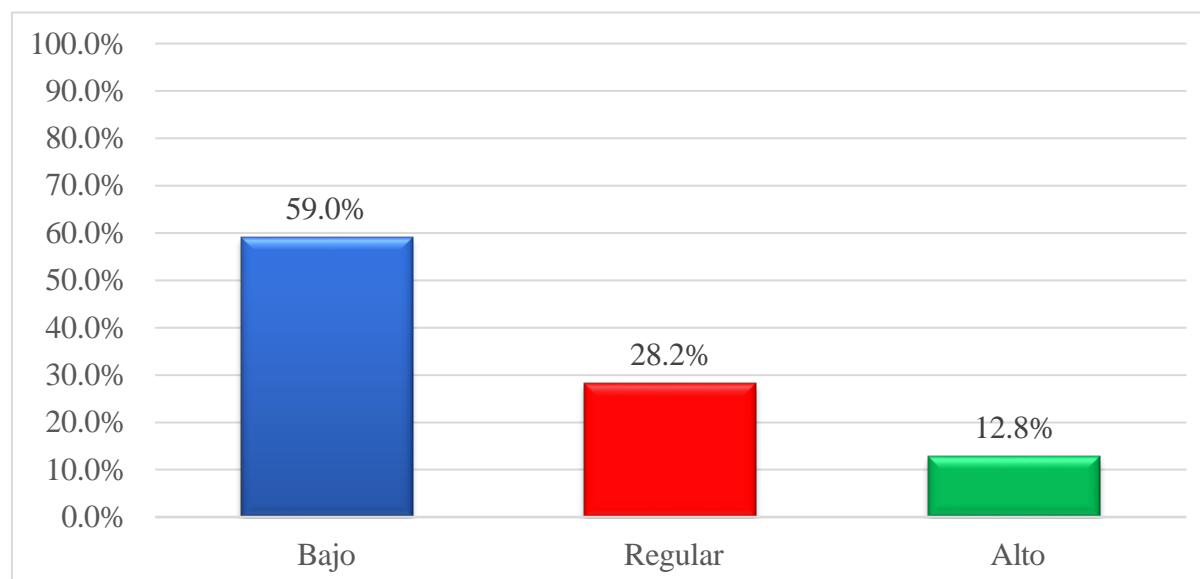
Tabla 10

Nivel de percepción de la capacidad del personal y gestión de los productores

Categorías	Inicio	Fin	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	5	11	23	59.0
Regular	12	19	11	28.2
Alto	20	25	5	12.8
	Total		39	100.0

Figura 29

Nivel de percepción de la capacidad del personal y gestión de los productores



El análisis dimensional de la capacidad del personal y gestión revela un escenario alarmante, puesto que el 59 % de productores se ubica en nivel bajo, mientras un 28.2 % alcanza nivel regular y apenas un 12.8 % logra nivel alto. Esta distribución evidencia deficiencias críticas en aspectos fundamentales como acceso a mano de obra calificada, implementación de programas formativos regulares, flexibilidad organizacional y percepción de soporte institucional efectivo. La marcada predominancia del nivel bajo refleja una debilidad estructural significativa en el componente humano y gerencial, factor determinante para la

implementación exitosa de estrategias comerciales internacionales y el desarrollo sostenido de ventajas competitivas en mercados globales.

5.2.5. Objetivo General: Identificar la Percepción de las Capacidades de la Oferta Exportable de los Productores de Anís del Distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023

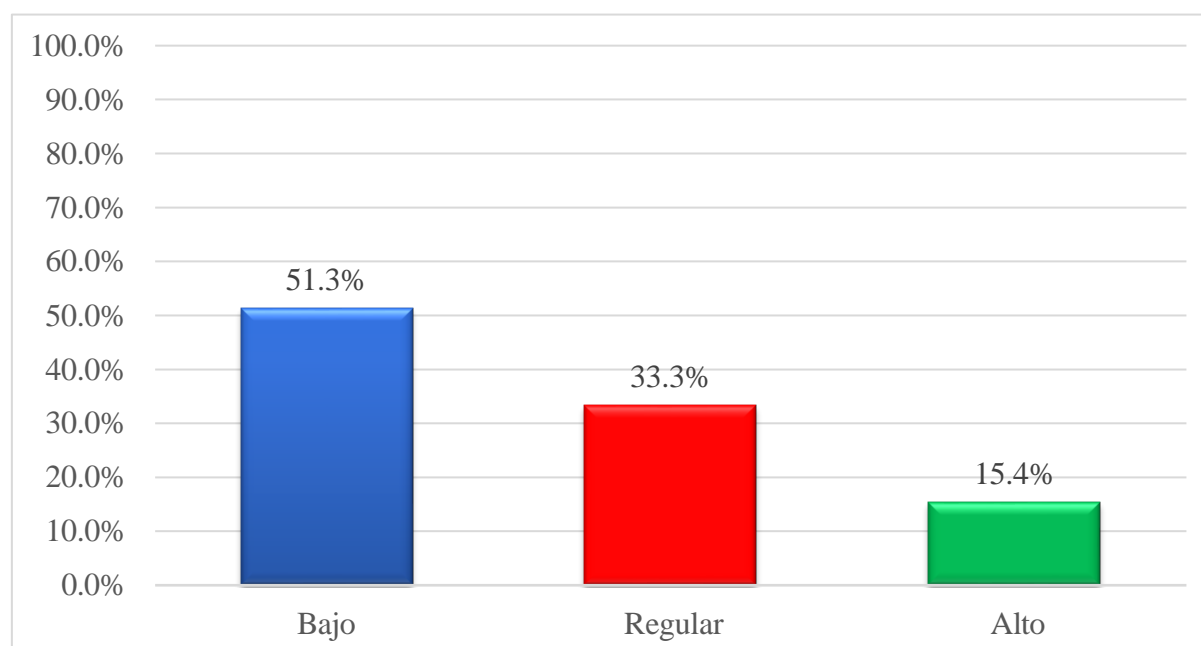
Tabla 11

Nivel de percepción de las capacidades de la oferta exportable

Categorías	Inicio	Fin	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	25	57	20	51.3
Regular	58	90	13	33.3
Alto	91	125	6	15.4
	Total		39	100.0

Figura 30

Nivel de percepción de la capacidad del personal y gestión de los productores



El análisis integral de las capacidades de oferta exportable muestra un panorama desfavorable, dado que el 51.3 % de productores se sitúa en nivel bajo, mientras un 33.3 %

alcanza nivel regular y solamente un 15.4 % logra nivel alto. Esta distribución evidencia limitaciones estructurales significativas que afectan transversalmente todas las dimensiones evaluadas, destacando especialmente las deficiencias en capacidad del personal y gestión, seguidas por debilidades en aspectos económico-financieros, comerciales y productivos. La concentración mayoritaria en el nivel bajo refleja una percepción consciente entre los *aniseros* de Curahuasi sobre las importantes brechas existentes entre sus capacidades actuales y los requerimientos para competir efectivamente en mercados internacionales exigentes.

5.3. Discusión de Resultados.

Los resultados de la investigación sobre las capacidades de la oferta exportable de los productores de anís en Curahuasi revelan un panorama complejo que amerita un análisis profundo desde múltiples perspectivas teóricas y empíricas. La presente discusión busca contrastar los hallazgos obtenidos con investigaciones previas realizadas tanto en el ámbito nacional como internacional, estableciendo conexiones significativas con las bases conceptuales del comercio exterior y la competitividad exportadora; asimismo, se examinó detalladamente cada dimensión analizada a fin de comprender las percepciones predominantes entre los productores participantes. Este análisis interpretativo no solo contribuye al entendimiento de las limitaciones y potencialidades de la oferta exportable del anís en esta región apurimeña, sino que además aporta elementos valiosos para la formulación de estrategias orientadas al fortalecimiento de las capacidades identificadas como deficitarias, promoviendo así el desarrollo económico sostenible de estos productores agrícolas en mercados internacionales.

En el resultado del primer objetivo específico: la capacidad productiva reveló una predominancia del nivel bajo (56.4 %) entre los productores de anís de Curahuasi, evidenciando deficiencias críticas en aspectos tecnológicos y de infraestructura, hallazgos que contrastan

parcialmente con lo reportado por Mendoza et al. (2022), quienes identificaron que la escasez tecnológica alcanza solo un 24 % entre los productores agrícolas ecuatorianos, aunque coinciden en señalar limitaciones significativas en procesos productivos. Estas diferencias podrían explicarse por el contexto geográfico distintivo de Curahuasi, caracterizado por su ubicación altoandina con condiciones de acceso más restrictivas para la modernización tecnológica; no obstante, los resultados concuerdan con lo señalado por Coral et al. (2021) respecto a la necesidad imperante de aumentar la capacidad tecnológica para mejorar la competitividad exportadora del sector agrícola. La teoría sobre capacidad productiva desarrollada por Yllescas et al. (2021) ofrece un marco interpretativo pertinente al subrayar cómo la infraestructura adecuada y la modernización tecnológica determinan la aptitud para satisfacer demandas internacionales con productos competitivos, revelando que el potencial productivo de estos agricultores se ve severamente limitado por deficiencias en equipamiento (64.1 %) y control de calidad (64.1 %), factores que Vergara (2021) considera determinantes para el posicionamiento exportador de economías emergentes.

De acuerdo con el segundo objetivo específico: la capacidad económico-financiera reveló que el 48.7 % de productores se sitúa en nivel bajo, evidenciando deficiencias significativas en planificación financiera, patrimonial y gestión tributaria. Estos hallazgos concuerdan con lo reportado por Espinoza (2021), quien identificó como factores determinantes de la oferta exportable el acceso a financiamiento y los precios competitivos, señalando que para aumentar la capacidad exportadora es fundamental brindar soporte financiero a los productores locales. Asimismo, los resultados se alinean con lo encontrado por Rodrigo y Vega (2023), quienes concluyeron que la oferta exportable de los agricultores de Callahuanca es carente principalmente por el insuficiente financiamiento y el limitado apoyo económico de instituciones gubernamentales. Asimismo, esta realidad se refleja en lo planteado por Motta (2020), quien enfatiza cómo las obligaciones tributarias impactan directamente en

la rentabilidad y competitividad internacional. Particularmente destacable es la elevada proporción de productores con posición neutral, lo que según Hussain et al. (2020) indica un desconocimiento preocupante sobre la propia situación patrimonial, factor que compromete la capacidad para aprovechar oportunidades comerciales y desarrollar estrategias financieras sólidas. Sumando, la teoría económica aplicada a la oferta exportable propuesta por Yllescas et al. (2021) permite interpretar estos resultados como una barrera estructural para la internacionalización, ya que sin una base económica estable resulta inviable mantener operaciones sostenidas en mercados externos que requieren inversiones significativas y capacidad para afrontar fluctuaciones comerciales.

De acuerdo con el tercer objetivo específico: la evaluación de la capacidad comercial reveló que el 48.7 % de productores presenta un nivel bajo, manifestando deficiencias significativas en aspectos como certificaciones, estrategias asociativas e infraestructura logística, hallazgos que guardan semejanza con lo reportado por Rodríguez y Rosero (2022), quienes identificaron la infraestructura logística como factor determinante para la oferta exportable en Ecuador. Esta percepción negativa sobre la asociatividad (59 %) contrasta notablemente con lo planteado por Valdíglesias (2024), quien señala que la colaboración entre productores genera economías de escala y facilita el acceso a financiamiento y capacitación; asimismo, la baja valoración de las certificaciones (56.4 %) difiere de lo establecido por Mora et al. (2020) sobre su importancia para generar confianza y competitividad en mercados internacionales. Particularmente alarmante resulta que el 64.1 % de productores considere inadecuados los plazos de entrega contractuales, situación que Yllescas et al. (2021) identifican como crítica para la reputación exportadora. Estas deficiencias comerciales pueden interpretarse mediante el enfoque teórico de Aranibar y Quispe (2023), quienes enfatizan cómo la capacidad comercial incluye habilidades técnicas para la negociación internacional y

conocimiento de mercados objetivo, elementos claramente deficitarios entre los productores estudiados, limitando severamente su proyección hacia mercados externos.

Respondiendo al objetivo cuarto objetivo: la capacidad de personal y gestión evidenció que el 59 % de productores se ubica en nivel bajo, revelando limitaciones críticas en acceso a mano de obra calificada (61.5 %), capacitación continua (64.1 %) y percepción de apoyo institucional (59 %), resultados que concuerdan con lo identificado por Mendoza et al. (2022), quienes determinaron que la falta de capacitación en procesos logísticos afecta al 53.1 % de agricultores ecuatorianos. Estos hallazgos también se alinean con lo expuesto por Macha (2018), quien señala que las deficiencias en recursos humanos constituyen barreras funcionales para el desarrollo exportador; sin embargo, los resultados difieren parcialmente de González et al. (2024), quienes enfatizan cómo las competencias técnicas incrementan la eficiencia productiva y mejoran la gestión de clientes internacionales, mientras que los encuestados otorgan menor relevancia relativa a esta dimensión. La limitada flexibilidad organizacional para adaptarse a cambios del entorno (56.4 %) resulta particularmente preocupante según la perspectiva teórica de Dethine et al. (2020), quienes subrayan que la gestión eficiente optimiza recursos y fomenta innovación continua, factores esenciales para la competitividad internacional. La percepción negativa sobre el apoyo institucional confirma lo planteado por Espinoza (2021), quien identifica la necesidad de mayor soporte técnico y comercial gubernamental para impulsar la agroexportación en productos no tradicionales peruanos.

Finalmente, respecto al objetivo general: el análisis integral de las capacidades de la oferta exportable reveló que el 51.3 % de productores de anís de Curahuasi se sitúa en nivel bajo, evidenciando limitaciones estructurales significativas en todas las dimensiones evaluadas, hallazgos que coinciden parcialmente con lo reportado por Yllescas et al. (2021), quienes identificaron que países latinoamericanos muestran alta dependencia de productos primarios con bajo valor agregado. Estas deficiencias generalizadas reflejan lo señalado por

Patiño et al. (2022) respecto a la falta de acceso a tecnologías adecuadas y bajo conocimiento de normativas internacionales que afecta a productores de anís en esta región; sin embargo, los resultados contrastan con lo encontrado por Coral et al. (2021), quienes identificaron mayor potencial exportable en el cacao colombiano gracias a su vinculación con mercados europeos estratégicos. Particularmente, la percepción negativa sobre el apoyo institucional (59 %) confirma lo expuesto por Rodrigo y Vega (2023) acerca del limitado apoyo financiero gubernamental y ausencia de asesorías en comercio exterior como factores restrictivos. Los resultados se interpretan adecuadamente mediante el marco conceptual del Mincetur (2024), que establece la interrelación entre las cuatro capacidades analizadas como fundamento para una oferta exportable competitiva, evidenciando que las debilidades en infraestructura logística, acceso a financiamiento y conocimiento de normativas internacionales identificadas constituyen barreras significativas para la proyección internacional del anís de Curahuasi, requiriendo intervenciones integrales que fortalezcan simultáneamente todas las dimensiones evaluadas.

Conclusiones

1. Las capacidades económico-financieras, personal-gestión y comercial muestran cumplimiento parcial entre productores de anís en Curahuasi, mientras la capacidad productiva supera el promedio. Esta distribución evidencia priorización de procesos productivos básicos y desatención de elementos estratégicos como gestión financiera, desarrollo de personal y estrategias comerciales, limitando su competitividad en mercados internacionales.
2. La capacidad productiva presenta cumplimiento superior al promedio, destacando en calidad, infraestructura y plazos de entrega. Esta priorización refleja comprensión sobre factores cualitativos para mercados exigentes, aunque persisten desafíos en control de calidad según estándares internacionales, modernización tecnológica y optimización de procesos que restringen el potencial exportador.
3. La capacidad económico-financiera evidencia cumplimiento parcial, sobresaliendo en precio y acceso a financiamiento, mientras el manejo de costos e impuestos queda relegado. Esta situación refleja comprensión insuficiente sobre aspectos tributarios y estructura de costos, fundamentales para la rentabilidad exportadora, demandando fortalecimiento de conocimientos financieros específicos.
4. La capacidad comercial muestra cumplimiento parcial, destacando en información comercial, mientras la infraestructura logística insuficiente constituye la principal deficiencia. Esta limitación obstaculiza el desarrollo exportador, dificulta la distribución eficiente y eleva costos operativos, situación agravada por escaso desarrollo asociativo y limitado conocimiento sobre certificaciones internacionales.
5. La capacidad de personal y gestión presenta cumplimiento inferior al promedio, considerada deficiente principalmente por falta de apoyo institucional estatal. Esta percepción refleja

dependencia gubernamental excesiva, limitando iniciativas propias para mejorar gestión del capital humano, capacitación y desarrollo de competencias especializadas en comercio exterior.

Recomendaciones

1. Se recomienda a los empresarios implementar estrategias integrales para fortalecer sus capacidades económico-financieras, comerciales y de gestión mediante capacitaciones especializadas en planificación financiera, tributación exportadora y procesos logísticos; asimismo, resulta fundamental buscar asesoría para optimizar costos, identificar financiamiento accesible y establecer alianzas estratégicas con otros productores, incrementando así su competitividad internacional.
2. Para mejorar la capacidad productiva, se sugiere invertir en modernización tecnológica, implementar sistemas estandarizados de control de calidad alineados con normativas internacionales y desarrollar programas de capacitación técnica; además, resulta esencial documentar procedimientos mediante manuales operativos, establecer mecanismos para controlar mermas y adoptar tecnologías apropiadas para el contexto altoandino mejorando la calidad del anís.
3. Para fortalecer la capacidad económico-financiera, se propone establecer políticas financieras estructuradas mediante la elaboración de presupuestos anuales y planes de inversión; adicionalmente, resulta crucial buscar asesoría tributaria especializada, realizar análisis de rentabilidad por canales de venta y explorar programas estatales de financiamiento preferencial para exportadores agrícolas, mejorando así la sostenibilidad económica.
4. Para potenciar la capacidad comercial, se aconseja desarrollar un programa de certificaciones progresivas según mercados objetivo; complementariamente, es recomendable formar asociaciones entre productores para compartir costos logísticos, implementar sistemas de información comercial actualizada y gestionar conjuntamente

mejoras en infraestructura mediante alianzas público-privadas, incrementando su poder de negociación y eficiencia distributiva.

5. Para mejorar la capacidad de personal y gestión, se sugiere implementar programas internos de capacitación en comercio exterior, logística y normativa internacional mediante convenios con instituciones académicas; paralelamente, se recomienda desarrollar planes de incentivos para retener personal calificado, establecer mecanismos de transferencia de conocimientos y adoptar prácticas gerenciales flexibles, fortaleciendo su autonomía operativa.

Referencias

- Acikdilli, G., Mintu, A., Kara, A., y Spillan, J. (2020). Export market orientation, marketing capabilities and export performance of SMEs in an emerging market: a resource-based approach. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 30(4), 526–541.
doi:10.1080/10696679.2020.1809461
- Águila, A., y Díaz, R. (2020). Las estrategias de exportaciones en cuba, un procedimiento para su implementación en Cementos Cienfuegos S. A. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 292-302. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-292.pdf>
- Aliaga, G., y Tudela, J. (2022). Proceso de la administración, innovación e internacionalización de empresas artesanales textiles de la región Puno. *Revista de Investigaciones Altoandinas*, 24(4), 302-310. doi:10.18271/ria.2022.484
- Alvariza, F., Caballero, Z., y Roldán, Á. (2018). *Oferta Exportable: Sistema de apoyo al comercio internacional*. Entregado como requisito para la obtención del título de Ingeniero en Sistemas, Universidad ORT Uruguay, Facultad de Ingeniería. Recuperado el 7 de julio de 2023
<https://dspace.ort.edu.uy/bitstream/handle/20.500.11968/3855/Material%20completo.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>
- Aranibar, E., y Quispe, A. (2023). Exploración del comercio global: una revisión integral del comercio internacional y el comercio exterior. *Quipukamayoc*, 31(66), 85-100.
doi:10.15381/quipu.v31i66.25573
- Arias, J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Arequipa: Enfoques Consulting EIRL. <https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2238>

- Arias, J., y Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting. https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2260/1/Arias-Covinos-Dise%C3%B1o_y_metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., y Arellano, C. (2020). *La investigación científica*. Universidad Internacional del Ecuador. <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4310>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (23 de octubre de 2024). *Valor de las exportaciones de bienes de América Latina y el Caribe crecerá 4 % en 2024: nuevo informe de la Cepal*. <https://www.cepal.org/es/comunicados/valor-exportaciones-bienes-america-latina-caribe-crecera-4-2024-nuevo-informe-la-cepal>
- Congreso de la República del Perú. (s. f.). La riqueza exportadora de nuestra sierra. *La riqueza exportadora de nuestra sierra*, 110-216. Lima: Sierra Exportadora. Recuperado el 20 de julio de 2023 [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/B9552122E6B80CB605257D20006F585D/\\$FILE/56_pdfsam_LaRiquezaExportadoraNuestraSierra.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/B9552122E6B80CB605257D20006F585D/$FILE/56_pdfsam_LaRiquezaExportadoraNuestraSierra.pdf)
- Coral, Y., Melo, G., Agredo, D., y Moncayo, J. (2021). Oferta exportable del cacao del departamento de Nariño, (2010-2018). *Tendencias*, 22(1), 279-302. doi:10.22267/rtend.212201.164
- Corral, Y. (2022). Validez y confiabilidad en instrumentos de investigación: una mirada teórica. *Revista Ciencias de la Educación*, 32(60), 562-586. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9710359>
- Dethine, B., Enjolras, M., y Monticolo, D. (2020). Digitalization and SME's Export Management: Impacts on Resources and Capabilities. *Technology Innovation Management Review*, 10(4), 18-34.

https://www.timreview.ca/sites/default/files/article_PDF/TIMReview_2020_April%20-%20202.pdf

Díaz, G., Quintana, M., y Fierro, D. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *Innova Research Journal*, 6(1), 145-161.

doi:10.33890/innova.v6.n1.2021.1465

Doireann, F., y Yaniv, L. (2024). How Exporters Grow. *The Review of Economic Studies*, 91(4), 2276–2306. doi:10.1093/restud/rdad070

EnAalimentos. (11 de diciembre de 2023). *Mercado mundial de especias y condimentos crecerá en 6,950 mdd a 2027*. <https://enalimentos.lat/noticias/8327-mercado-mundial-de-especias-y-condimentos-crecera-en-6-950-mdd-a-2027.html>

Espinoza, M. (2021). *Factores determinantes de la oferta exportable de arándano fresco peruano, 2014-2019*. [Tesis] Universidad Nacional de Trujillo. Repositorio UNT.

<https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/1134f360-c16b-4515-88c0-1dc220bb682f/content>

Flórez, D. (2019). *Caracterización de la oferta exportable de las empresas afiliadas a ACICAM Santander*. Para optar el título profesional en Negocios Internacionales, Universidad Autónoma de Bucaramanga, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. Recuperado el 14 de julio de 2023.

https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/14969/2019_Tesis_Flor ez_Lizarazo_Diego_Fernando.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Garzón, E., y Jara, K. (2017). *Diagnóstico de la oferta exportable del sector productivo de alimentos y bebidas en el área urbana del cantón Cuenca*. Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Licenciado/a en Estudios Internacionales mención bilingüe en Comercio Exterior, Universidad del Azuay, Facultad de Ciencias Jurídicas - Escuela de Estudios Internacionales. Recuperado el 12 de julio de 2023.

https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/7830/1/13626_esp.pdf

González, I., Torres, C., y Barrios, Y. (2024). Procedimiento para la gestión de las exportaciones en empresas de la industria electrónica en Cuba. *Cooperativismo y Desarrollo*, 12(1).

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2024000100008

Guevara, G., Verdesoto, A., y Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 163–173. doi:10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173

Guillén, J. (2020). Los enfoques de investigación a partir de la teoría del conocimiento. *Ciencia, Cultura y Sociedad*, 6(1), 62-72.

https://www.researchgate.net/publication/347642312_Los_enfoques_de_la_investigacion_a_partir_de_la_Teoria_del_conocimiento

Herrera, A. (1998). *Notas de Psicometria 1-2 - Historia de Psicometria y Teoría de la Medida*. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Humanas. Departamento de Psicología. Notas sobre Psicometria. Guía.

<https://pdfcoffee.com/herrera-a-1998-notas-de-psicometria-1-2-historia-de-psicometria-y-teoria-de-la-medida-5-pdf-free.html>

Hussain, S., Hussain, A., y Alam, M. (2020). Determinants of export supply in Pakistan: A sector wise disaggregated analysis. *Cogent Economics y Finance*, 8(1).

doi:10.1080/23322039.2020.1732072

Instituto Nacional de Innovación Agraria. (22 de abril de 2020). *Producción de Anís se eleva a 10 toneladas en Apurímac*. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. Recuperado el 20 de julio de 2023, de <https://www.inia.gob.pe/2020-nota-055/>

Koren, M., y Peto, R. (2020). Business disruptions from social distancing. *PLoS ONE*, 15(9). doi:10.1371/journal.pone.0239113

- Macha, R. (17 de diciembre de 2018). Las barreras funcionales y su incidencia en la oferta exportable de las mypes del sector textil confecciones. *Kipu Kamayoc*, 26(52), 59-68. Recuperado el 17 de julio de 2023. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/15235/13390>
- Mendoza, H., Castro, J., Alava, L., y Loayza, M. (mayo de 2022). Modelo de comercialización de los derivados de bambú y su potencialidad exportable bajo la manufactura esbelta. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(3), 689-695. Recuperado el 20 de julio de 2023. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v14n3/2218-3620-rus-14-03-689.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (enero de 2022). *Impacto de la incorporación del comercio en la estrategia de desarrollo del Perú*, 12 páginas. Perú: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Recuperado el 18 de julio de 2023. <https://www.oecd.org/aidfortrade/47765167.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (17 de diciembre de 2024). *Introducción al comercio exterior*. <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/25054.pdf>
- Molina, J., Molina-Ramírez, J., y Acevedo, J. (4 de setiembre de 2020). Oferta exportable de México derivado del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (Trans-Pacific Partnership TPP-11) al Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (TIPAT). Caso: seis mercados potenciales. *Orientando*, 10(20). Recuperado el 16 de julio de 2023. <https://orientando.uv.mx/index.php/orientando/article/view/2660/4622>
- Montero, R. (2016). *Modelos de regresión lineal múltiple*. Universidad de Granada, Departamento de Economía Aplicada. Universidad de Granada. Recuperado el 25 de 1 de 2024. https://www.ugr.es/~montero/matematicas/regresion_lineal.pdf
- Mora, D., Lituma, A., y González, M. (2020). Las certificaciones como estrategia para la competitividad de las empresas exportadoras. *Innova Research Journal*, 5(2), 113-132. doi:10.33890/innova.v5.n2.2020.1274

- Morales, E., y Barrutia, I. (2022). *La producción de anís como alternativa para el desarrollo de agronegocios en la localidad de Curahuasi*. Editorial Navegante.
doi:10.5281/zenodo.8239413
- Motta, V. (2020). Lack of access to external finance and SME labor productivity: does project quality matter? *Small Business Economics*, 54, 119–134. doi:10.1007/s11187-018-0082-9
- Navarro, A., Arrazola, M., y Hevia, J. (2024). Determinants of High-tech Exports: New Evidence from OECD Countries. *Journal of the Knowledge Economy*, 15, 1103–1117.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s13132-023-01116-z>
- Olivos, F. (2023). Enfoques metodológicos en las ciencias sociales. *Scienceevolution*, 1(5), 6 - 15. <https://revista.scienceevolution.com/index.php/scienceevolution/article/view/27>
- Ortega, Y. (2022). *Análisis de la oferta exportable de la producción de aguacate Hass, para el municipio de Bochalema - Norte de Santander, para su comercialización en el mercado de Estados Unidos*. [Tesis] Universidad Francisco de Paula Santander. Repositorio UFPS. <https://repositorio.ufps.edu.co/handle/ufps/7978>
- Paredes, L., Bejarano, D., y Dávila, C. (2023). Desarrollo económico productivo del distrito de Curahuasi - provincia Abancay - Región Apurímac. *Llamkasun*, 4(1), 24-32.
doi:10.47797/llamkasun.v4i1.116
- Patiño, S., Contreras, R., López, R., Ubillús, S., y Sáenz, J. (2022). Gestión de la agricultura sostenible y el desarrollo rural en las regiones del Perú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 953-972. doi:10.37811/cl_rcm.v6i6.3589
- Portal Bnamericas. (20 de setiembre de 2021). *Por qué el comercio de Perú seguirá teniendo complicaciones*. Recuperado el 18 de julio de 2023.
<https://www.bnamericas.com/es/noticias/por-que-el-comercio-de-peru-seguira-teniendo-complicaciones>

- PromPerú. (11 de octubre de 2023). *Exportaciones por mercado destino*. Recuperado el 18 de julio de 2023. <https://exportemos.pe/inteligencia-para-exportar/mercados>
- Ramírez, A., Procel, L., y Solórzano, S. (2023). Estrategias de Internacionalización para la oferta exportable de las MIPYMES en El Oro, Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 8(2), 1603-1625. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/5262>
- Ramos, J., Garzón, V., Carvajal, H., Quezada, J., y Prado, E. (2023). Análisis del comportamiento económico de la exportación del sector floricultor en el Ecuador, periodo 2017–2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 6852-6865. doi:10.37811/cl_rcm.v7i1.4932
- Rodrigo, K., y Vega, J. (2023). *Oferta exportable de la chirimoya en los agricultores de Callahuanca-Huarocharí*. [Tesis] Universidad César Vallejo. Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/147512>
- Rodríguez, D., y Rosero, X. (2022). *Factores incidentes de la oferta exportable no petrolera del Ecuador en el uso de la capacidad instalada del puerto comercial de Esmeraldas*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Repositorio PUCE. [http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/19948/Disertaci%
c3%b3n%20digital%20final%20-%20Deyanire%20Rodr%
c3%adguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/19948/Disertaci%c3%b3n%20digital%20final%20-%20Deyanire%20Rodr%c3%adguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Romero, H., Real, C., Ordoñez, J., Díaz, G., y Saldarriaga, G. (2022). Metodología de la investigación. *ACVENISPROH Académico*, 28, 1-257. doi:10.47606/ACVEN/ACLIB0017
- Romero, I. (2023). Comercio y calidad de la infraestructura logística en Bolivia. *Investigación y Desarrollo*, 23(2), 63-79. doi:10.23881/idupbo.023.2-4e

- Safari, A., y Salman, A. (2020). Key determinants of SMEs' export performance: a resource-based view and contingency theory approach using potential mediators. *Journal of Business y Industrial Marketing*, 35(4), 635–654. doi:10.1108/JBIM-11-2018-0324
- Salas, H. (2020). Agroexportaciones no tradicionales y su contribución al desarrollo económico peruano. *Revista científica dominio de las ciencias*, 6(1), 4-27.
doi:10.23857/dc.v6i1.1343
- Santamaria, E., y Gutiérrez, E. (2022). Competitividad Internacional de Productos Agrícolas Mexicanos. *Vinculatégica EFAN*, 8(1), 170 - 182. doi:10.29105/vtga8.1-189
- Shpak, N., Matviyishyn, Y., Dziurakh, Y., y Gvozd, M. (2024). Simulation of the impact of changes in the volume of production and export of products on the food security of the country: on the example of Ukraine. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 8.
doi:10.3389/fsufs.2024.1361625
- Toala- Toala, G., Mendoza-Briones, A., Vines-Menoscal, D., y Moreira-Moreira, L. (05 de abril de 2019). La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí. *Polo del Conocimiento*, 4(4), 71-87. Recuperado el 16 de julio de 2023.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7164411>
- Trademap. (27 de febrero de 2025). *Lista de los países exportadores para el producto seleccionado en 2023 Producto : 0909 Semillas de anís, badiana, hinojo, cilantro, comino o alcaravea; bayas de enebro.*
https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c0909%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c%7c2%7c1%7c1%7c1
- Trąpczyński, P., Mertens, H., Peters, D., y Barłożewski, K. (2021). Export performance research: Where should we go next? *International Entrepreneurship Review*, 7(1), 59-72. doi:10.15678/IER.2021.0701.05

- Valdiglesias, J. (2024). Asociatividad de pequeños agricultores y exportación en la región peruana de Cajamarca. *Apuntes*, 51(96), 163-192. doi:10.21678/apuntes.96.1970
- Vergara, S. (2021). El papel de las capacidades productivas y tecnológicas en la dinámica de las exportaciones de los países en desarrollo. *Revista Cepal*(113).
<https://repositorio.cepal.org/entities/publication/5d87731a-9847-4623-a81e-b0f0f46c8420>
- Vivar, A., Erazo, J., y Narváez, C. (2020). La cadena de valor como herramienta generadora de ventajas competitivas para la Industria Acuícola. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonia*, 5(10). doi:10.35381/r.k.v6i10.686
- Vizcaíno, P., Maldonado, I., y Cedeño, R. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9762.
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658>
- Wang, Z., Jebli, M., Dogan, B., y Shahzad, U. (2021). Does export product quality and renewable energy induce carbon dioxide emissions: Evidence from leading complex and renewable energy economies. *Renewable Energy*, 171, 360-370.
doi:10.1016/j.renene.2021.02.066
- Yllescas, P., Espinoza, R., y Macha, R. (2021). Diversificación de la oferta exportable y las exportaciones peruanas. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(1), 322–341.
doi:10.35381/r.k.v6i1.1510

Apéndices

Apéndice A. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	VARIABLES	Dimensiones	Metodología	Escala de medición
Problema general	Objetivo general				
¿Cuál es la percepción de las capacidades de la oferta exportable de los productores de años del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023?	Identificar la percepción de las capacidades de la oferta exportable de los productores de años del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023.			1. Enfoque: cuantitativa 2. Tipo de investigación: básica 3. Diseño de investigación: no experimental 4. Nivel de investigación: descriptivo 5. Método de investigación: hipotético-deductivo 6. Población: productores de años Curahuasi – Apurímac 7. Muestra: (n = 39) 8. Técnicas: encuesta 9. Instrumentos: cuestionario	Escala de Likert
Problemas específicos:	Objetivos específicos				
PE01. ¿Cuál es la percepción de la capacidad productiva de los productores de años del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023?	OE01. Identificar la percepción de la capacidad productiva de los productores de años del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023.	Oferta exportable	1.1 Capacidad productiva 1.2 Capacidad económico-financiera 1.3 Capacidad comercial 1.4 Capacidad del personal y gestión		
PE02. ¿Cuál es la percepción de la capacidad económico-financiera de los productores de años del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023?	OE02. Identificar la percepción de la capacidad económico-financiera de los productores de años del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023				

PE03. ¿Cuál es la percepción de la capacidad comercial de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023?	OE03. Identificar la percepción de la capacidad comercial de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023
PE04. ¿Cuál es la percepción de la capacidad del personal y gestión de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023?	OE04. Identificar la percepción de la capacidad del personal y gestión de los productores de anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023

Apéndice B. Cuestionario dirigido a los productores



Presentación

Buenos días, somos el grupo de egresados, Danna Brith Cartagena Ccaihuari, Edith Stephany Vicencio Segovia y Washington Pichihua Vargas. la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Continental nos encontramos desarrollando la tesis titulada «Análisis de las capacidades de la oferta exportable de los productores Anís del distrito de Curahuasi, Apurímac, 2023», que nos permitirá optar por el título profesional.

Confidencialidad

Los datos obtenidos serán de uso integro de manera académica y los datos serán confidenciales para la protección de su privacidad.

Instrucciones

El siguiente cuestionario se encuentra organizado los reactivos de análisis, por ello marque UNA sola alternativa con un aspa (x) según sus datos:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Ítems	1	2	3	4	5
1. Ud. cree que los estándares que exige el mercado exterior cumplen sus productos.					
2. Los procesos y gestión de sus productos ayudan a la calidad de estos sean aceptados en el mercado internacional					
3. El nivel de mermas del producto se encuentra controlado					
4. Los equipos y maquinarias se encuentran calificadas con nivel alto de tecnología					
5. La infraestructura que cuenta la empresa es adecuada para las labores que realizan					
6. Durante el tiempo que gestionan la planta, han sufrido problemas de plagas y enfermedades					

7. El control del proceso logístico se puede considerar como muy riguroso, para poder evitar robos de los productos					
8. La empresa cuenta con facilidad el acceso a mano de obra calificada y no calificada					
9. Se puede mencionar que el precio que pagan las empresas del exterior es competitivo.					
10. La empresa cuenta con alguna política financiera (gastos, financiamiento e inversión)					
11. La empresa tiene una robustes financiera (entiéndase ello, si tiene más activos que pasivos).					
12. Ud. cree que los impuestos que se encuentra afecto para la exportación de sus productos son los correctos.					
13. Existen instituciones que le brindan soporte en el proceso, estas instituciones cumplen con ese propósito.					
14. Ud. cree que las certificaciones emitidas por entes técnicos y de gestión de calidad son importantes para su empresa.					
15. La normatividad vigente permite mejorar su posición competitiva de los productos que vende al exterior					
16. Para Ud. los plazos de entrega estipulados en el contrato son los adecuados					
17. La información que cuenta la empresa es la adecuada para la toma de decisiones					
18. La asociatividad es el motor que permite generar mejores condiciones para la exportación de sus productos					
19. La imagen del país (marca país) fomenta el comercio exterior.					
20. La infraestructura logística de la provincia es la adecuada para la exportación de sus productos.					
21. La empresa cuenta con flexibilidad en el desarrollo de sus actividades que permitiese adecuarse con facilidad a los cambios del entorno.					
22. La exportación de sus productos se realiza de manera directa que le permite la gestión del proceso logístico.					
23. Ud. cree que haciendo uso de intermediarios ayudaría a manejar menores costos.					
24. La empresa brinda de manera constante capacitaciones para mejorar la producción					
25. En algún momento su empresa ha tenido problemas de abastecimiento de la cantidad solicitada para la exportación					

Gracias por sus respuestas.

Apéndice D. Operacionalización del Instrumento

Variable	Dimensiones	Indicadores	Interrogantes	Escala de Medición
Oferta exportable	1.1 Capacidad Productiva	1.1.1. Calidad del producto.		1. Totalmente en desacuerdo 2. Desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4.-De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
		1.1.2. Cantidad de producción.	1, 2	
		1.1.3. Uso de tecnología en la producción	3, 25 4	
		1.1.4. Infraestructura para la producción.	5 6	
		1.1.5. Control de plagas y enfermedades		
	1.2 Capacidad económico – financiera	1.2.1. Precio.	9	
		1.2.2. Acceso a financiamiento.	10, 11	
		1.2.3. Impuesto.	12	
		1.2.4. Costos	23	
	1.3 Capacidad comercial	1.3.1. Certificaciones.	14	
		1.3.2. Plazos de entrega	16	
		1.3.3. Información comercial	15, 17	
		1.3.4. Asociatividad	18	
		1.3.5. Infraestructura logística	7, 20,22	
	1.4 Capacidad del personal y gestión	1.4.1. Existencia de número de trabajadores.	8	
		1.4.2. Tipo de personal (capacitado o no).	24 21	
		1.4.3. Habilidades y destrezas.	19	
		1.4.4. Gestión a largo plazo.	13	
		1.4.5. Gestión y manejo empresarial		

Apéndice E. Validación por Expertos

Ficha de validación de expertos

Se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada: **“Análisis de la las capacidades de la oferta exportable de los productores Anís del distrito de Curahuasi, Apurímac 2023”**

Instrucciones: Marque con una “X” según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento					PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)										
5 = Optimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente					5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte										
Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.				X					X						X
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.				X				X							X
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.				X				X							X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.				X					X						X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.				X					X						X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.				X					X						X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.				X					X						X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.			X						X				X		X
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.				X					X						X
10. Los ítems permiten contrastar la relación de las dimensiones con la variable.				X					X						X
Sumatoria Parcial			3	3				6	3				3	3	
Sumatoria Total	39					38					39				

Observaciones:

.....
 Nombres y Apellidos del Experto: **MBA. MIGUEL ALBERTO GÁLVEZ ESCOBAR** Especialidad: **NEGOC.**

INTERNACIONALES

DNI.: 09296168

Nº. Celular: 994975753

Firma:



Ficha de validación de expertos

Se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada: "Análisis de la las capacidades de la oferta exportable de los productores Anís del distrito de Curahuasi, Apurímac 2023"

Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento						PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)									
5 = Optimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente						5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte									
Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.				X					X					X	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.				X					X					X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.				X				X						X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.				X					X					X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.				X					X					X	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.				X					X					X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.				X					X					X	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.				X					X						X
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.			X						X					X	
10. Los ítems permiten contrastar la relación de las dimensiones con la variable.				X					X					X	
Sumatoria Parcial			3	3				3	3				3	3	5
Sumatoria Total	39					39					40				

Observaciones:

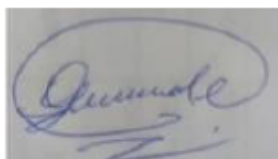
.....

Nombres y Apellidos del Experto: MAG. GISSELA H. AHUMADA CHUMBIAUCA Especialidad:
NEGOC. INTERNACIONALES

DNI.: 09304222

Nº. Celular: 943660946

Firma:



Ficha de validación de expertos

Se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada: **“Análisis de la las capacidades de la oferta exportable de los productores Anis del distrito de Curahuasi, Apurímac 2023”**

Instrucciones: Marque con una “X” según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento						PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)									
5 = Óptimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente						5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte									
Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.				X						X					X
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.				X							X				X
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.				X				X							X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X					X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.				X						X					X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.				X						X					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.				X						X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.			X					X					X		X
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.				X						X					X
10. Los ítems permiten contrastar la relación de las dimensiones con la variable.				X						X					X
Sumatoria Parcial			3	32	5			6	32	5			3	36	
Sumatoria Total	40					40					39				

Observaciones:

.....
 Nombres y Apellidos del Experto: **Mag. CARLOS RECUAY SALAZAR** Especialidad: **NEGOC. INTERNACIONALES**
 DNI.: **40435228** N°. Celular: **990935896**

Firma:

