ISBN: 978-628-96613-1-6. ISSN: 2414-6390. Digital Object Identifier: https://dx.doi.org/10.18687/LACCEI2025.1.1.1427

Training proposal in the San Isidro El Labrador Agricultural Producers Association for its internationalization - Malingas, Tambogrande, Piura, 2024

Danitza Giron[1]; Ashly Nieves[2]
[1]Universidad Tecnológica del Perú, Piura, *gironrugel2000@gmail.com*
[2]Universidad Tecnológica del Perú, Piura, *ashlyvnieves@gmail.com*

***Abstract*– The research focuses on the proposal for training for the San Isidro El Labrador Agricultural Producers Association (APASEL) in Malingas, Tambogrande, Piura, with the goal of internationalizing their agricultural products. Significant gaps were identified in knowledge of customs procedures, documentary regulations, and international market preferences. Producers face barriers such as lack of certifications, lack of knowledge about procedures, and the absence of strategies for international marketing and logistics. The descriptive qualitative methodology includes interviews to identify needs. A training program is proposed to address these gaps, improve competitiveness, and facilitate access to global markets by strengthening technical, financial, and promotional aspects.**

***Keywords*-- Training, internationalization, international trade, international marketing, international logistics, international finance.**

Propuesta de capacitación en Asociación de productores agropecuarios San Isidro El Labrador para su internacionalización- Malingas, Tambogrande, Piura, 2024

Danitza Giron[1]; Ashly Nieves[2]
[1]Universidad Tecnológica del Perú, Piura, *gironrugel2000@gmail.com*
[2]Universidad Tecnológica del Perú, Piura, *ashlyvnieves@gmail.com*

Resumen*– *La investigación se centra en la propuesta de capacitación para la Asociación de Productores Agropecuarios San Isidro El Labrador (APASEL) en Malingas, Tambogrande, Piura, con el objetivo de internacionalizar sus productos agrícolas. Se detectaron carencias significativas en conocimientos sobre técnica aduanera, regulaciones documentales y preferencias de mercados internacionales. Los productores enfrentan barreras como falta de certificaciones, desconocimiento de trámites y ausencia de estrategias en marketing internacional y logística. La metodología cualitativa descriptiva incluye entrevistas para identificar necesidades. Se propone un programa de capacitación para abordar estas brechas, mejorar la competitividad y facilitar el acceso a mercados globales, fortaleciendo aspectos técnicos, financieros y promocionales.

Palabras clave*-- *Capacitación, internacionalización, comercio internacional, marketing internacional, logística internacional, finanzas internacionales.

I. Introducción

La presente investigación aborda el desafío de la internacionalización de la Asociación de Productores Agropecuarios San Isidro El Labrador (APASEL), en Malingas, Tambogrande, Piura. Este proceso representa una oportunidad crítica para mejorar la competitividad y diversificar ingresos, pero enfrenta barreras como la falta de conocimiento técnico, regulaciones documentales y acceso a mercados internacionales. La referencia [1], internacionalización permite acceder a clientes globales y mejorar la calidad de los productos, una ventaja aún lejana para los productores locales debido a limitaciones estructurales y educativas. El auge de las agroexportaciones en el Perú contrasta con la baja participación de pequeños productores en mercados internacionales. En la región Piura, aunque se observa una alta concentración de asociaciones productivas, estudios de Lares destacan la falta de capacitación técnica como un obstáculo recurrente. Para APASEL, estas brechas se manifiestan en el desconocimiento de normas aduaneras y certificaciones requeridas para exportar. "Ref. [2]".

Se abordarán teorías como la internacionalización gradual, plantea que las empresas deben adquirir experiencia en mercados locales antes de aventurarse a los internacionales, desarrollar capacidades como logística y marketing "Ref. [3]". Por otro lado, la teoría del marketing internacional sostiene que adaptar estrategias de producto y promoción a las demandas culturales y económicas de los mercados meta es crucial para el éxito exportador "Ref. [4]". La falta de programas limita la capacidad de sus miembros para acceder a mercados internacionales, reduciendo su competitividad y desaprovechando el potencial de exportación de sus productos agrícolas. Este estudio propone un modelo de capacitación orientado a abordar estas barreras, pues, la implementación de un programa de capacitación enfocado en técnicas aduaneras, regulaciones documentales, marketing y logística internacional es esencial para superar las barreras mencionadas.

Este enfoque no solo empoderará a los productores con conocimientos clave, sino que también contribuirá al desarrollo socioeconómico de la región. Por ello, los hallazgos confirman que APASEL enfrenta un estado crítico para la exportación, incluyendo la falta de familiaridad con certificaciones internacionales y procesos logísticos. La referencia [5] estas brechas generan costos adicionales que limitan la competitividad. La capacitación se perfila como la herramienta más viable para cerrar estas brechas y permitir un acceso sostenible a mercados globales.

En síntesis, la internacionalización de APASEL requiere abordar desafíos multidimensionales integrales de capacitación. Superar estas barreras permitirá no solo mejorar la competitividad de los productores, sino también contribuir al desarrollo de una cadena de valor más sólida y sostenible en la región.

II. Metodología

A. Enfoque y diseño de la investigación

La presente investigación tendrá un enfoque cualitativo. Este tipo de alcance nos permitirá recolectar información sobre la situación actual de la asociación y generar un diagnóstico sobre las necesidades y expectativas de los asociados, para así diseñar un programa que responda a las necesidades reales de los productores de APASEL del CP Malingas – Distrito de Tambogrande, Piura.

B. Población y muestra

TABLA I
POBLACIÓN Y MUESTRA

Delimitación	Cantidad
Miembros de la Asociación de Productores agropecuarios San Isidro – El Labrador, que están interesados en internacionalizar sus productos	9

Para la presente investigación, se aplicará la entrevista a una muestra de 9 personas para cada variable. Estas personas representan la totalidad de los miembros de la Asociación de Productores Agropecuarios San Isidro – El Labrador que han manifestado explícitamente su interés en internacionalizar su producción. Por tanto, constituyen una muestra representativa del grupo objetivo, es decir, de aquellos miembros de APASEL con disposición activa hacia la exportación.

C. Técnica de recolección de datos

Para ambas variables se aplicará la técnica de la entrevista, con el fin de conocer las necesidades de los productores de la Asociación de Productores Agropecuarios San Isidro El Labrador del CP Malingas del distrito de Tambogrande y posteriormente generar el contenido necesario en el programa de capacitaciones.

En tal sentido, la entrevista es una técnica definida como una herramienta que permite comprender e interpretar la percepción del usuario, dada la proximidad que genera entre el entrevistador y entrevistado. "Ref. [6]". Por ello, se puede generar descripciones sobre el día a día de los entrevistados. Como instrumentos se requerirá un cuadernillo para los apuntes, el esquema de preguntas/ cuestionario, y un dispositivo de grabación para registrar la entrevista. La entrevista se realiza de manera grabada y escrita ya que los participantes no cuentan con dominio de herramientas tecnológicas.

II. RESULTADOS

A continuación, se presentará el análisis e interpretación de las entrevistas realizadas a los miembros de APASEL a fin de dar respuesta a los objetivos señalados en este trabajo de investigación.

A. Objetivo específico 1

Analizar los conocimientos en técnica aduanera en la Asociacion de productores agropecuarios San Isidro el Labrador, Malingas – Tambogrande, Piura 2024.

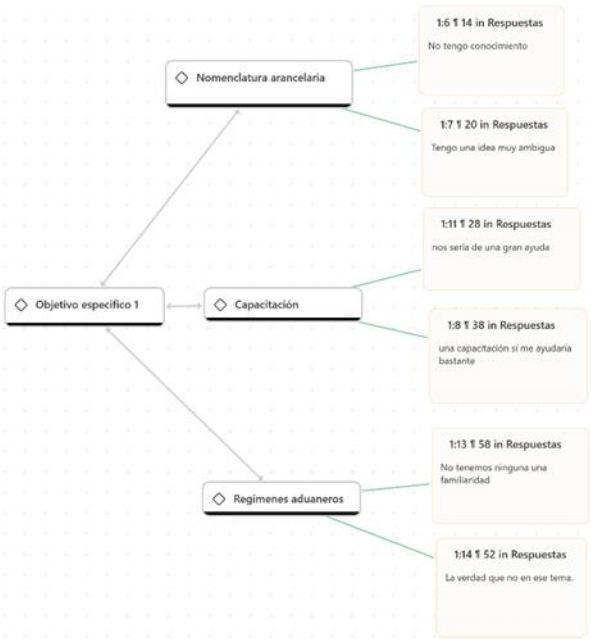

Fig. 1 Conocimientos de miembros de APASEL en técnica aduanera.

Se evidencia que los miembros de la Asociación de Productores Agropecuarios San Isidro El Labrador (APASEL) en Malingas, Tambogrande, Piura, tienen un conocimiento limitado o nulo sobre temas clave relacionados con la técnica aduanera, como la nomenclatura arancelaria, los trámites y los regímenes aduaneros. La mayoría de los entrevistados no está familiarizada en cómo clasificar correctamente sus productos para la exportación, ni sabe cómo gestionar eficientemente los trámites aduaneros o elegir el régimen aduanero adecuado para sus exportaciones.

B. Objetivo específico 2

Identificar los conocimientos en regulaciones documentarias en la Asociación de productores agropecuarios San Isidro el Labrador, Malingas - Tambogrande, Piura 2024.

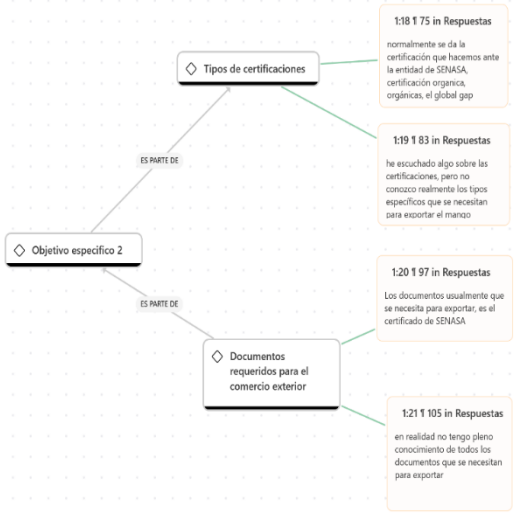

Fig. 2 Conocimientos de miembros de APASEL en regulaciones documentarias.

Los entrevistados muestran un conocimiento limitado sobre los requisitos necesarios para exportar mango, tanto en cuanto a certificaciones como a los documentos necesarios para el comercio exterior; aunque algunos están familiarizados con certificaciones específicas como Global G.A.P. y SENASA, no tienen claridad sobre otros requisitos y cómo gestionarlos adecuadamente.

C. Objetivo específico 3

Conocer los conocimientos sobre los gustos y preferencias del consumidor, en la Asociación de productores agropecuarios San Isidro el Labrador, Malingas - Tambogrande, Piura 2024.

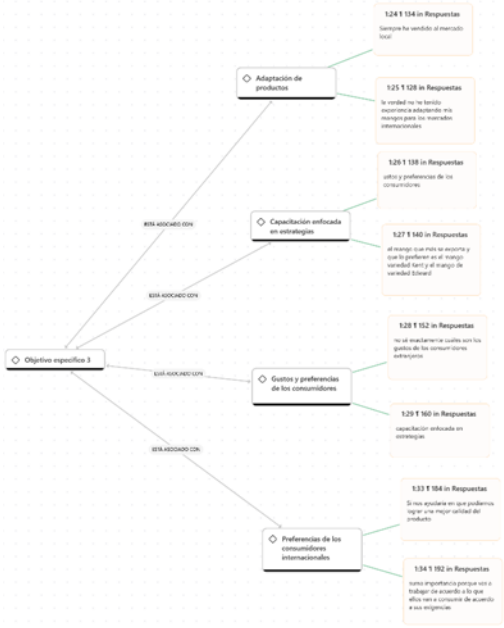

Fig. 3 Conocimientos de miembros de APASEL en gustos y preferencias del consumidor.

Los entrevistados muestran una clara falta de experiencia y conocimiento sobre cómo adaptar sus productos para cumplir con los requisitos de los mercados internacionales. Aunque algunos tienen nociones básicas sobre certificaciones y la necesidad de cumplir con estándares como la calidad y la apariencia, no están familiarizados con las especificaciones exactas que demandan los consumidores internacionales, como el tamaño, la madurez o los requisitos de documentación.

D. Objetivo específico 4

Evaluar los conocimientos en marketing internacional en la Asociación de productores agropecuarios San Isidro el Labrador, Malingas - Tambogrande, Piura 2024.

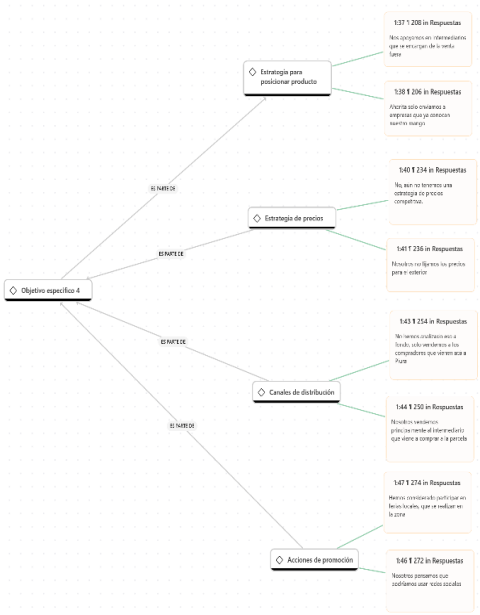

Fig. 4 Conocimientos de miembros de APASEL en marketing internacional.

Los productores de la Asociación de Productores Agropecuarios San Isidro el Labrador, en Malingas, Piura, enfrentan diversas dificultades para posicionar sus productos en mercados internacionales. A pesar de que algunos mencionan el uso de plataformas tecnológicas y participación en ferias locales, no cuentan con estrategias claras para posicionar su mango en el exterior. La mayoría depende de intermediarios para la exportación, lo que limita su control sobre el proceso. Además, no han definido una estrategia de precios competitiva, ya que dependen de los precios establecidos por los intermediarios sin conocer los precios del mercado internacional. Los canales de distribución tampoco han sido explorados a fondo, y muchos productores no tienen claridad sobre cómo llegar a sus clientes internacionales. Las acciones de promoción están aún en fase de exploración, con algunos productores considerando el uso de redes sociales y alianzas con otras empresas, pero la falta de experiencia y recursos limita la implementación efectiva de estas estrategias.

E. Objetivo específico 5

Determinar los conocimientos en logística internacional en la Asociación de productores agropecuarios San Isidro el Labrador, Malingas - Tambogrande, Piura 2024.

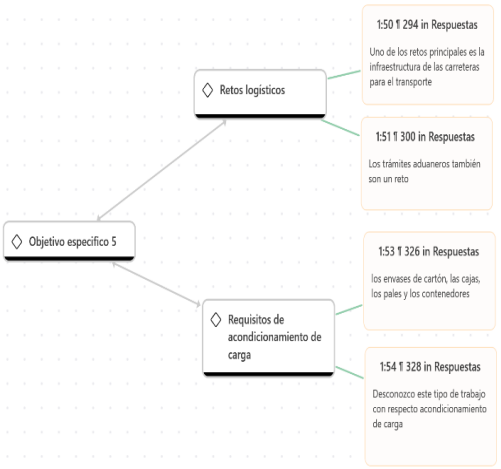

Fig. 5 Conocimientos de miembros de APASEL en logística internacional.

Se refleja que los productores enfrentan múltiples desafíos logísticos y carecen de un conocimiento adecuado sobre los requisitos de acondicionamiento para la exportación de mango. En términos de logística, los problemas más destacados son la infraestructura deficiente de las carreteras, la necesidad de mantener la fruta en condiciones óptimas durante el transporte a través de largas distancias, y los altos costos de refrigeración, especialmente para los envíos internacionales. Además, los trámites aduaneros y los costos del transporte, particularmente el aéreo, son barreras adicionales que dificultan el acceso a mercados lejanos. Por otro lado, en relación con el acondicionamiento de carga, la mayoría de los productores no tienen un conocimiento detallado sobre las regulaciones específicas para el transporte internacional, aunque algunos están al tanto de las normas generales de empaque y conservación de la fruta. Existe una falta de información formal sobre los estándares requeridos para la exportación, como el control de temperatura o las certificaciones necesarias para las instalaciones de procesamiento y los envases.

F. Objetivo específico 6

Descubrir los conocimientos en finanzas internacionales en la Asociación de productores agropecuarios San Isidro el Labrador, Malingas - Tambogrande, Piura 2024.

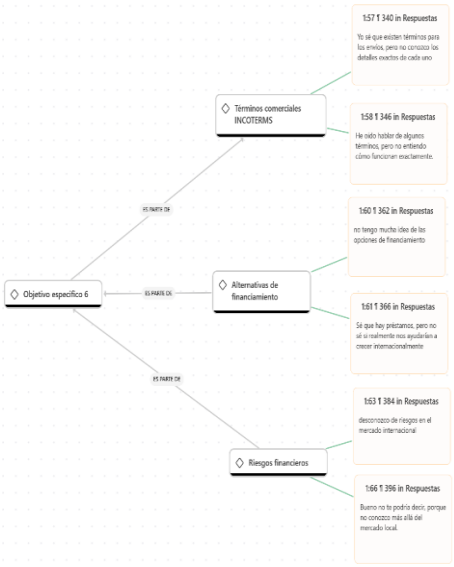

Fig. 6 Conocimientos de miembros de APASEL en finanzas internacional.

Los entrevistados muestran una comprensión limitada o nula sobre aspectos clave del comercio internacional, lo que refleja la falta de capacitación y conocimiento específico en áreas fundamentales para la internacionalización de sus productos. En cuanto a los términos comerciales internacionales (INCOTERMS) y las formas de pago, los productores tienen una idea básica de conceptos claves, pero carecen de una comprensión profunda sobre su aplicación práctica, lo que podría generar inseguridades y errores en las transacciones internacionales. En relación con las alternativas de financiamiento, aunque algunos están familiarizados con opciones como los créditos agrícolas de Agrobanco y financiamiento a través de exportadores, muchos no han explorado a fondo estas oportunidades y desconocen cómo podrían facilitar la expansión hacia mercados internacionales. Finalmente, sobre los riesgos financieros, la mayoría de los entrevistados no está consciente de los riesgos específicos vinculados a la internacionalización, aunque reconocen problemas como el retraso en los pagos o el daño a los productos durante el transporte. Las estrategias de mitigación propuestas se enfocan en soluciones como pagos adelantados y el uso de créditos agrícolas, pero en general, hay una falta de preparación y planificación para enfrentar los desafíos financieros del comercio exterior.

III. Discusión

A. Objetivo específico 1

Se identificó que la Asociación de Productores Agropecuarios San Isidro El Labrador carece de comprensión sobre la nomenclatura arancelaria y los procedimientos aduaneros, lo que dificulta sus exportaciones. En este sentido, La referencia [7] destacan que un manejo adecuado de la técnica aduanera es clave para mejorar la competitividad, agilizar trámites y evitar sanciones. Esto evidencia la convergencia entre los resultados y la teoría, subrayando la urgencia de

capacitar a los miembros de APASEL para optimizar su gestión aduanera.

Asimismo, la presente investigación ha demostrado que los productores de APASEL tienen poca familiaridad con los diferentes regímenes aduaneros y no saben cómo elegir el más adecuado para sus exportaciones, constituyendo una barrera significativa que dificulta su acceso a mercados internacionales. Estos hallazgos muestran una convergencia con las conclusiones de investigaciones previas, quienes destacan que las barreras externas, como la complejidad de los trámites aduaneros, pueden restringir significativamente la expansión internacional de las pequeñas y medianas empresas agroexportadoras peruanas. "Ref. [8]".

También, los miembros de APASEL enfrentan dificultades significativas respecto a la clasificación de productos y la elección de regímenes aduaneros, lo cual se refleja en su limitado acceso a mercados internacionales. Este resultado converge con lo señalado en la referencia [5], quien argumenta que los procesos aduaneros constituyen una barrera significativa para los sectores productivos exportadores en América Latina, generando costos adicionales debido a una incorrecta aplicación de la técnica aduanera.

B. Objetivo específico 2

La referencia [9] destaca que existe un déficit significativo en el conocimiento de los procedimientos documentarios entre los exportadores de la región Piura. En línea con estas observaciones, los resultados de esta investigación muestran una brecha considerable en el conocimiento de los procedimientos documentarios necesarios para la exportación en la Asociación de Productores Agropecuarios San Isidro el Labrador, pues los entrevistados evidencian un conocimiento limitado sobre requisitos clave, como las certificaciones fitosanitarias y los permisos de exportación. Asimismo,

Igualmente, los resultados de esta investigación muestran que la falta de capacitación en regulaciones documentarias, especialmente en la correcta obtención y manejo de estas certificaciones, podría limitar el acceso de los productos de APASEL a mercados globales. En línea con lo mencionado, La referencia [9], refuerzan la importancia de las certificaciones internacionales, señalando que estas son cruciales para asegurar el acceso de los productos a mercados internacionales, como en el caso del banano orgánico. No obstante, la referencia [10], muestra que, aunque algunos productores agropecuarios de Piura no enfrentan dificultades con las exigencias fitosanitarias, existe un déficit general en el conocimiento de los procedimientos documentarios que aún puede generar barreras adicionales en la expansión hacia mercados internacionales.

De hecho, los resultados revelan que APASEL presenta una necesidad de capacitación en regulaciones documentarias, lo que afecta su acceso a mercados internacionales y su competitividad. Este hallazgo converge con lo señalado por La referencia [2], quien nos indica que, a pesar de la fuerte concentración de productores organizados en Piura, solo un pequeño porcentaje de ellos recibe formación técnica o asesoría especializada, lo que limita su capacidad para cumplir con los requisitos internacionales.

C. Objetivo específico 3

En relación con la dimensión "gustos y preferencias del consumidor", los resultados indican que los productores de APASEL en Malingas carecen de información sobre los requisitos del mercado internacional. Aunque conocen algunas características como la variedad Kent y los atributos orgánicos, su capacidad de adaptación es limitada, centrada en el mercado local y ajena a exigencias internacionales como tamaño, maduración, certificaciones y regulaciones. Este hallazgo coincide con la referencia [11], que destacan que adaptar el producto a los gustos internacionales puede mejorar el rendimiento exportador, pero también es un proceso costoso, restringido a empresas con mayores recursos.

Por otro lado, la presente investigación revela que, aunque los productores de APASEL identifican la importancia de adaptar sus productos a las exigencias internacionales, muchos aún carecen de la comprensión necesaria sobre cómo hacerlo de manera efectiva, especialmente respecto a la calidad, sabor y presentación. Esta situación muestra una convergencia con lo señalado en la referencia [12], quien enfatiza la importancia de un análisis continuo de los mercados para comprender las preferencias de los consumidores y ajustar las estrategias de producción en consecuencia. De igual forma, los hallazgos son consistentes con las recomendaciones de la referencia [13], quienes subrayan que las empresas deben generar estrategias orientadas al mercado y adaptarse a las demandas específicas de los consumidores internacionales para competir globalmente.

D. Objetivo específico 4

En relación con la dimensión "marketing internacional", según la referencia [14], una ejecución efectiva de marketing internacional es crucial para incrementar el interés de otros países por los productos nacionales, pues este enfoque no solo aumenta la visibilidad de los productos, sino que también fortalece la posición de las empresas en el comercio exterior. Sin embargo, los resultados de la investigación sobre los productores de APASEL muestran que no están alineados a la teoría, pues, a diferencia de lo señalado por los autores, los productores de APASEL se limitan a vender a través de intermediarios, sin un control directo sobre la promoción de sus productos en mercados internacionales.

Además, la relevancia de estrategias de promoción, como la implementación de la "marca país", para mejorar la percepción de los productos peruanos en los mercados internacionales. En contraste, los resultados de la investigación apuntan que, para ASAPEL, la marca país aún no ha sido explorada ni aprovechada de manera adecuada como una herramienta de posicionamiento en los mercados internacionales. "Ref. [15]".

Por el contrario, algunos productores de APASEL mencionan la posibilidad de utilizar plataformas como redes sociales o páginas web para la promoción de sus productos, pero la falta de recursos y experiencia en marketing digital limita significativamente su implementación. Bajo esta línea, la referencia [16] enfatizan que el marketing digital es una

herramienta clave para ampliar el alcance a nuevos mercados y mejorar la comunicación con los consumidores.

E. Objetivo específico 5

La dimensión "logística internacional", los resultados muestran que los productores de APASEL enfrentan desafíos significativos, como una infraestructura vial deficiente, altos costos de transporte, especialmente aéreo, y la falta de conocimiento sobre los requisitos de acondicionamiento de carga, esenciales para preservar la calidad del mango en el transporte internacional. Estos problemas coinciden con el estudio de la referencia [17], que destaca los costos elevados derivados de la mala infraestructura logística como un obstáculo para la competitividad de la agroexportación peruana. Sin embargo, los hallazgos divergen de la referencia [18], quien atribuye los problemas logísticos principalmente a la falta de conocimiento. En el caso de APASEL, los problemas no solo se deben a un desconocimiento, sino también a la infraestructura inadecuada y los altos costos de transporte.

Asimismo, los entrevistados carecen de información detallada sobre los estándares específicos de acondicionamiento, como el control de temperatura y las certificaciones requeridas para asegurar la calidad durante el transporte internacional, lo que limita su capacidad para cumplir con las normativas internacionales y, por ende, afecta su competitividad en mercados extranjeros. Este hallazgo es consistente con lo planteado por la referencia [19], que señala que la falta de conocimiento formal sobre los protocolos fitosanitarios representa una barrera significativa para los productores, impidiéndoles lograr una exportación eficiente., siendo este un importante reto para la logística internacional de la agroindustria peruana.

F. Objetivo específico 6

En sexto lugar, en relación la dimensión "finanzas internacionales", la referencia [20] resalta la importancia de comprender y expresar claramente los INCOTERMS en los contratos comerciales internacionales, ya que estos términos son esenciales para definir responsabilidades, riesgos y costos en las transacciones. Sin embargo, los resultados de la investigación muestran que la mayoría de los productores entrevistados no están familiarizados con los INCOTERMS ni con su aplicación práctica en el comercio exterior.

En cuanto al acceso a financiamiento, los resultados coinciden con la referencia [21], quien señala que los productores enfrentan riesgos financieros debido a su desconocimiento de las alternativas de financiamiento disponibles. Aunque algunos mencionaron créditos agrícolas o pagos adelantados, pocos han comprendido cómo estas opciones pueden facilitar su internacionalización.

La literatura sostiene que el acceso a crédito sin orientación puede resultar en endeudamiento excesivo, lo cual también se reflejó en las entrevistas. Bajo esta línea, los productores identificaron riesgos financieros como el impago y la falta de competitividad, pero la mayoría no tiene claridad sobre cómo mitigar estos riesgos. "Ref. [22]". A pesar de mencionar opciones como créditos agrícolas o pagos adelantados, carecen de un enfoque sistemático para manejar estas herramientas financieras en el comercio exterior.

IV. Conclusiones

Respecto al objetivo general, la investigación revela que APASEL presenta una brecha significativa en capacitación sobre temas como técnica aduanera, regulaciones documentarias, gustos y preferencias, marketing internacional, logística y finanzas internacionales, lo cual dificulta su internacionalización

La Asociación de Productores Agropecuarios San Isidro El Labrador (APASEL) presenta deficiencias en la técnica aduanera, lo que limita su capacidad para gestionar correctamente los procesos aduaneros y acceder a mercados internacionales, coincidiendo con estudios previos sobre los retos de las PYMES agroexportadoras.

APASEL también carece de conocimiento en regulaciones documentarias esenciales para la exportación, como certificaciones fitosanitarias y permisos, lo que dificulta su acceso a mercados internacionales, respaldando investigaciones sobre la falta de capacitación en este ámbito en Piura.

Los productores de APASEL desconocen las preferencias del consumidor internacional, lo que limita su adaptación a los requisitos globales. Aunque conocen aspectos básicos, no están familiarizados con exigencias como tamaño, maduración y certificaciones, lo que restringe su potencial exportador.

En marketing internacional, los productores dependen de intermediarios y no gestionan directamente la promoción de sus productos, lo que limita su visibilidad en mercados globales, contrariamente a lo recomendado por expertos.

Los productores tienen un conocimiento limitado sobre logística internacional, especialmente en costos de transporte, embalaje y cumplimiento de normativas fitosanitarias, lo que impacta la competitividad de sus exportaciones.

Finalmente, los productores carecen de conocimientos en finanzas internacionales, lo que dificulta la toma de decisiones sobre financiamiento y puede generar riesgos financieros que afecten su permanencia en los mercados internacionales.

Agradecimiento/Reconocimiento

Agradecemos a Dios, fuente de fortaleza y guía en este camino académico. Su presencia ha sido un faro en momentos de incertidumbre. También dedicamos este trabajo a nuestros padres, cuyo amor y apoyo incondicional han sido fundamentales para nuestros logros. Su aliento y sacrificio han hecho posible este sueño, y su respaldo emocional ha sido crucial en cada etapa de este viaje. Este proyecto refleja tanto nuestro esfuerzo como el reconocimiento a nuestra dedicación.

Referencias

[1] Noussan, R., & Aldana, P. (2020). INTERNACIONALIZACIÓN COMO ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO. Obtenido de https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/15485/29.internacionalizacin.pdf

[2] Lares, L. (2019). Desarrollo y sostenibilidad de la cadena agroproductiva del cacao piurano a partir de la conservación de sus variedades nativas: El

caso de las coorperativas APPROCAP y NORANDINO. 10. Obtenido de https://cies.org.pe/wp-
[3] Real Instituto El Cano. (2020). Tendencias de la internacionalización de la empresa. 3. Obtenido de https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/tendencias-de-la-internacionalizacion-de-la-empresa/
[4] Silveira, Y., Sanabria, J., & Barrios, E. (2022). Modelo de marketing internacional desde las funciones de la economía política para el comercio exterior. Revista Ciencia Sociales, XXVIII(4), 137-156. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8703836
[5] Farfan, I. (2019). Barreras de exportación y su impacto en la competitividad de las empresas exportadoras del Perú en la pisicultura 2017. 5. Obtenido de https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/643f2fd1-76c3-4a43-be2e-998ef118dec3/content
[6] Villarreal, J., & Cid, M. (2022). La Aplicación de Entrevistas Semiestructuradas en Distintas Modalidades Durante el Contexto de la Pandemia. Revista Científica Hallazgos21, 7(1), 52-60. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8474986
[7] Holzner, M., & Peci, F. (2022). The impact of customs procedures on business performance: evidence from Kosovo. 20. Obtenido de https://worldcustomsjournal.org/Archives/Volume%206,%20Number%201%20(Mar%202012)/03%20Holzner_Peci.pdf
[8] Anton, M., & Chavez, A. (2023). Impacto de las barreras a la exportación en el desarrollo de las pymes agroexportadoras peruanas. 34-38. Obtenido de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/19270/T018_71558903_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
[9] Millones, A., & Nieto, J. (2020). Relación del comercio justo con las exportaciones peruanas de banano orgánico de la región Piura: Variación de las exportaciones, calidad de vida, certificaciones y desarrollo de capacidades, durante el periodo 2014 - 2018. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), 97. Obtenido de http://hdl.handle.net/10757/653378
[10] Saldarriaga, M. (2022). LA CERTIFICACIÓN DEL BANANO ORGÁNICO Y LA OFERTA EXPORTABLE BANANERA DEL DEPARTAMENTODE PIURA-PERÚ DEL PERIODO 2019-2020. Universidad Privada del Norte, 47. Obtenido de https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/31754/Saldarriaga%20Huaylla%2c%20Melanie%20Olenka.pdf?sequence=1&isAllowed=y
[11] Cervantes, J., & Ticona, I. (2020). Relación entre adaptación de producto y el desempeño del exportador de las empresas exportadoras de palta en Lima 2019. Universidad San Ignacio de Loyola, 12.
[12] Redondo, M., Marín, J., Aguirre, V., Gómez, D., González, L., Hincapié, C., . . . Valencia, P. (2019). Fundamentos del Marketing Internacional. Fundación Universitaria del Área Andina, 12.
[13] [15] Amadasun, D., & Mutezo, A. (2022). Effect of market-driven strategies on the competitive growth of SMEs in Lesotho. Journal of Innovation and, 11(21). Obtenido de https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-022-00217-4
[14] Quispe, P., Quispe, D., La Noire, J., & Rodríguez, L. (2021). Comercio Exterior en Perú: Retos 2030. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 6(12), 505. Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/5768/576868967025/
[15] Acevedo, A., & Chigne, M. (2020). La estrategia "marca país" y su impacto en las agroexportaciones peruanas: Una revisión sistemática de la literatura científica. Universidad Privada del Norte, 8. Obtenido de https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27403/Acevedo%20Gonz%c3%a1lez%20Ariana%20Thais_Chigne%20Sim%c3%b3n%20Marilyn%20Rosita_Total.pdf?sequence=2&isAllowed=y
[16] Marquina, J., & Perez, C. (2022). El marketing digital en la exportación de las empresas agroindustriales, Lima – 2021. Universidad Cesar Vallejo, 60. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/116074/Marquina_BJA-Perez_CCF-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
[17] Sociedad de Comercio Exterior del Perú. (2019). Logística para el comercio exterior: Retos y oportunidades. 1. Obtenido de https://www.comexperu.org.pe/articulo/logistica-para-el-comercio-exterior-retos-y-oportunidades
[18] Carrascal, Y., Giraldo, D., Velásquez, B., & Villalba, G. (2020). La falta de conocimiento de los emprendedores ocañeros para exportar sus productos. Revista CONVICCIONES, 7(13), 69. Obtenido de https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/610
[19] Consejo Privado de Competitividad Perú. (2019). Índice de Competitividad 2019. Perú Compite, 171. Obtenido de https://www.compite.pe/wp-content/uploads/2019/02/informe-de-competitividad-2019.pdf
[20] Quispe, P. (2021). Incoterms 2020: Principales aspectos y casos prácticos. PromPerú, 6. Obtenido de http://repositorio.promperu.gob.pe/handle/20.500.14152/4959
[21] Maslucan, G. (2022). Panorama de Acceso a Financiamiento para las empresas Exportadoras. PromPerú, 2-22. Obtenido de https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/966793a1-12a0-4917-a531-a1fd85ccc91f/content
[22] Zegarra, E. (2019). Auge agroexportador en el Perú: un análisis de sobrevivencia de productos y empresas. Consorcio de Investigación Económica y Social, 40. Obtenido de https://cies.org.pe/wp-content/uploads/2019/08/ifinal_agroexport.pdf