



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**Estrategias de producción de la empresa Agrokasa S.A para la
exportación de uva de mesa al mercado estadounidense año
2019**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Bachiller en Negocios Internacionales**

AUTORES:

Fabián Arguedas, María Fernanda (ORCID: 0000-0002-8657-3410)

Pinedo Guerrero, Kerry Angela (ORCID: 0000-0002-9092-835X)

Quijano Soria, Greyssi Jessica (ORCID: 0000-0002-3644-475X)

Ramírez Beraun, Franco Alejandro (ORCID: 0000-0001-6203-0641)

ASESOR:

Mg. Orderique Torres, José de la rosa (ORCID: 0000-0002-9719-8708)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2020

DEDICATORIA

Especialmente a nuestros padres por motivarnos día a día a cumplir cada sueño anhelado, uno de ellos concluir nuestra carrera profesional. A nuestros docentes, que a lo largo de esta vida universitaria nos han enseñado a no rendirnos, y es por ellos que estamos aquí a punto de culminar esta etapa mostrándoles que si podemos y que el orgullo de haber sido sus alumnos prevalezca.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darnos a nuestros padres quienes cada día trabajan arduamente para que estudiemos y seamos profesionales. A la universidad César Vallejo por convertirse en nuestra alma mater. A nuestros educadores por brindarnos su sabiduría pudiendo así llegar a este punto de nuestra carrera, sabemos que no ha sido fácil todo este recorrido, pero gracias a los mencionados hemos obtenido las fuerzas necesarias para lograr aquel propósito

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Pág.
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Carátula.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	4
III. METODOLOGÍA.....	7
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	7
3.2 Variables y operacionalización.....	8
3.3 Población, muestra y muestreo.....	8
3.4 Técnicas e instrumento de datos.....	9
3.5 Procedimientos.....	11
3.6 Métodos de análisis de datos.....	11
3.7 Aspectos éticos.....	11
IV. RESULTADOS.....	12
V. DISCUSIÓN.....	24
VI. CONCLUSIONES.....	25
VII. RECOMENDACIONES.....	26
REFERENCIAS.....	27
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1. Juicio de expertos.....	10
Tabla N°2. Análisis de confiabilidad de la variable: Estrategias de Producción.....	10
Tabla N°3. Análisis de confiabilidad de la variable: Exportación.....	10
Tabla N°4. Variable Estrategias de Producción.....	12
Tabla N°5. Dimensión Producción de naturaleza estructural.....	13
Tabla N°6. Dimensión Producción de naturaleza infraestructural.....	14
Tabla N°7. Dimensión Producción de naturaleza funcional.....	15
Tabla N°8. Variable Exportación.....	16
Tabla N°9. Dimensión Marketing Internacional.....	17
Tabla N°10. Dimensión Derecho Internacional.....	18
Tabla N°11. Dimensión Logística Internacional.....	19
Tabla N°12 Correlación entre Estrategias de producción y Exportación.....	20
Tabla N°13. Correlación entre Estrategias de producción de naturaleza estructural y Exportación.....	21
Tabla N°14 Correlación entre Estrategias de producción de naturaleza infraestructural y Exportación.....	22
Tabla N°15 Correlación entre Estrategias de producción funcional y Exportación..	23

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°1. Variable Estrategias de Producción.....	12
Figura N°2. Dimensión Producción de Naturaleza Estructural.....	13
Figura N°3. Dimensión de Producción de Naturaleza Infraestructural.....	14
Figura N°4. Dimensión de Producción Naturaleza Funcional.....	15
Figura N°5. Variable Exportación.....	16
Figura N°6. Dimensión Marketing Internacional.....	17
Figura N°7. Dimensión Derecho Internacional.....	18
Figura N°8. Dimensión Logística Internacional.....	19

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal general analizar las estrategias de producción y la exportación de uva de mesa que aplica la empresa Agrokasa S. A al mercado estadounidense 2019. Su metodología fue correlacional, no experimental, de corte transversal, de enfoque cuantitativo y tipo aplicada. La población fue conformada por 4 directivos de producción de la empresa Agrokasa, siendo así una muestra censal. Se usó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario que fue debidamente validado para demostrar su confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach, conformado por 36 preguntas en total. Los resultados fueron obtenidos a través del sistema SPSS, obteniendo una moderada correlación del ,600 para las variables estrategias de producción exportación. Como conclusión, se determinó que si existe relación entre las estrategias de producción y la exportación que aplicaron los 4 directivos que conforman el área de producción de uva de la empresa Agrokasa.

Palabras Claves: Estrategias de Producción, Exportación, Estrategia Estructural.

ABSTRACT

The main general objective of this research was to analyze the production and export strategies of table grapes applied by the company Agrokasa S. A to the US market in 2019. Its methodology was correlational, non-experimental, cross-sectional, with a quantitative approach and type applied. The population was made up of 4 production managers from the Agrokasa company, thus being a census sample. The survey was used as a technique and as an instrument the questionnaire that was duly validated to demonstrate its reliability by means of Cronbach's Alpha, consisting of 36 questions in total. The results were obtained through the SPSS system, obtaining a moderate correlation of .600 for the export production strategies variables. As a conclusion, it was determined that if there is a relationship between the production and export strategies applied by the 4 executives that make up the grape production area of the Agrokasa company.

Keywords: Production Strategies, Export, Structural Strategies

I. INTRODUCCIÓN

Con el pasar de los años la producción y exportación han sido actividades económicas más importantes ya que ayudaron a desarrollar el crecimiento de un país, han generado que diversas empresas no solo se enfoquen en el mercado nacional, puesto que al expandirse en un nivel internacional podrían obtener más oportunidades para sus empresas tanto en lo económico, social y político, del mismo modo promoviendo la marca Perú. Así mismo estos dos conceptos formaron parte de un proceso importante que se realizó a menudo en todo el mundo, ya que mediante ello se pudo cubrir necesidades y deseos que todo consumidor presentó, mediante estrategias de producción y exportación, y es con este proceso que todos los países y sus empresas han encontrado beneficios no solamente de lucro, sino que también la oportunidad de poder influir en el comercio y la economía en el mundo. A nivel internacional México Infante (2016) detalla que en su territorio la producción agrícola afronta una situación complicada, puesto que soporta desafíos de nuevas entradas y un comercio independiente imponen a las empresas del sector renovarse en un reciente modelo que comprende a los siguientes factores: ecológicos, social y tecnológico. A nivel nacional; El INEI (2019) mencionan sobre la producción nacional en el periodo enero-julio de 2019 creció en 1,96% y durante los últimos doce meses, agosto 2018-julio 2019, alcanzó un crecimiento de 2,74% en el cual significa que muchos sectores de nuestro país están desarrollando estrategias de producción que nos permite el crecimiento en el nivel de esta actividad ,dando ese valor significativo a bienes y servicios que se necesita para competir en mercados internacionales con su exportación. Asimismo, En nuestra Región Lima son muchas las empresas que se atreven a realizar estas actividades, ya que para ellos estar en la capital les da mayores beneficios de poder aprender e investigar de nuevas estrategias de control, calidad de producción y exportación que necesitan para que sus productos tengan el valor que desean para comercializarlo, es por ello por lo que en Lima se crean diversos eventos y charlas para estas empresas que desean una buena oferta exportable. Por otro lado, a nivel local, según Cillóniz (2020). Debido a los problemas causados por el Niño Costero registrando así una pérdida en el 2017. La uva de mesa ha tenido un incremento en sus hectáreas de Ica y Lima metropolitana pero no es igual que los años

anteriores debido a que diferentes cultivos como el arándano está tomando la batuta de expandir sus áreas. A pesar de que estos departamentos quieren recuperarse se deben enfocar en crear buenas estrategias de producción para poder expandir sus tierras, poder protegerse de fenómenos naturales para que poco a poco puedan recuperarse y seguir con fuerza las exportaciones. La presente pesquisa titulada “Estrategia de producción de la empresa Agrokasa S.A; para la exportación de uva de mesa al mercado estadounidense 2019”.

En los problemas formulados, se abordó como problema general ¿Existe relación entre las estrategias de producción y la exportación que se aplica en la empresa Agrokasa S.A. para la comercialización de uva de mesa en el mercado estadounidense 2019? Como problemas específicos fueron ¿Existe relación entre las estrategias de producción de naturaleza estructural y la exportación que se aplica en la empresa Agrokasa S.A. para la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019? ¿Existe relación entre las estrategias de producción de naturaleza infraestructural y la exportación que se aplica en la empresa Agrokasa S.A. para la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019? ¿Existe relación entre las estrategias de producción funcional y la exportación que se aplica en la empresa Agrokasa S.A. para la comercialización de la uva de mesa al mercado estadounidense 2019?

Esta investigación presenta como justificación de estudio aspectos diferentes. En cuanto a la perspectiva social esta pesquisa conlleva a obtener un paradigma más nítido y preciso sobre la importancia de las estrategias de producción de la empresa Agrokasa S.A para la exportación de uva de mesa al mercado estadounidense, Año 2019. Generando que muchos productores y exportadores interesados a entrar al mercado americano obtengan dicha información beneficiosa para el desarrollo de esta actividad. Aquellos procesos de investigación comprenden diferentes estrategias en las cuales se puede adoptar en una empresa para aumentar los niveles de crecimiento de esta tanto en sector económico, social y política de dicha entidad, del mismo modo que se satisface la demanda internacional con productos y estándares de calidad que se necesita en una empresa para su nivel competitivo fuera de su país.

Desde el aspecto teórico esta pesquisa refiere un enfoque cuantitativo siendo los conceptos establecidos estrategias de producción y exportación obteniéndose como dimensiones estrategias de producción (producción de naturaleza estructural, producción de naturaleza infraestructural y estrategia funcional).

Con relación, a la finalidad de la investigación se tomó como objetivo general: Determinar la relación entre las estrategias de producción y la exportación que se aplican en la empresa Agrokasa S. A para la comercialización de uva de mesa en el mercado estadounidense 2019. Asimismo, se tomó objetivos específicos: Determinar la relación entre las estrategias de producción de naturaleza estructural y la exportación que se aplican en la empresa Agrokasa S.A. para la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019. Determinar la relación entre las estrategias de producción de naturaleza infraestructural y la exportación que se aplican en la empresa Agrokasa S.A. para la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019. Determinar la relación entre las estrategias de producción funcional y la exportación que se aplican en la empresa Agrokasa S.A. para la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019.

En relación con la investigación, se tomó como hipótesis general. Existe una relación de las estrategias de producción y la exportación que se aplican en la empresa Agrokasa S.A. para la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019. Además, se tomó hipótesis específicas. Existe relación entre las estrategias de producción de naturaleza estructural y la exportación que se aplican en la empresa Agrokasa S.A. para la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019. Existe relación entre las estrategias de producción de naturaleza infraestructural y la exportación que se aplican en la empresa Agrokasa S.A. para la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019. Existe relación de las estrategias de producción funcional y la exportación que se aplican en la empresa el Agrokasa S.A. para la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019

II. MARCO TEÓRICO

La presente investigación se toma como trabajos previos nacionales:

Jiménez, P. (2018). En su investigación titulada: Sistema de planificación control de la producción y exportación diaria de uva de mesa para la empresa El Pedregal S, A. Tuvo como objetivo cambiar las decisiones por intuición desarrollando así un plan de la producción diaria y manejando distintos instrumentos de control, manteniendo una planificación semanal de exportaciones. Se dio una investigación cuantitativa del nivel descriptivo con diseño no experimental. Tuvo como población a las a 15 clientes de la empresa El Pedregal, en conclusión, es importante contar con un programa para que los empleadores mantengan los objetivos a corto plazo y poder lograr gratificadamente con lo trazado.

Schettini, (2018). en su tesis titulada: Factores Determinantes del crecimiento en todas las exportaciones peruanas de uva fresca (1990 -2016). Tuvo el fin en determinar todos los factores que ven el crecimiento de las exportaciones de uva. Se dio una investigación de tipo básica, transversal, no experimental y analítica cuantitativa. Tuvo como población a 3 principales empresas de exportación de uva. Concluyendo así que a nivel econométrico de las uvas peruanas se detallan principalmente por el incremento doméstico en la productividad por hectárea cosechada.

Vigo (2017). en su tesis titulada: Plan de Negocio para la producción y comercialización de café orgánico en grano de la hacienda castillo en el distrito el Progreso, Provincia de San Ignacio, Departamento de Cajamarca 2015. Mantuvo el objetivo en disponer la factibilidad del plan de negocio para producir y comercializar café orgánico. Se dio una investigación mixta, de enfoque cualitativo, no experimental. Sostuvo como población al propietario y a 40 individuos del distrito. Concluyendo que el plan de negocio es viable para poder producir y comercializar el café orgánico.

La presente investigación tuvo como trabajos previos internacionales:

Cevallos y Pután (2019) en su tesis profesional Diseño de estrategias para mejorar los procesos de producción de Angaplast S.A., Guayaquil. Tuvo como objetivo proponer estrategias para mejorar los procesos de producción de la entidad en estudio. Su metodología fue de tipo aplicada, mixta, descriptiva y con diseño no experimental. La población está compuesta por 52 personas y la muestra está compuesta por 34 personas y no se realizó ningún muestreo. Se obtuvo como resultado que la entidad posee las herramientas adecuadas para hacer las actividades de manera rápida y utilizando los recursos necesarios. Se concluyó que se determinó el FODA que posee la entidad para implantar estrategias.

León, V. F., Calderón, S. J. y Mayorga, Q. E. (2016). Estrategias para el cultivo, comercialización y exportación del cacao fino de aroma en Ecuador. Tuvo como objetivo explorar los posibles problemas y soluciones que debe enfrentar el sector cacaoero, en sus etapas de cultivo, comercialización, industrialización y exportación. La metodología empleada fue aplicada, mixta, descriptiva y con diseño no experimental. La población estuvo compuesta por el sector en estudio de Guatemala, se utilizó como instrumentos la entrevista y el análisis documental de datos numéricos. Como resultado se obtuvo que el país en estudio podría incrementar su producción y exportación de cacao si el estado ayuda mejorar diversos aspectos. Se concluyó que el país en estudio no genera atracción en el sector por falta de ayuda del estado en el aspecto incentivo.

Montaño, S., Preciado, R., Robles, P., Chávez, G. (2018) en su artículo de investigación Métodos de trabajo para mejorar la productividad del sistema de uvas de mesa sonoreense. Plantearon como objetivo analizar los métodos de producción en base a estudios tiempos jornaleros durante la labor de empaque que recurren en la productividad del sistema de producción de uva de mesa sonoreense, con el objetivo de mejorar competitivamente a nivel internacional. Su metodología fue descriptiva y de tipo aplicada. Se obtuvo como población a los jornaleros de la uva de mesa sonoreense, como resultado se obtuvo que se presencia diferencias entre

el tiempo invertido por los trabajadores en su habilidades, técnicas y empaques desarrolladas, Tiene como conclusión el estudio sobre los métodos de trabajo en un sistema de uva de mesa sonoreense representan una opción favorable para los trabajadores permitiendo incrementar la productividad de la empresa en función a la producción de uvas de mesa y a toda la jornada laboral.

En referencia a las teorías relacionadas al estudio de la variable “Estrategias de Producción”, como base teórico para este estudio se tomó en cuenta varios teóricos:

Miltenburg (1995) en su investigación plantea que la estrategia de producción es la toma de la determinación sobre la finalidad de aquellos [...], vinculados a través de la empresa que rivaliza en las distintas competencias, destacando la ausencia de concretar las diversas estrategias en la producción, influyendo como un proceso formal de las finales. Lo cual dichas áreas de decisión se dividen en dos grupos: decisiones estructurales e infraestructurales. La definición acompaña 3 dimensiones, dentro de ellas tenemos: producción de naturaleza estructural, producción de naturaleza infraestructural, estrategia funcional.

Koontz (1990), define en su libro Estrategia, planificación y control, “que las estrategias son acciones que llevan consigo compromisos con el fin de facilitar a la organización una dirección unificada”, se refiere a una planificación establecida, lo cual se designa a un conjunto de reglas asegurando la decisión correcta para poder alcanzar un cierto futuro.

Pérez y Massoni (2009) proponen que la estrategia debe tener una variación en su objetivo central, de la economía basado en la fragmentación analítica a la complejidad. Manejando un cambio del paradigma disciplinario para obtener la racionalidad de unos actores al de los seres humanos que interactúan en su diseño y aplicación, siendo necesario su abordaje desde la transdisciplinariedad (p.29).

En referencia a la segunda variable “Exportación” tenemos las siguientes teorías:

Lerma y Márquez (2010), en el libro de Comercio y Marketing Internacional. Comentan que la definición es la transacción de bienes y servicios a distintos

clientes situados en otra región destinada en el mundo. Este libro se enfoca en la exportación, asignatura compleja compuesta por 3 dimensiones: Marketing Internacional, Derecho Internacional y logística de exportación (p.8). En la definición de marketing internacional. Lerma y Márquez (2010), indicaron que analizan los elementos establecidos del marketing internacional: mercado, producto, precio y la promoción (p.8). En la descripción de derecho internacional. Lerma y Márquez (2010), relacionan que son las responsabilidades de las partes que están presente en todo el proceso de exportación (p.8). En la explicación de logística de exportación. Lerma y Márquez (2010), dan a conocer 4 aspectos: transporte para la exportación, los seguros de comercio, la tramitación aduanera y formas internacionales de pago (p.8).

Según Feenstra & Taylor (2011) en el desarrollado libro Comercio Internacional. Mencionan que “una exportación es la venta de un bien o servicio a otro país” (p.1).

En otra instancia Daniels, Radebaugh, y Sullivan (2013), mencionan en el libro de Negocios Internacionales. Detallan que toda exportación es venta de los productos y services finales ejercidos por distintas empresas establecidos en un país a clientes destinados en otro país” (p.483).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

En la investigación fue de tipo aplicada. Según de Pelekais, De Franco & Parada (2005), explican que la investigación aplicada, específica y predice la aplicación de los resultados que son comprendidas y planificadas con fines notablemente prácticos, directos e inminentes, destinado así a la resolución de conflictos existentes”. Por otro lado, según Tamayo y Tamayo (2000), comentan que el tipo aplicado tienen como soporte fundamental enfocar la atención en el desenlace de teorías a fin de lograr la optimización de la gestión que realizan sujetos involucrados en el estudio (p.58).

Además, tuvo un enfoque cuantitativo. Hernández, Fernández y Baptista (2010) nos informa que la exploración cuantitativa, “se crea a partir de un proceso racional,

mediante el tratamiento numérico y el estudio estadístico inferencial". (p.4). Por ello la investigación se midió mediante encuestas o a través de técnicas estadísticas, donde se utilizó un instrumento de evaluación para contestar las preguntas

Esta investigación presentó un diseño no experimental. Según Kerlinger, F. (1979). En la investigación no experimental no se manipula las variables ya que es imposible cambiar la naturaleza en estudio (p,116). De acuerdo con ello, no existen condiciones en los cuales se puedan manipular información y a la entidad en estudio. Los sujetos son establecidos en su ambiente natural evitando la manipulación (1979).

3.2 Variables y operacionalización

Para la primera variable: Estrategias de producción, Miltenburg (1995), explica que son las planificaciones estratégicas que contribuye a la mejora de los objetivos a corto, mediano y largo plazo de las empresas en todo un proceso productivo.

Para la segunda variable: Exportación, Lerma y Márquez (2010), definen que es la acción compra y venta sea un bien y/servicio siendo enviado a un país extranjero.

En la matriz de operacionalización se detallan las dimensiones e indicadores de dichas variables en estudio, pudiéndose visualizar en el Anexo 03.

3.3 Población, muestra y muestreo

En este trabajo de investigación tomó como población a 4 directivos que constituyen el sector de producción de la empresa AgroKasa, situado en Lima - Magdalena del Mar, este gerente realiza actividades planificadoras y presupuestales dentro del área de exportación y el área de estrategias comerciales. Según Arias, F. (2006), señaló que la población es un conjunto de elementos que cuentan con particularidades similares, de acuerdo con eso serán aplazadas en aquella investigación. Lo cual quedará limitada por el problema y objetivos de la investigación (p.81). La población se toma en base a un lugar y momento determinado teniendo en cuenta características esenciales que se tomarán como estudio final (2006).

En dicho trabajo de investigación se empleó la muestra de tipo censal ya que se tomó en consideración a 4 directivos que conforman el área de producción de la empresa Agrokasa. Según Tamayo, T. (1997). Declara en que “La muestra determina el problema dudoso porque se propaga los antecedentes en los cuales se van a identificar las fallas que se van a dar dentro del proceso” (p.38). La muestra es el conjunto de personas que son adquiridos del total de la población para un fin estadístico (1997).

Cuesta (2009) menciona que el muestreo no probabilístico es donde se recolecta los datos de las personas seleccionadas. Esta investigación fue a través de un muestreo no probabilístico.

Vara (2012) menciona que unidad de análisis son los sujetos o quienes serán encuestados (p.221). Fueron 4 directivos que constituyen el sector de producción de la empresa Agrokasa, situado en Lima - Magdalena del Mar.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que empleamos en esta investigación fue la encuesta, Según Mayntz et al., (1976) citado por Díaz de Rada (2001), detalla a la encuesta como la búsqueda ordenada de información en donde el investigador consulta a los explorados acerca de las reseñas que desea obtener, y luego agrupar los datos particulares para poder obtener durante la evaluación datos agregados (p.133). De igual modo, informa que la encuesta recoge la opinión pública de una sociedad, temas de importancia científica y para la sociedad (p.13).

En esta investigación, se utilizó como instrumento al cuestionario, según Hurtado (2000), revela que el cuestionario es una sucesión de preguntas relativas de acuerdo con una temática para poder obtener información (p.469).

En la investigación, el cuestionario fue certificado por el juicio de tres competentes en investigación científica quienes aceptaron el instrumento con un promedio un 75% con respecto a la validación del cuestionario. Según Chiner (2011) informa que

“la validez consiste en aceptar el grado de aceptación con el que fue medido el instrumento y tener como resultado observar si se puede utilizar con el fin previsto” (p.2).

Tabla N°1. Juicio de expertos

Juicio de Expertos	Aplicable
Mgr. Márquez Caro, Fernando	80%
Dra. Michca Maguiña, Mary Hellen Mariela	80%
Mgr. Mg. Frías Guevara, Roberth	80%

Elaboración propia.

Para diagnosticar la fiabilidad de los instrumentos, se empleó el Software SPSS con el objetivo de descubrir el coeficiente Alfa de Cronbach en nuestra investigación, para determinar la solidez de los ítems de cada variable. Según Hernández (2011) explica que la confiabilidad es la medición que explica al grado de confianza en los instrumentos que es aplicada a la población estudiada produciendo resultados estadísticos (p. 233).

Tabla N°2. *Análisis de confiabilidad de la variable: Estrategias de Producción*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,842	18

Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN

En esta variable se logró un coeficiente de 0.842 en el Alfa de Cronbach, señalando que el instrumento es fiable.

Tabla N°3. *Análisis de confiabilidad de la variable: Exportación*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,842	18

Fuente: Elaboración Propia

INTERPRETACIÓN

En esta variable se logró un coeficiente de 0.842 en el Alfa de Cronbach, señalando que el instrumento es fiable.

3.5 Procedimiento

De acuerdo con la investigación realizada se adoptó como argumentos dos principios: Teórica y de campo.

En el principio teórico, obtuvimos la información mediante diferentes recursos: libros, tesis, revistas y artículos científicos búsquedas de forma virtual y de manera físico.

En el principio de campo, se realizó un cuestionario elaborado físicamente para que los encargados puedan marcar las opciones del cuestionario correspondientes en dicha hoja.

3.6 Métodos de Análisis de datos

Para examinar las variables se aplicó el programa estadístico SPSS, el dónde se nos proporcionó ejecutar figuras y proporciones en diferentes tablas de frecuencia, teniendo como resultado adquirir el soporte de los documentos para exponer los resultados en tablas y figuras. Según Castañeda, Cabrera, Navarro y Vries (2010), expresa que dicho programa acepta suministrar datos de manera eficaz, permitiendo desarrollar a largo plazo una adecuada ejecución uso de la información presentada.

3.7 Aspectos éticos

El testimonio que se encuentra y desea lograr dentro de esta investigación por parte de la entidad encuestada no será publicado al sentir público, si es que la compañía en estudio no lo permite, puesto que se ejecutó dicho estudio para que ellos como empresa puedan emplear mejoras de estrategias de producción en sus procedimientos y puedan seguir compitiendo en el mercado local y seguir exportando. Se consideró el derecho intelectual de los propietarios consultados en

las citaciones utilizando el estilo APA.

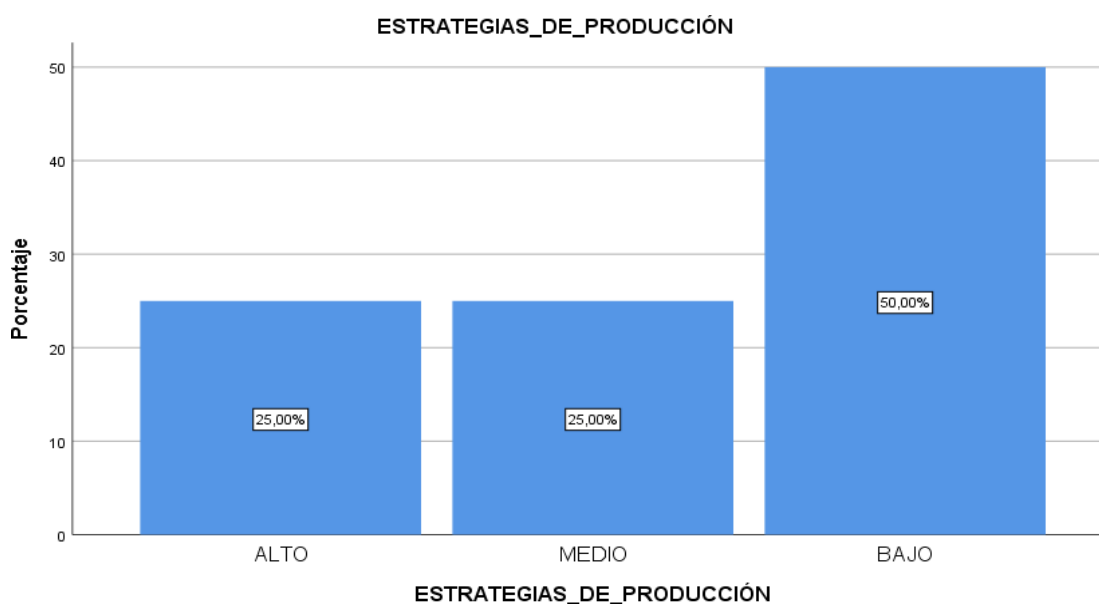
IV. RESULTADOS

Descripción de los resultados de la variable Estrategias de Producción

Tabla N°4. *Variable Estrategias de Producción*

ESTRATEGIAS_DE_PRODUCCIÓN			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	1	25.0
	MEDIO	1	25.0
	BAJO	2	50.0
	Total	4	100.0

Figura N°1. *Variable Estrategias de Producción*



INTERPRETACIÓN

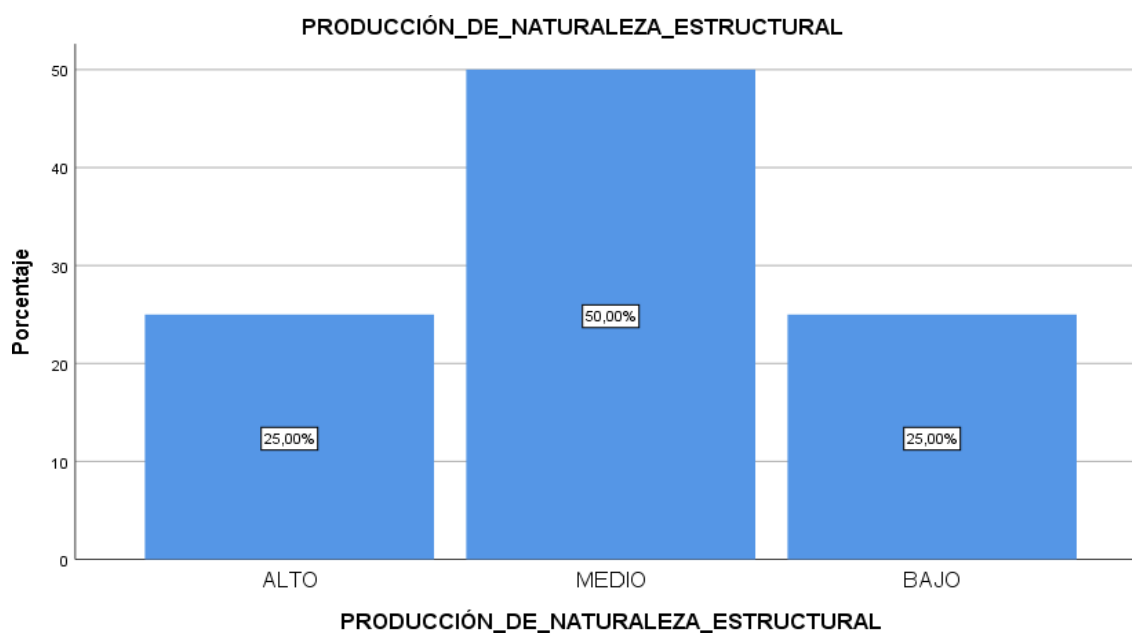
En la tabla N°4 y figura N°1, se percibe una muestra de 4 directivos que conforman el área de producción de la empresa Agrokasa – Magdalena del Mar 2019, el 50.00% indicaron que las estrategias de producción tienen un nivel bajo, el 25,00 % manifestaron que tiene un nivel medio y el 25.00% declararon que tienen un nivel alto.

Descripción de los resultados de la dimensión producción de naturaleza estructural.

Tabla N°5. *Dimensión Producción de naturaleza estructural*

PRODUCCIÓN DE NATURALEZA ESTRUCTURAL			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	1	25.0
	MEDIO	2	50.0
	BAJO	1	25.0
	Total	4	100.0

Figura N°2. *Dimensión Producción de Naturaleza Estructural*



INTERPRETACIÓN

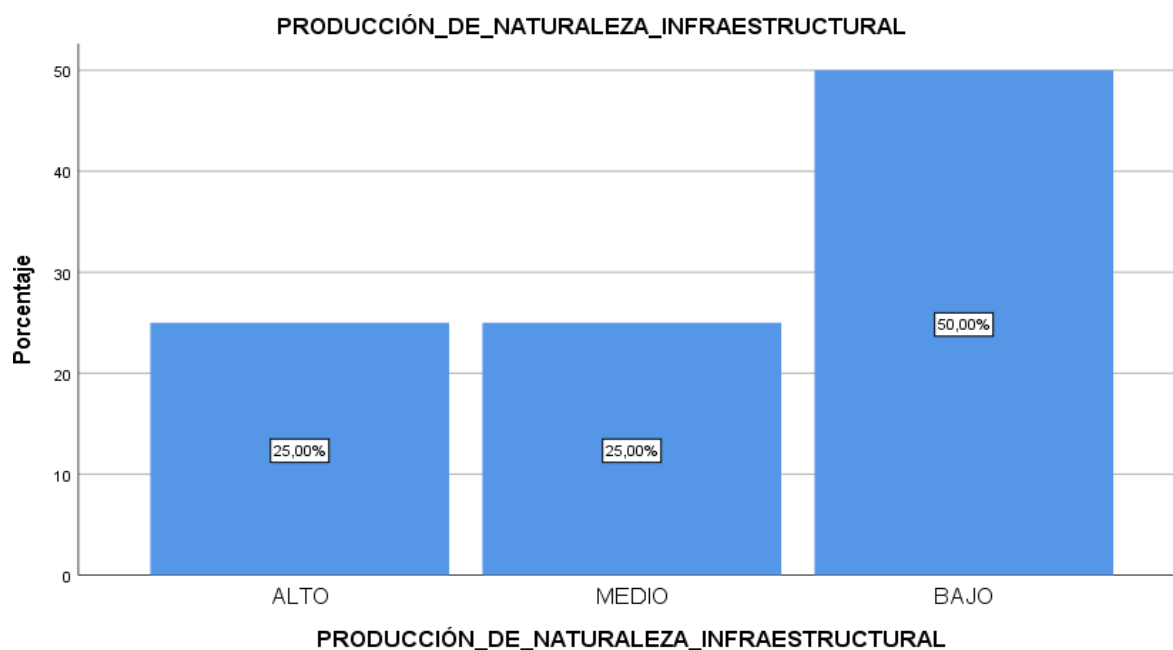
En la tabla N°5 y figura N°2, se percibe de una muestra de 4 directivos que conforman el área de producción de la empresa Agrokasa – Magdalena del Mar 2019, el 25.00% indicaron que las estrategias de producción de naturaleza estructural tienen un nivel bajo, el 50,00 % manifestaron que tiene un nivel medio y el 25.00% declararon que tienen un nivel alto.

Descripción de los resultados de la dimensión producción de naturaleza infraestructural

Tabla N°6. *Dimensión Producción de naturaleza infraestructural*

PRODUCCION DE NATURALEZA INFRAESTRUCTURAL			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	1	25.0
	MEDIO	1	25.0
	BAJO	2	50.0
	Total	4	100.0

Figura N°3. *Dimensión de Producción de Naturaleza Infraestructural*



INTERPRETACIÓN

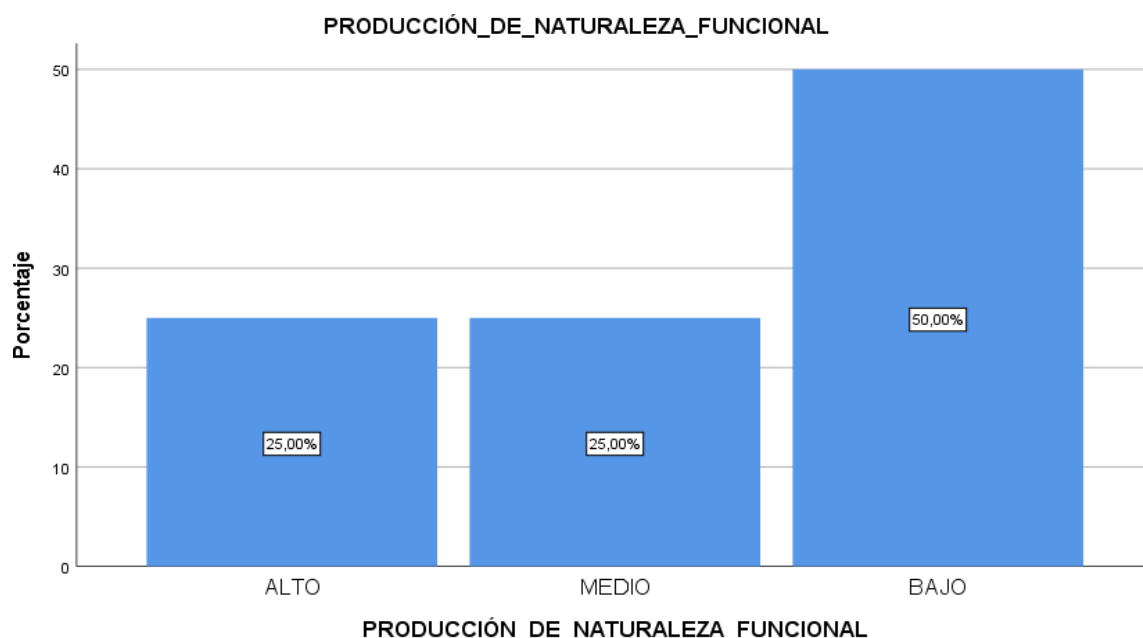
En la tabla N°6 y figura N°3, se percibe de una muestra de 4 directivos que conforman el área de producción de la empresa Agrokasa – Magdalena del Mar 2019, el 50.00% indicaron que las estrategias de producción de naturaleza infraestructural tienen un nivel bajo, el 25,00 % manifestaron que tienen un nivel medio y el 25.00% declararon que tienen un nivel alto.

Descripción de los resultados de la dimensión producción de naturaleza funcional

Tabla N°7. *Dimensión Producción de naturaleza funcional*

PRODUCCIÓN DE NATURALEZA FUNCIONAL			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	1	25.0
	MEDIO	1	25.0
	BAJO	2	50.0
	Total	4	100.0

Figura N°4. *Dimensión de Producción Naturaleza Funcional*



INTERPRETACIÓN

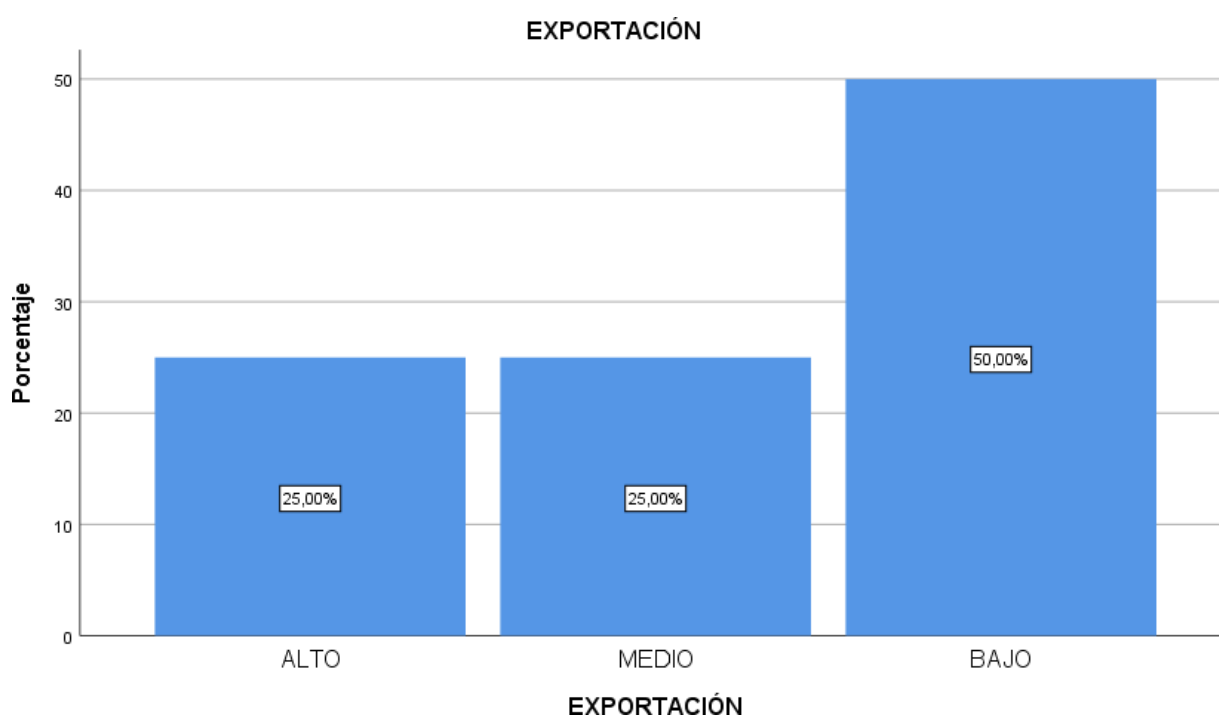
En la tabla N°7 y figura N°4, se percibe de una muestra de 4 directivos que conforman el área de producción de la empresa Agrokasa – Magdalena del Mar 2019, el 50.00% indicaron que las estrategias de producción de naturaleza funcional tienen un nivel bajo, el 25,00 % manifestaron que tiene un nivel medio y el 25.00% declararon que tienen un nivel alto.

Descripción de los resultados de la segunda variable Exportación

Tabla N°8. Variable Exportación

EXPORTACIÓN			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	1	25.0
	MEDIO	1	25.0
	BAJO	2	50.0
	Total	4	100.0

Figura N°5. Variable Exportación



INTERPRETACIÓN

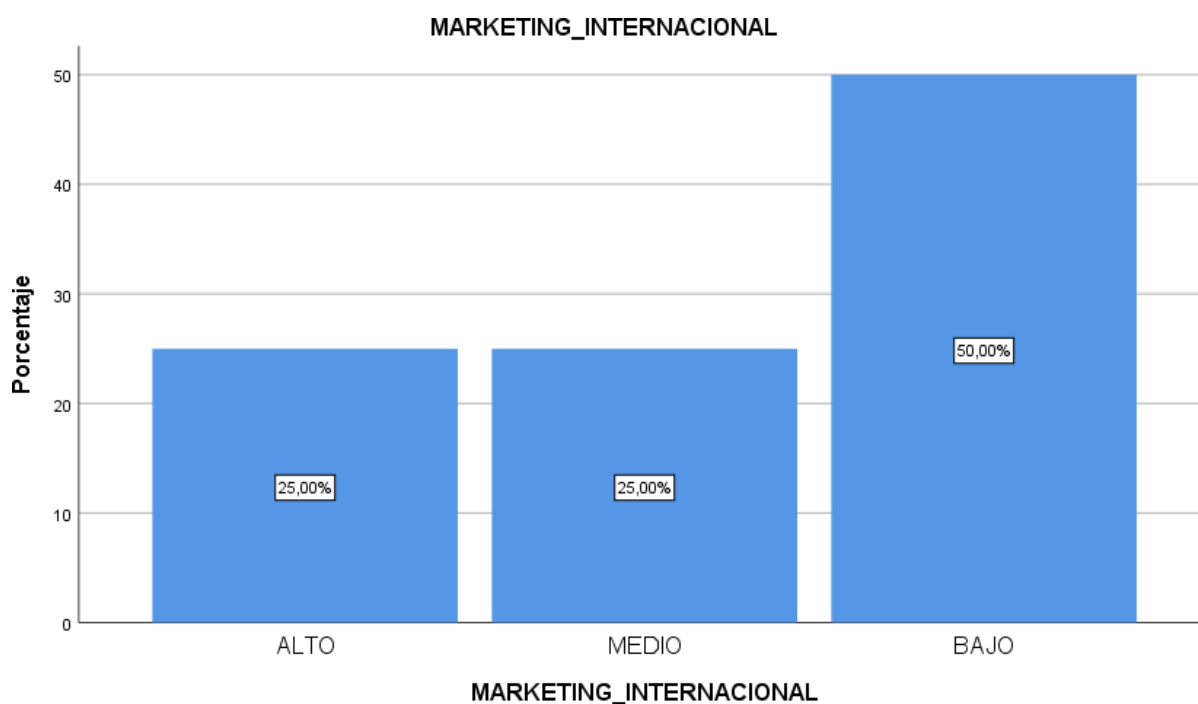
En la tabla N°8 y figura N°5, se percibe de una muestra de 4 directivos que conforman el área de producción de la empresa Agrokasa – Magdalena del Mar 2019, el 50.00% indicaron que las exportaciones tienen un nivel bajo, el 25,00 % manifestaron que tiene un nivel medio y el 25.00% declararon que tienen un nivel alto

Descripción de los resultados de la dimensión Marketing Internacional

Tabla N°9. Dimensión Marketing Internacional

MARKETING INTERNACIONAL			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	1	25.0
	MEDIO	1	25.0
	BAJO	2	50.0
	Total	4	100.0

Figura N°6. Dimensión Marketing Internacional



INTERPRETACIÓN

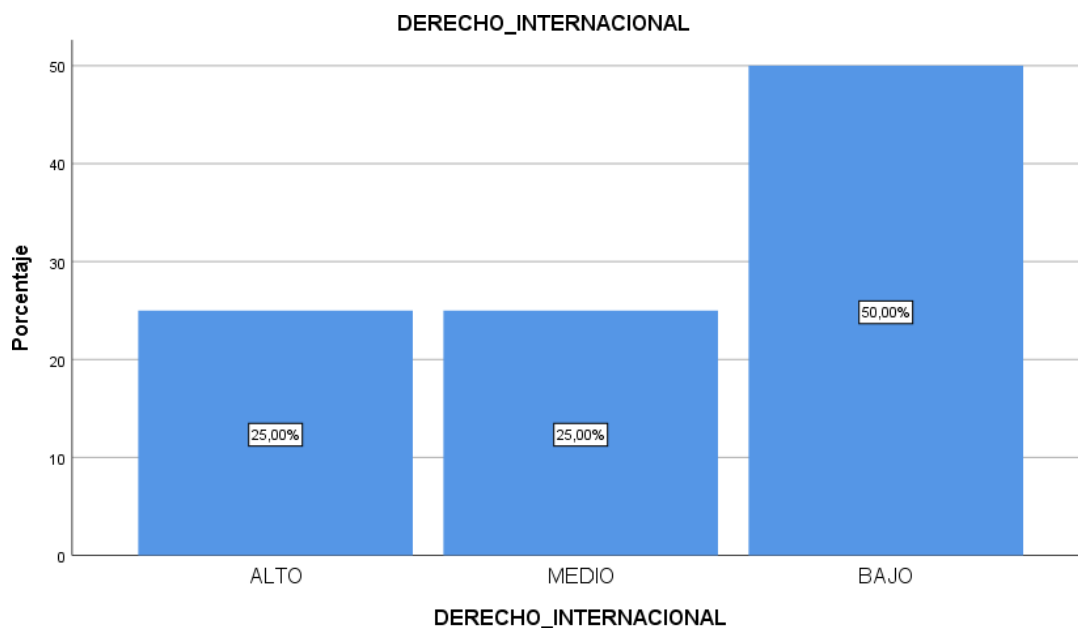
En la tabla N°9 y figura N°6, se percibe de una muestra de 4 directivos que conforman el área de producción de la empresa Agrokasa – Magdalena del Mar 2019, el 50.00% indicaron que el marketing internacional tiene un nivel bajo, el 25,00 % manifestaron que tiene un nivel medio y el 25.00% declararon que tienen un nivel alto.

Descripción de los resultados de la dimensión Derecho Internacional

Tabla N°10. *Dimensión Derecho Internacional*

DERECHO INTERNACIONAL			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	1	25.0
	MEDIO	1	25.0
	BAJO	2	50.0
	Total	4	100.0

Figura N°7. *Dimensión Derecho Internacional*



INTERPRETACIÓN

En la tabla N°10 y figura N°7, se percibe de una muestra de 4 directivos que conforman el área de producción de la empresa Agrokasa – Magdalena del Mar 2019, el 50.00% indicaron que el derecho internacional posee un nivel bajo, el 25,00 % afirmaron que poseen un nivel medio y el 25.00% declararon que tienen un nivel alto.

Descripción de los resultados de la dimensión logística internacional

Tabla N°11. *Dimensión Logística Internacional*

LOGÍSTICA_INTERNACIONAL			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	ALTO	1	25.0
	MEDIO	2	50.0
	BAJO	1	25.0
	Total	4	100.0

Figura N°8. *Dimensión Logística Internacional*



INTERPRETACIÓN

En la tabla N°11 y figura N°8, se percibe de una muestra de 4 directivos que conforman el área de producción de la empresa Agrokasa – Magdalena del Mar 2019, el 25.00% indicaron que la logística internacional tiene un nivel bajo, el 50,00 % manifestaron que tiene un nivel medio y el 25.00% declararon que tienen un nivel alto.

Contrastación de hipótesis

Hipótesis General:

Ho: No existe relación entre Estrategias de producción y Exportación la empresa Agrokasa, 2019.

Ha: Existe relación entre Estrategias de producción y Exportación la empresa Agrokasa, 2019.

Tabla N°12 *Correlación entre Estrategias de producción y Exportación*

		Estrategias De Producción	Exportación	
Rho de Spearman	Estrategias De Producción	Coeficiente de correlación	1,000	,600**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	4	4
	Exportación	Coeficiente de correlación	,600**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	4	4

Fuente: SPSS 24

En la siguiente tabla 12 se muestra un coeficiente de correlación de 0,600, con una significancia de ,002, lo que significa que existe una correlación, por lo tanto; se niega la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Dando como resultado que existe una relación aceptable entre la Estrategia de producción y la Exportación.

Hipótesis específica 1:

Ho: No existe relación entre Estrategias de producción de naturaleza estructural y Exportación la empresa Agrokasa, 2019.

Ha: Existe relación entre Estrategias de producción de naturaleza estructural y Exportación la empresa Agrokasa, 2019.

Tabla N°13. *Correlación entre Estrategias de producción de naturaleza estructural y Exportación*

		Estrategias De Producción de naturaleza estructural		Exportación
Rho de Spearman	Estrategias De	Coeficiente de correlación	1,000	,600**
	Producción de	Sig. (bilateral)	.	,002
	naturaleza	N	4	4
	estructural			
	Exportación	Coeficiente de correlación	,600**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
	N	4	4	

Fuente: SPSS 24

En la siguiente tabla 13 se muestra un coeficiente de correlación de 0,600, con una significancia de ,002, lo que significa que existe una correlación media, por lo tanto; se niega la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Dando como resultado que existe una relación aceptable entre la Estrategia de producción de naturaleza estructural y la Exportación.

Hipótesis específica 2:

Ho: No existe relación entre Estrategias de producción de naturaleza infraestructural y Exportación la empresa Agrokasa, 2019.

Ha: Existe relación entre Estrategias de producción de naturaleza infraestructural y Exportación la empresa Agrokasa, 2019.

Tabla N°14 *Correlación entre Estrategias de producción de naturaleza infraestructural y Exportación*

		Estrategias De Producción de naturaleza infraestructural		Exportación
Rho de Spearman	Estrategias De Producción de naturaleza infraestructural	Coeficiente de correlación	1,000	,600**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	4	4
	Exportación	Coeficiente de correlación	,600**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	4	4

Fuente: SPSS 24

En la siguiente tabla 14 se muestra un coeficiente de correlación de 0,600, con una significancia de ,002, lo que significa que existe una correlación moderada, por lo tanto; se niega la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Dando como resultado que existe una relación aceptable entre la Estrategia de producción de naturaleza estructural y la Exportación.

Hipótesis específica 3:

Ho: No existe relación entre Estrategias de producción funcional y Exportación la empresa Agrokasa, 2019.

Ha: Existe relación entre Estrategias de producción funcional y Exportación la empresa Agrokasa, 2019

Tabla N°15 *Correlación entre Estrategias de producción funcional y Exportación*

		Estrategias De Producción		
		funcional		Exportación
Rho de Spearman	Estrategias De Producción funcional	Coeficiente de correlación	1,000	,700**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	4	4
	Exportación	Coeficiente de correlación	,700**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	4	4

Fuente: SPSS 24

En la siguiente tabla 15 se muestra un coeficiente de correlación de 0,700, con una significancia de ,001, lo que significa que existe una correlación moderada, por lo tanto; se niega la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Dando como resultado que existe una relación aceptable entre la Estrategia de producción funcional y la Exportación

V. DISCUSIÓN

En la investigación titulada: Estrategia de Producción de la empresa AGROKASA S.A. para la exportación de uva de mesa al mercado estadounidense año 2019". Siendo de enfoque cuantitativo, no experimental de nivel descriptivo correlacional, de corte transversal. Tuvo como conclusión, que las estrategias de producción que aplicaron fueron estrategia de producción de naturaleza estructural, estrategia de producción de naturaleza infraestructural, estrategia funcional, en la cual la empresa lo aplicó de manera correcta, ya que tenían conocimiento sobre ellas.

Además, se examinaron tesis semejantes a esta pesquisa encontrándose

Como aclara Quispe (2017), en sus resultados que obtuvieron un valor del 0.8671 demostrando su relación positiva determinando la exportación de uva y el volumen, buscando mejorar su proceso en las exportaciones, obteniendo soluciones en las investigaciones empresariales, contribuyendo en el comercio exterior, manifestando una tendencia infraestructural de manera positiva que permite el desarrollo de las exportaciones. Por ello estamos de acuerdo con lo que dice el autor, ya que se debe tener una dirección de operaciones para tener una excelente exportación con todos los requerimientos en las estrategias de producción que permitirá tener óptimas tomas de decisiones disminuyendo recursos en las operaciones de producción. Teniendo como conclusión, que la evolución de la exportación uva ha tenido una tendencia creciente de un 26% crecientemente.

Concuerda con Jiménez (2018), en sus resultados, ya que especifica que tener una planificación diaria en base al personal y a las operaciones que se gestionan, permitirá tener objetivos claros y precisos con mayor eficiencia en la producción de uva en lo que se debe elaborar recurrentemente, perfeccionando distintas herramientas que permitan tener mayores recursos al momento de las exportaciones. Por ende, estamos de acuerdo ya que para tener una buena gestión producción se debe enfocar en la comunicación clara y acertada en las decisiones en las que los trabajadores realicen un trabajo óptimo y en las correctas herramientas que puedan emplear. En conclusión, es esencial disponer con diversas estrategias diaria para que el personal tenga claro los objetivos a corto plazo, cumpliendo satisfactoriamente con lo proyectado.

VI. CONCLUSIONES

Esta pesquisa obtuvo como conclusiones:

Existe relación entre las estrategias de producción y la exportación de uva de la empresa Agrokasa con un Rho de Spearman de ,600, debido a que el 50 % de nuestros encuestados considera aplicar dichas estrategias para mejorar los errores que perjudican a la empresa a nivel de exportación.

Existe relación entre las estrategias de producción de naturaleza estructural y la exportación de uva de la empresa Agrokasa con un Rho de Spearman de ,600 debido a que el 50 % de nuestros encuestados considera aplicar dichas estrategias es un factor importante de cada empresa que se maneja una organización estructural puesto que las empresas exportadoras deben mejorar su desarrollo interno teniendo una rápida respuesta.

Existe relación entre las estrategias de producción de naturaleza infraestructural y la exportación de uva de la empresa Agrokasa con un Rho de Spearman de ,600 debido a que el 50 % de nuestros encuestados considera aplicar dichas estrategias ya que, cumpliendo los parámetros infraestructurales, la empresa va tener un mejor rendimiento interno cumpliendo las normativas que se solicite al momento de exportar implementando procesos operativos con una definición estratégica.

Existe relación entre las estrategias de producción funcional y la exportación de uva de la empresa Agrokasa con un Rho de Spearman de ,700 debido a que el 60 % de nuestros encuestados considera aplicar dichas estrategias ya que se considera favorable mejorar la efectividad en las operaciones tanto en la adquisición de materiales y el desarrollo empresarial, adaptándose a la demanda en la secuencia de exigencia de las operaciones a realizar.

VII. RECOMENDACIONES

Esta investigación consiguió obtener las siguientes recomendaciones:

Se sugiere, sobre estrategia de producción hacer un análisis continuo del desempeño de la producción para poder emplear técnicas de mejoramiento, permitiendo un buen desarrollo de la producción.

Se sugiere, para la estrategia de producción de naturaleza estructural realizar programas de evaluación para saber la calidad de los proveedores, el tiempo de entrega, la capacidad de la fábrica y los sistemas tecnológicos utilizados.

Se sugiere, para la estrategia producción de naturaleza infraestructural, analizar el rango de tareas realizadas por los trabajadores, control de calidad del producto, y tener un control de los proveedores con los programas de reducción del plazo de entrega, para que de esa forma se pueda saber el tiempo que vendrá los productos.

Se sugiere, para la estrategia funcional hacer un análisis administrativo de las operacionales funcionales de la empresa para poder llegar a obtener resultados positivos en lo que respecta a la calidad, eficiencia e innovación, así como en la satisfacción de los clientes.

Se sugiere crear una página web para que los comerciantes del país de destino puedan conocer el producto y de esa manera se puedan obtener más clientes y con el tiempo poder fidelizarlos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. (5º. ed.) Caracas - Venezuela: Episteme.

Castañeda, M. B.; Cabrera; A. F.; Navarro, Y.; Vries W. (2010). *Procesamiento de datos y análisis estadísticos SPSS*. Brasil: EDIPUCRS. Recuperado de: <http://www.pucrs.br/edipucrs/spss.pdf>

Cevallos, S. K. y Pután, C. D. (2019). *Diseño de Estrategias para mejorar los procesos de producción de Angaplast S.A.*, Guayaquil. (Tesis de posgrado). <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/45473>

Chiner, E. (2011). *El concepto de la Validez*. Recuperado de: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/25/Tema%206-Validez.pdf>

Cilloniz, F. (2020). *La superficie de uva de mesa en Perú alcanza las 20.000 hectáreas*. Recuperado de: <https://www.freshplaza.es/article/9206633/la-superficie-de-uva-de-mesa-en-peru-alcanza-las-20-000-hectareas/>

Cuesta (2009). *Muestreo probabilístico y no probabilístico*. Teoría. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-teoria/>

Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2013). *Negocios Internacionales*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson.

De Pelekais, C., de Franco, M., Neuman, N., Parada, J. (2005). *El ABC de la investigación*. Venezuela: Ediciones Astro, Data S.A.

Feenstra, R., & Taylor, A. (2011). *Comercio Internacional*. Barcelona: Reverté.

Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. (1era. ed.). Argentina: Editorial Brujas

Grasso, L. (2006). Encuestas: *Elementos para su diseño y análisis*. (1ª. ed.) Córdoba: Encuentro Grupo Editor. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=jL_yS1pfbMoC&pg=PA3&source=gbs_sele%20cted_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false

Hernández, Fernández, C y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (6 ed.). México: MC Graw Hill. Recuperado de:
https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Hernández (2011). *Validación de un Instrumento sobre Metacognición para Estudiantes de Segundo Ciclo de Educación General Básica*. Chile: Universidad Austral de Chile. Recuperado de
redalyc.org/pdf/1735/173524998007.pdf

Hurtado (2000). *Técnicas de investigación "La Observación"*. Recuperado de:
<http://tecnicasdeinvestigacion2015.blogspot.com/>

INEI (2019). *Producto Nacional*. Recuperado de:
inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/09-informe-tecnico-n09_produccion-nacional-jul2019.pdf

Infante, F. F. (2016). *La importancia de los factores productivos y su impacto en las organizaciones agrícolas en León Guanajato México*. ISSN: 1657-8031
http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S165780312016000200003&script=sci_abstract&tlng=es

Jiménez, P. (2018). *Sistema de planificación control de la producción y exportación*

diaria de uva de mesa para la empresa El Pedregal S.A (tesis de pregrado).
Universidad de Piura, Piura, Perú

Kerlinger (1979). *Enfoque conceptual de la investigación del comportamiento*.
México, D.F: Nueva Editorial Interamericana. Actualmente se publica por
McGraw.

Hill Interamericana. Recuperado de:

https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf

Koontz, H. (1990). *Estrategia, planificación y control*. (4ª ed.). México: Editorial Mc
Graw- Hill.

León, V. D., Calderón, S. J. y Mayorga, Q. E. (2016), *Estrategias de cultivo, comercialización y exportación del cacao fino de aroma en Ecuador*. ISSN: 2528-7737 <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/303>

Leskovar et al. (2018). *Producción, distribución y consumo de vino y uva de mesa de Río Negro y Neuquén*. (artículo científico).

Lerma, A. y Márquez, E. (2010). *Comercio y marketing internacional*. (4ª ed.). México: Cengage Learning. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=Jz1MsQrwd_IC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

López, L. (2014). *Evolución y Análisis de la Producción y Exportación de Uvas de Mesa: (2000-2012)* (tesis posgrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú

Mayntz et al., (1976) citados por Díaz de Rada (2001). *El Enfoque Mixto de Investigación*. España: Editada por Eumed.
Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/13/estudios-fiscales.pdf>

- Miltenburg, J. (1995). *Manufacturing Strategy*. Portland: Productivity Press.
- Montaño, S., Preciado, JM., Robles, JM., y Chávez, G.LI. (2018). *Métodos de trabajo para mejorar la competitividad del sistema de uvas de mesa sonorenses* (artículo científico). Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A. C. Hermosillo, Sonora, México
- Pedreño, A. (2018). *Las nuevas geografías de la producción global de uva de mesa: procesos de desigualdad y diversidad local*. (artículo científico). Centro de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural, CEDDAR. Universidad de Murcia, España
- Pérez, R y Massoni, S. (2009). *Hacia una teoría de la estrategia: El cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones*. (1ª ed.). España: Editorial Ariel S.A.
- Quispe, J. (2017). *Exportación de uva Red Globe peruana a Estados Unidos 2006-2015* (tesis de posgrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Schettini, G. (2018). *Factores Determinantes del crecimiento en las exportaciones peruanas de uva fresca (1990 -2016)* (tesis de posgrado). Universidad del Callao, Lima, Perú.
- Tamayo, M. (2000). *El proceso de la Investigación Científica*. (3ª Edición). México: Editorial Limusa, S.A. Recuperado de: <https://www.scribd.com/doc/12235974/Tamayo-y-Tamayo-Mario-El-Proceso-de-la-Investigacion-Cientifica>
- Tamayo, M. (1997). *El Proceso de la Investigación científica*. Editorial Limusa S.A. México.
- Vara, A. (2012). *Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales*. (3 ed.). Lima: Universidad de San Martín de Porres. Recuperado de

<https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>

Vigo, R. (2017). *Plan de Negocio para la producción y comercialización de café orgánico en grano de la hacienda Castillo en el Distrito el Progreso, Provincia de San Ignacio, Departamento de Cajamarca 2015*. (tesis de postgrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo, Perú.

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos

ENCUESTA PARA EL DIRECTIVO SOBRE ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN

Estimado (a) participante

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de la Responsabilidad social en la compañía que Ud. dirige. La presente encuesta es anónima; Por favor responde con sinceridad.

INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de característica acerca de la motivación, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

1) NUNCA

2) CASI NUNCA

3) A VECES

4) CASI SIEMPRE

5) SIEMPRE

PRODUCCION DE NATURALEZA ESTRUCTURAL						
Capacidad						
1	Existe una capacidad apropiada en la planta	1	2	3	4	5
2	Cuenta con la capacidad de asimilar el producto de acuerdo a lo requerido por el consumidor	1	2	3	4	5
Localización						
3	La localización de la producción de uva es apropiada	1	2	3	4	5
4	La localización de la planta es de suma importancia para la empresa	1	2	3	4	5
Tecnología						
5	Utiliza tecnología de última generación	1	2	3	4	5
6	Considera que es necesario cambiar la mano de obra humana por tecnología	1	2	3	4	5
Relaciones con proveedores						
7	Se mantiene con facilidad relaciones de confianza con los proveedores	1	2	3	4	5
8	Considera que es necesario tener una buena relación con los proveedores	1	2	3	4	5
PRODUCCIÓN DE NATURALEZA INFRAESTRUCTURAL						
Fuerzas de Trabajo						
9	Los empleados tienen la capacidad requerida para poder emplearla en la producción de uvas	1	2	3	4	5
10	Ofrecen capacitaciones sobre la producción de uvas a sus empleados	1	2	3	4	5
Gestión de calidad						

11	El sistema de gestión de calidad que se emplea ayuda a optimizar sus procesos	1	2	3	4	5
12	Mediante los procesos empleados llegan a tener productos consistentes	1	2	3	4	5
Planificación y control de producción						
13	Existe una evaluación en los sistemas de planificación y control de producción	1	2	3	4	5
14	Con que frecuencia se realiza la planificación y control de producción	1	2	3	4	5
ESTRATEGIA FUNCIONAL						
Desarrollo de nuevos productos						
15	Están en constante innovación de sus productos	1	2	3	4	5
16	Los nuevos productos se ajustan a las necesidades de sus clientes	1	2	3	4	5
Estrategias corporativas						
17	Se cumplen los objetivos que se plantean por periodos	1	2	3	4	5
18	Los integrantes de la organización asumen realmente el compromiso que este plan estratégico requiere	1	2	3	4	5

ENCUESTA PARA EL DIRECTIVO SOBRE EXPORTACIÓN

Estimado (a) participante

La presente encuesta es parte de un proyecto de investigación que tiene por finalidad la obtención de información acerca de la Ética en la compañía que Ud. dirige. La presente encuesta es anónima; Por favor responde con sinceridad.

INSTRUCCIONES:

En la siguiente encuesta, se presenta un conjunto de característica acerca de la motivación, cada una de ellas va seguida de cinco posibles alternativas de respuesta que debes calificar. Responde encerrando en un círculo la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

- | | | |
|-----------------|---------------|------------|
| 1) NUNCA | 2) CASI NUNCA | 3) A VECES |
| 4) CASI SIEMPRE | 5) SIEMPRE | |

MARKETING INTERNACIONAL						
Producto						
1	El producto a exportar va de acorde con los deseos y necesidades de los consumidores	1	2	3	4	5
2	La uva de mesa contiene atributos intrínsecos	1	2	3	4	5
Mercado						
3	El mercado de destino de su exportación tiene fase de crecimiento	1	2	3	4	5
4	Difiere su estrategia de distribución de sus competidores	1	2	3	4	5
Promoción						
5	Alcanzan a su público potencial y compradores a través de su promoción	1	2	3	4	5
6	Usan redes sociales para promover su producto	1	2	3	4	5
DERECHO INTERNACIONAL						
Tratados comerciales						
7	La empresa está aprovechando los tratados comerciales que tiene el Perú con el país de destino a exportar.	1	2	3	4	5
8	La reducción arancelaria es favorable para el producto exportador de la empresa AGROKASA S.A.	1	2	3	4	5
Contrataciones entre Compradores y vendedores						
9	Constantemente hay contrataciones entre compradores y vendedores.	1	2	3	4	5
10	Utilizan requisitos importantes en las contrataciones entre compradores y vendedores.	1	2	3	4	5
Convenios comerciales						
11	La empresa está informada acerca de los convenios comerciales.	1	2	3	4	5
12	¿Creen que los convenios comerciales será de gran ayuda para la empresa?	1	2	3	4	5
LOGISTICA DE EXPORTACION						
Transporte para la exportación						

13	Constantemente utilizan el transporte marítimo para sus exportaciones	1	2	3	4	5
14	Es requerido todos los tipos de transportes desde el inicio de la exportación de uvas al país de Estados Unidos	1	2	3	4	5
Seguro del comercio exterior						
15	Al momento de realizar la exportación de uvas aseguran toda la carga antes del envío	1	2	3	4	5
16	El seguro les cubre hasta los daños mínimos que pueda tener su mercancía	1	2	3	4	5
Trámites Aduaneros						
17	Cumplen con todos los requisitos y/o documentos aduaneros al momento de exportar	1	2	3	4	5
18	Han tenido algún problema al momento de llenar la DUA para realizar su operación comercial	1	2	3	4	5

Anexo 2: Ficha de Validación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Marquez Caro, Fernando
- I.2. Especialidad del Validador: Sociólogo
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DT C EP. NN. I'
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
- I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					
PROMEDIO DE VALORACIÓN					7.5	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

7.5

Lima Norte, 04 de 11 del 2019.

.....

Firma de experto informante

DNI: 08725585


Teléfono: _____

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Exportación

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
¿Sus exportaciones se dan mayormente FOB?	✓		
¿En el transcurso de la exportacion de las uvas han existido algun tipo de problema como perdida, robo u otros riesgos?	✓		
¿Su exportacion de uva de mesa a Estados Unidos superan las 20 toneladas?			
¿Las toneladas de uvas exportads abastecen la totalidad de su demanda?			
¿Los factores externos influyen en la cantidad que exportan?			
¿La cantidad exportada incrementa con el pasar de los años?			
¿Comercialmente se utiliza el dólar americano para las exportaciones de uvas al mercado estadounidense en la empresa AGROKASA S.A?			
¿Ah sido bueno el desempeño del dólar americano para la empresa al momento de realizar las exportaciones para la empresa AGROKASA S.A?			
¿En el sector vitivinicola, la empresa AGROKASA S.A aporta directamente al PBI nacional?			
¿El crecimiento economico influye para una mayor inversion y mejor condicion para la empresa AGROKASA S.A?			
¿Para la empresa AGROKASA S.A es importante evaluar las diferentes divisas al momento de realizar una exportacion?			
¿La empresa AGROKASA S.A busca un excelente rendimiento e inversion para facilitar las exportaciones de manera rapida y segura?			

¿Los integrantes de la organización asumen realmente el compromiso que este plan estrategico requiere?			
--	--	--	--



Firma de experto informante

DNI: 08729581

Teléfono: _____



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mary Michca MAGOINA
- I.2. Especialidad del Validador: PRO ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
- I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80%	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Lima Norte , 11 de NOVIEMBRE del 2019.

Firma de experto informante

DNI: 41478652

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1		✓	
Ítem 2		✓	
Ítem 3		✓	
Ítem 4	✓		
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11		✓	
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14	✓		
Ítem 15	✓		
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		

Variable 2: EXPORTACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2	✓		
Ítem 3	✓		
Ítem 4		✓	
Ítem 5		✓	
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8	✓		
Ítem 9	✓		
Ítem 10	✓		
Ítem 11	✓		
Ítem 12	✓		
Ítem 13	✓		
Ítem 14		✓	
Ítem 15		✓	
Ítem 16	✓		
Ítem 17	✓		
Ítem 18	✓		



Firma de experto informante

24.1.2015



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Frias Guevara Roberto
- I.2. Especialidad del Validador: EPG
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
- I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						90%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

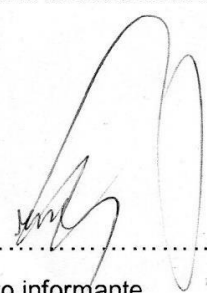
.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Lima Norte, 13 de noviembre del 2019.



 Firma de experto informante

DNI: 0831235B
 Teléfono: 939376605

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	✓		
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			

Variable 2: EXPORTACIÓN

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1		✓	
Ítem 2		✓	
Ítem 3		✓	
Ítem 4		✓	
Ítem 5	✓		
Ítem 6	✓		
Ítem 7	✓		
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			

.....
Firma de experto informante

DNI:

08312356

Teléfono:

939376601

Anexo 03: Matriz Operacional

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN	<p>Miltenburg (1995) en su investigación plantea que la estrategia de producción es la toma de la determinación sobre la finalidad de aquellos [...], vinculados a través de la empresa que rivaliza en las distintas competencias, destacando la ausencia de concretar las diversas estrategias en la producción, influyendo como un proceso formal de las finales". Lo cual dichas áreas de decisión se dividen en dos grupos: decisiones estructurales e infraestructurales.</p>	<p>Se trabajará tomando en consideración las dimensiones y los indicadores de la variable.</p>	Producción de Naturaleza Estructural	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad. • Localización. • Tecnología. 	<p>(1) Nunca (2) Raramente (3) Ocasionalmente (4) Frecuentemente (5) Muy frecuentemente</p>
			Producción de Naturaleza infraestructural	<ul style="list-style-type: none"> • Fuerzas de Trabajo. • Gestión de calidad. • Planificación y control de producción. 	
			Estrategia funcional	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias corporativas. • Desarrollo de nuevos productos. 	
Exportación	<p>Lerma y Márquez (2010), en el libro de Comercio y Marketing Internacional. Comentan que la definición es la transacción de bienes y servicios a distintos clientes situados en otra región destinada en el mundo</p>	<p>Se trabajará tomando en consideración las dimensiones y los indicadores de la variable.</p>	Marketing Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Mercado • Promoción 	<p>(1) Nunca (2) Raramente (3) Ocasionalmente (4) Frecuentemente (5) Muy frecuentemente</p>
			Derecho Internacional	<ul style="list-style-type: none"> • Tratados Comerciales • Contrataciones entre compradores y vendedores. • Convenios comerciales 	
			Logística de exportación	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte para la exportación. • Seguro del comercio exterior. • Trámites Aduaneros. 	

Anexo 04: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA									
Título: Estrategias de producción de la empresa Agrokasa S.A para la exportación de uva de mesa al mercado estadounidense año 2019									
Autor: Fabián Arguedas María Fernanda, Pinedo Guerrero Kerry Angela, Quijano Soria Greyssi Jessica, Ramírez Beraun Franco Alejandro									
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores						
<p>Problema General</p> <p>¿Qué relación existe entre estrategias de producción y exportación que aplican en la empresa Agrokasa S.A. para la comercialización de uva de mesa en el mercado estadounidense 2019?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>Problema específico 1</p> <p>¿Existe relación entre las estrategias de producción de naturaleza estructural y la exportación que se aplica en la empresa Agrokasa S.A. para la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019?</p> <p>Problema específico 2</p> <p>¿Existe relación entre las estrategias de producción de naturaleza infraestructural y la exportación que se aplica en la empresa Agrokasa S.A. para</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Analizar las estrategias de producción y la exportación que se aplica en la empresa el Agrokasa S. A para la comercialización de uva de mesa en el mercado estadounidense 2019</p> <p>Objetivo específico</p> <p>Objetivo específico 1</p> <p>Fijar la relación entre las estrategias de producción de naturaleza estructural y la exportación que se aplica en la empresa Agrokasa S. A para la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019.</p> <p>Objetivo específico 2</p> <p>Fijar la relación entre las estrategias de producción de naturaleza infraestructural y la exportación que se aplica en la empresa Agrokasa S. A para</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe una relación de las estrategias de producción y exportación de uva de mesa que aplican en la empresa Agrokasa, del distrito de Magdalena del Mar, 2019.</p> <p>Hipótesis Especificas</p> <p>Hipótesis específica 1</p> <p>Existe relación de las estrategias de producción de naturaleza estructural y la exportación que se aplican en la empresa Agrokasa S.A. para la producción y exportación de uva de mesa al mercado estadounidense 2019.</p> <p>Hipótesis específica 2</p> <p>Existe relación de las estrategias de producción de naturaleza infraestructural y la exportación que se aplican en la empresa Agrokasa S.A. para la</p>	Variable 1: Estrategias de Producción				<p>(1) Nunca</p> <p>(2) Raramente</p> <p>(3) Ocasionalmente</p> <p>(4) Frecuentemente</p> <p>(5) Muy frecuentemente</p>		
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición		Niveles o rangos	Niveles o rangos
			Producción de naturaleza estructural	Capacidad	1,2			Bajo Medio Alto	Bajo Medio Alto
				Localización	3,4				
				Tecnología	5,6				
			Producción de naturaleza infraestructural	Fuerzas de Trabajo	7,8			Bajo Medio Alto	
				Gestión de calidad	9,10				
				Planificación y control de producción	11,12				
			Estrategia Funcional	Estrategias corporativas	13,14	Bajo Medio Alto			
				Desarrollo de nuevos productos	15,16				
Variable 2: Exportación									
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles o rangos	Niveles o rangos				
Marketing Internacional	Producto	1,2	(1) Nunca (2) Raramente (3) Ocasionalmente (4) Frecuentemente		Bajo Medio Alto				
	Mercado	3,4							

la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019?	la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019.	producción y exportación de uva de mesa al mercado estadounidense 2019.		Promoción	5,6	(5) Muy frecuentemente		Bajo Medio Alto
Problema específico 3 ¿Existe relación entre las estrategias de producción funcional estructural y la exportación que se aplica en la empresa Agrokasa S.A. para la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019?	Objetivo específico 3 Fijar la relación entre las estrategias de producción funcional y la exportación que se aplica en la empresa Agrokasa S. A para la comercialización de uva de mesa al mercado estadounidense 2019.	Hipótesis específica 3 Existe relación de las estrategias de producción funcional y la exportación que se aplican en la empresa Agrokasa S.A. para la producción y exportación de uva de mesa al mercado estadounidense 2019.	Derecho Internacional	Tratados Comerciales	7,8			
				Contrataciones entre Compradores y vendedores	9,10			
				Convenios Comerciales	11,12			
Logística de exportación	Transporte para la exportación	13,14						
	Seguro del comercio exterior	15,16						
	Trámites Aduaneros	17,18						

Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar
<p>Tipo: Aplicada</p> <p>Alcance: Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Método: Hipotético Deductivo</p>	<p>Población: En este trabajo de investigación tomó como población al directivo del sector de uvas de la empresa Agrokasa S.A., situado en Lima en el distrito de Magdalena del Mar, este gerente realiza actividades planificadoras y presupuestales dentro del área de exportación y el área de estrategias comerciales.</p> <p>Tipo de muestreo: Censal</p> <p>Tamaño de muestra: 1</p>	<p>Variable 1: Estrategias de producción</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autor: Miltenburg Año: 1995 Monitoreo: Control interno Ámbito de Aplicación: Área de sector de uvas Forma de Administración: grupal</p> <p>Variable 1: Exportación</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autor: Alejandro Lerma Kirchner y Enrique Márquez Castro Año: 2010 Monitoreo: Control interno Ámbito de Aplicación: Área de sector de uvas Forma de Administración: grupal</p>	<p>DESCRIPTIVA:</p> <p>Para el análisis estadístico respectivo, se utilizará el paquete estadístico SPSS Versión 25 con licencia de la UCV. Los datos obtenidos serán presentados en tablas y gráficos de acuerdo con las variables y dimensiones, para luego analizarlo e interpretarlos considerando el marco teórico.</p> <p>De acuerdo con la cantidad encuestada menor 4 personas, su nivel de significancia es menor a 0,05 y los datos son no paramétricos, lo cual se procederá a trabajar con Rho de Spearman, lo cual, muestra una correlación positiva.</p>