



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**Cadena Global de Valor en las empresas exportadoras de arándanos
en el Perú, periodo 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE GRADO ACADÉMICO
DE LICENCIADO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORAS:

Cárdenas Ledesma, Beatriz Lizet (ORCID: 0000-0001-7598-1403)

Ponce Suárez, Sol Lady (ORCID: 0000-0003-1123-3961)

ASESORA:

Mgr. Pasache Ramos, Máximo Fidel (ORCID: 0000-0003-1005-0848)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y comercio internacional

LIMA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

Principalmente a Dios y a nuestros padres, por ser nuestros pilares más importantes y por demostrarnos siempre su cariño y apoyo a lo largo de esta investigación guiándonos a conseguir nuestro logro.

AGRADECIMIENTO

Nuestro aprecio sincero a los miembros de las empresas Agroberries Peru S.A.C. Hortifrut Peru S.A.C. Agrovision Peru S.A.C. por brindarnos los medios necesarios para realizar el presente estudio.

Nuestra gratitud al Magister Maximo Fidel Pasache Ramos por sus conocimientos brindados para llevar a cabo la presente investigación.

| | |
|--|-----------|
| Índice de contenidos | |
| DEDICATORIA | 1 |
| I. INTRODUCCIÓN | 11 |
| II. MARCO TEÓRICO | 16 |
| Producción | 21 |
| Distribución y Comercialización | 24 |
| III. METODOLOGÍA | 26 |
| 3.1 Tipo y diseño de investigación | 27 |
| 3.2 Categoría, subcategorías y matriz de categorización | 27 |
| 3.3 Escenario de estudio | 28 |
| 3.4 Participantes | 28 |
| 3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 29 |
| 3.6 Procedimientos | 29 |
| 3.7 Rigor científico | 29 |
| Confirmación | 30 |
| 3.8 Método de análisis de información | 30 |
| 3.9 Aspectos éticos | 31 |
| IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN | 33 |
| RESULTADOS | 34 |
| Entrevista | 34 |
| Figura 1: Elaboración de las autoras | 35 |
| Entrevista 1. | 35 |
| Producción: Cultivo, cosecha, hectárea | 35 |
| FIGURA 2. Elaboración hecha por las autoras. | 36 |
| Entrevista 2. | 36 |
| FIGURA 3: Elaboración hecha por las autoras | 37 |
| Entrevista 3 | 37 |
| Comercialización y distribución: Precio, exportacion, clientes | 37 |
| FIGURA 4. Elaboración hecha por las autoras | 38 |
| DISCUSIÓN | 42 |
| V. CONCLUSIONES | 43 |

| | |
|---|-----------|
| VI. RECOMENDACIONES | 45 |
| REFERENCIAS | 47 |
| ANEXO | 51 |
| ANEXO 01 | 52 |
| Tabla 1 | 52 |
| Matriz de categorización | 52 |
| Tabla 2 | 52 |
| Matriz de consistencia | 52 |
| Tabla 3 | 54 |
| Orientación | 54 |
| Tabla 4 | 55 |
| Los cuatro estratos del medio ambiente de la comercialización | 55 |
| ANEXO 02 Instrumento: | 56 |
| Entrevista no estructurada | 56 |
| ANEXO 3 | 60 |
| Instrumentos validados | 60 |

Índice de tablas

| | |
|---|-----------|
| ANEXO | 53 |
| ANEXO 01 | 54 |
| Tabla 1 | 54 |
| Matriz de categorización | 54 |
| Tabla 2 | 54 |
| Matriz de consistencia | 54 |
| Tabla 3 | 56 |
| Orientación | 56 |
| Tabla 4 | 57 |
| Los cuatro estratos del medio ambiente de la comercialización | 57 |
| ANEXO 02 Instrumento: | 58 |
| Entrevista no estructurada | 58 |
| ANEXO 3 | 62 |
| Instrumentos validados | 62 |

Índice de figuras

| | |
|--|-----------|
| FIGURA 1: Elaboración de las autoras | 37 |
| FIGURA 2. Elaboración hecha por las autoras. | 38 |
| FIGURA 3: Elaboración hecha por las autoras | 39 |
| FIGURA 4. Elaboración hecha por las autoras | 62 |

RESUMEN

la presente investigación tiene como objetivo determinar la importancia de la cadena global de valor en las empresas exportadoras de arándanos para destacar las actividades intervinientes que ayuden a una adecuada inserción de la cgv. la presente investigación fue de tipo aplicada, de diseño no experimental, bajo un enfoque cualitativo y una metodología fenomenológica. los participantes intervinientes en el trabajo fueron tres gerentes generales de las empresas agoberries peru s.a.c. hortifrut peru s.a.c. arovision peru s.a.c expertos en la cgv de arándanos como técnica y recolección de datos se realizó una entrevista personal a cada uno de los intervinientes de la empresa las cuales brindaron información de acuerdo a las preguntas realizadas, así mismo se presenta una triangulación con el fin de estudiar las ideas brindadas por los expertos. conforme a los aspectos éticos se realizó mediante citas respetando la autonomía de los autores y con estilo apa de acuerdo con sugerencia de la escuela.

Palabras clave: revisión sistemática, cadena de valor, arándanos.

ABSTRACT

the objective of this research is to determine the importance of the global value chain in blueberry exporting companies in order to highlight the intervening activities that help to an adequate insertion of the gvc. the present research was of applied type, non-experimental design, under a qualitative approach and a phenomenological methodology. the participants involved in the work were three general managers of the companies agroberries peru s.a.c. hortifrut peru s.a.c. agrovision peru s.a.c., experts in the blueberry gvc. as a technique and data collection, a personal interview was conducted with each of the participants of the company, who provided information according to the questions asked, as well as a triangulation in order to study the ideas provided by the experts. in accordance with the ethical aspects, citations were made respecting the autonomy of the authors and in apa style according to the school's suggestion.

Key words: systematic review, value chain, blueberry.

I. INTRODUCCIÓN

En el sector agrario la exportación de los arándanos en el mundo se ha ido incrementando de una manera notoria, tomando el primer lugar siendo parte del sostén de la economía mundial, debido al gran abastecimiento que se presenta a consecuencia de la gran demanda y las nuevas preferencias de los consumidores, generando oportunidades a las empresas y trabajadores del sector mundial, la presente investigación tiene el fin de aportar un estudio a las empresas exportadoras de arándanos a insertarse en la cadena global de valor, desarrollando actividades de producción, procesando productos destacados con valor, lo cual ayudará a la economía y a generar acuerdos comerciales mediante la distribución y comercialización.

Según el Gestión (2018). Las exportaciones de los arándanos peruanos registraron un récord, logrando introducirse a un mercado potencial como lo es China, posicionándose como uno de los principales destinos, las exportaciones de arándanos hacia este destino sumaron US\$ 34 millones, equivalente a unas 4 mil toneladas de arándanos, ubicando a Perú como segundo proveedor después de Chile. Sin embargo, los arándanos peruanos tienen un gran potencial en el mercado de China, ya que está compuesto por 1,400 millones de consumidores, así mismo en el contexto empresarial, se destacaron las exportaciones de Camposol como una de la primera y segunda mayor empresa exportadora peruana de arándanos

Schimanski (2017) indica que los miembros de Mercosur en las CGV deben demostrar retos para su inclusión más integral y provechosa, ya que mantienen un perfil comercial tan solo como proveedores de materias primas, es por ello su entorno de negocios no estimula la internacionalización de las actividades de las empresas locales. Esto se da porque el nuevo contexto en la estructura del comercio internacional, exige que los estados desarrollen políticas distintas de aquellas desarrolladas según un modelo obsoleto de comercio del siglo XX, basada en la venta de productos finales manufacturados de un estado a consumidores de otro estado, en cuanto al aumento del valor de sus ventas internacionales, exige medidas de facilitación del comercio

internacional, reducción arancelaria entre los Miembros del bloque, con esto crear oportunidades para el fortalecimiento de una cadena regional de valor.

Gómez, et al. (2017) Mencionan que en la producción y comercialización de los plantines de arándanos azul y asistencia en la CV intervienen actividades fundamentales en el nivel empresarial. Los autores consideran que es necesario un trato de franqueza y constante apoyo entre el proveedor de plantines de arándanos con el agricultor, de manera que el agricultor y su proveedor mantengan una alianza para el cumplimiento de sus objetivos planteados. Los recursos claves van a permitir el cumplimiento de las actividades relacionadas y la correcta entrega de propuesta de valor a los clientes potenciales, así como la relación con los proveedores que es fundamental. Existen una variedad de instituciones gubernamentales que indagan promover la agricultura, tanto en el soporte al financiamiento, la producción, y comercialización que pueden cooperar a que los clientes potenciales ubiquen sus productos a mercados internacionales.

Sosa (2016) menciona que las cadenas globales de valor en la actualidad se dirigen al mercado mundial y establecen las pautas donde los países que aspiran a unirse deben acatar la fragmentación internacional de la producción y su articulación en CGV. Se tiene importantes intervenciones, así como consecuencias para la competitividad internacional y el desarrollo económico de localidades, regiones y países. He ahí la importancia del estudio de las cadenas y su funcionamiento para entender cómo lograr una inserción adecuada y así contribuir en el desarrollo de estos espacios económicos. El enfoque de cadena global de valor permite examinar las consecuencias de cada sección internacional de la producción, a partir de las relaciones analizando las inter-firmas en la cadena y de cómo estas relaciones intervienen en el desempeño, como de las localidades en que éstas se insertan.

Por consiguiente, el problema general de la investigación es: ¿Cuál es la importancia de la CGV en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021? Así mismo se establecen los problemas específicos: ¿Cómo beneficia la producción en las empresas exportadoras de arándanos en el

Perú, periodo 2021? ¿Cómo se desarrolla el proceso de preparación para la exportación en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021?, ¿Cómo interviene la comercialización y distribución en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021?

La presente investigación nos permitirá conocer a profundidad la importancia de gestionar una buena Cadena Global de Valor a las empresas exportadoras de arándanos, el cual posibilitará la mejora en las actividades de producción, proceso de preparación, distribución y comercialización para la inserción de ellas.

Hernández, Fernández y Baptista (2020) indica que toda investigación debe tener cierta relevancia social, logrando resolver problemas que afectan a un grupo, así mismo ser trascendente para la sociedad. Por ello la investigación tiene relevancia social ya que los beneficiados serán los consumidores de arándanos no tan solo como un fruto sino también productos de excelente calidad con un valor añadido.

Baena (2017) manifiesta que una investigación puede generar aportes prácticos ya sea directos o indirectos relacionados a la problemática real estudiada, así mismo su desarrollo ayuda a resolver problema o a proponer estrategias que al ser ejecutados contribuirá con su solución. Por ello la investigación brindará la solución a los problemas que existen dentro de las empresas exportadoras de arándanos: Agroberries Peru S.A.C. Hortifrut Peru S.A.C. Agrovision Peru S.A.C.; como mejorar la gestión de las actividades de la producción, proceso, distribución y comercialización para brindar productos con valor agregado, llegando a la inserción de la CGV.

Ñaupas, *et.al* (2014) conceptualiza que una investigación se justifica metodológicamente cuando se establece una nueva herramienta para recolectar o analizar datos, que incluya distintas formas de experimentar una o más variables, así como estudiar una determinada población de forma más adecuada. Por ello, los resultados de la investigación se sustentan en la aplicación de técnicas y métodos específicos, se realiza una entrevista a cada

uno de los intervinientes, con el propósito de obtener ideas y conocimientos sobre la CGV.

Bajo los argumentos antes mencionados en la presente investigación nace la necesidad de investigar el impedimento de las empresas exportadoras de arándanos por asegurar la inserción en la cadena global de valor. Se establecen los panoramas competitivos tanto en el grado de integración involucrando todas las actividades dentro de las empresas o países, es importante implementar una cadena global de valor, donde no solo el fruto de los arándanos se comercialice como un insumo de materia prima, sino como un producto final.

La investigación tiene como objetivo general: Determinar la importancia de la CGV en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021. Así mismo los objetivos específicos: Determinar el beneficio de la producción de la cadena de valor en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021; Determinar el desarrollo del proceso de preparación para la exportación en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021; Determinar la intervención de la comercialización y distribución en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021.

II. MARCO TEÓRICO

El presente capítulo muestra los antecedentes de la cadena global de valor de arándanos, recopilando bases de datos agroalimentarios mundiales de exportaciones, comercialización, producción del arándano, etc. Asimismo, como las teorías relacionadas, brindando los conceptos de la categoría y por último los enfoques conceptuales de las subcategorías de la CGV.

Antecedentes Internacionales:

González, et al. (2020) estudiaron *“Mexico's insertion in the global berry value chain”*. utilizaron una metodología de teoría fundamentada para analizar datos de entrevistas, con base de datos agroalimentarias y una revisión documental, como resultado del estudio se concluyó que México necesita del conocimiento de los comerciantes para aprender este cultivo desde cero, los modelos de negocio de los comerciantes consisten en establecer contratos de compra-venta de productos (gobernanza cautiva) con el fin de garantizar su suministro, proporcionando insumos y apoyo técnico a los agricultores para producir frutos con las características de calidad y seguridad deseadas para su respectiva exportación. González, et al (2020) recomiendan identificar los estándares de seguridad y calidad, así como la sobreproducción, gestionadas por empresas líderes, fortaleciendo los lazos de gobernanza que han establecido con los agricultores.

Almonacid (2018) estudió *“Southern Chile as part of global value chains, 1985-2016: regional economy and blueberry production.”* (CGV). Utilizó como muestra empresas productoras y exportadoras de bulbos, flores y arándanos del sur de Chile, en las provincias de Cautín, Valdivia y Osorno con la participación de trabajadores, como resultado del estudio se concluyó que la importante labor del estado en gran parte de la cadena, ha promovido un modelo de negocios integrado a contribuir y promover el consumo de arándanos en el mercado mundial, dentro de la excepcionalidad de la CGV de

los arándanos, se identificó a este fruto como un superalimento, mediante las campañas de los diferentes Estados, productores e investigadores.

Pérez (2018), estudio conociendo la experiencia de diversos sistemas productivos (gramíneas, vino, limón y arándano) perteneciente a tres regiones del país: Centro, Noroeste y Occidente. utilizó sectores agrícolas en México las cuales indican que suelen adaptarse al desarrollo en las áreas de exportación, ya que se genera una negociación hacia nuevos canales, si se desarrollan estrategias de comercialización puede ingresar a mercados más grandes en la escala mundial. Pérez recomendó que si se manifiestan retos y oportunidades a enfrentar se tiene en cuenta las actividades de la cadena de valor en la ciudad de México.

Hernández (2020) estudio, *“Global value chain between Mexico and China: the case of the blueberry”*, tuvo como objetivo analizar las características de una nueva CGV, identificando actores claves y las relaciones entre ellos, las actividades principales y sus ubicaciones. Utilizó el caso de la Cadena Global de Valor del Arándano entre México y China (CGVAMCh). Recolectó información a través de entrevistas semiestructuradas y de fuentes de información secundaria. indican que la CGVAMCh está integrada por productores, comercializadoras y distribuidores como resultado del estudio se concluyó que los productores, al mantener una relación con las comercializadoras tienen acceso a asesorías técnicas las cuales permite mejorar su proceso de producción y producto lo que ocasiona el ingreso al mercado internacional.

Según el Ministerio de Producción y Trabajo (2019) en su revista *“Value Chain -Summary”*, menciona que la producción de Argentina es un fuerte demandante de mano de obra, sobre todo en lo que se refiere a la producción primaria. Así mismo las tareas de empaque para los arándanos se realiza en forma manual para asegurar el perfecto estado de los frutos previo al proceso de enfriamiento que es esencial para el tratamiento de selección y empaquetado depende en buena medida de la producción y de las características de cada plantación lo que ha generado el acceso de arándanos argentinos intervengan en nuevos mercados, mediante las actividades se

consideran el fruto con una calidad de excelencia hacia los mercados internacionales actuales. Los autores recomendaron ampliar el mercado externo, teniendo en cuenta la participación de ferias internacionales de alimentos, destacando la participación de varias empresas del sector en la próxima "Fruit Logística".

Basilidze, et al (2020) estudiaron "*Value Chain Analysis of Fruits (Apple, Pear, Plum), Vegetables (Tomato, Cucumber), Beekeeping and Non-Timber Forest Products in Mtskheta-Mtianeti Region*", con el objetivo de crear oportunidades económicas para hombres y mujeres en zonas rurales desfavorecidas con gran potencial para el turismo sostenible y el desarrollo de la agricultura ecológica, la metodología de la investigación incluye una selección de VC de OA, que tienen el potencial de generar ingresos y el análisis de la cadena de valor de los productos de OA seleccionados. Los tecnológicos autores concluyeron en las entrevistas realizadas la necesidad de enriquecer el equipo de suministro de insumos tanto para los recolectores como para los centros de recolección - cooperativas, el limitado espacio de almacenamiento de las cooperativas es una de las principales razones que dificultan el aumento de la productividad, Asimismo Basilidze, et al (2020) recomendaron apoyar a los recolectores y a las cooperativas en la compra del equipo necesario y del inventario de producción, llegando así aumentar la productividad de la recolección ya que ayudaría a la clasificación obteniendo mayores beneficios.

Project (2017) estudiaron "*Value Chain Selection Report Armenia*" utilizaron una investigación cualitativa de grupos y entrevistas en profundidad, análisis de estudios locales e internacionales, comparaciones y analogías de estadísticas oficiales, estrategias, como comparaciones y analogías de estadísticas oficiales, estrategias, como muestra 21 participantes de la cadena de valor de la cosecha silvestre y entrevistas en profundidad con nueve propietarios de invernaderos y tres productores de pescado. Los autores concluyeron que, siempre que se disponga de recursos financieros razonables que permitan el acceso a la tecnología y criterios de exhortación para establecer valor al producto, esta cadena de valor puede convertirse en la más

prometedora para el éxito económico de las mujeres. Asimismo, I.F.C (2017). Recomendaron que es importante que esta transformación vaya acompañada del paso de la cadena de valor basada en el mercado mediante los conocimientos empresariales y técnicos de los agentes de la cadena de valor con los compradores, respaldadas por acuerdos contractuales. Estos cambios pueden proporcionar a las mujeres de la cadena de valor con importantes ventajas, como el aumento de los ingresos y la mejora de los roles.

Luraschi (2021) estudio *“Chains of values: Opportunity for the integration of argentinian blueberries”* utilizó una metodología mixta, con participantes productos del sector frutícolas, como instrumento informes realizados por entidades públicas y privadas como datos estadísticos. El autor concluyó que la producción de arándanos a nivel mundial destaca llegando a obtener un campo al mercado externo, siendo exportada como fruta fresca, es decir no tiene ningún grado de especialización, de elaboración. Por lo mismo es que se mencionaron aquellos productos que se pueden obtener a través del arándano, por lo cual es uno de los productos con mayor posibilidad de llevarlo a cabo es la mermelada de arándanos, ya que el sector y el producto escogido es un claro ejemplo para desarrollar, incentivar e insertarse en las cadenas de valor en el país. A través de él se puede llegar a variados productos con una mayor especialización y por un mayor valor.

En cuanto la Cadena Global de Valor y las dimensiones se presenta las siguientes teorías relacionadas:

Cattaneo (2010) en su libro, *Global Value CHAINS in a Postcrisis World*, mencionan que Las CGV abarcan toda la gama de actividades que requieren para dirigir un bien o servicio desde su concepción a través de diferentes escalas de producción, el suministro de materias primas; la entrada de diversos componentes, subconjuntos y servicios del productor; el ensamblaje de productos acabados hasta la entrega a los consumidores finales, así como la eliminación tras su uso. En el contexto de la globalización, las actividades que constituyen una cadena de valor suelen llevarse a cabo en redes interempresariales a escala mundial. [...] Las CGV y los retos a los que se enfrentan los países en desarrollo que buscan entrar y mejorar su posición en

las CGV. También sugiere medidas que los países podrían adoptar para facilitar una recuperación más sostenible de la crisis económica (p.4-5).

La cadena de valor se describe a una serie de actividades que se necesita para comercializar un producto o servicio, [...] desde la producción, proceso y la entrega hasta los consumidores finales y su disposición de uso. Incluyendo las actividades de producción, comercialización, distribución, [...] estas también pueden estar incluidas dentro de una sola empresa o entre distintas empresas, dentro de una ubicación geográfica o distribuidas en áreas geográficas más amplias. Todos los productos o servicios hacen parte de una CV e incluso algunas son globales, [...]. La cadena de valor ayuda a los profesionales del desarrollo a identificar aquellas cadenas de valor en las que los actores pueden mejorar la producción, aumentar la creación de empleos y reducir la pobreza, llegando a invertir en los sistemas para mejorar sus resultados. Sievers (2016).

Santarcangelo, Schteingart, Porta (2017). Conceptuaron las Cadenas Globales de Valor como una serie de actividades que componen las CGV las cuales abarcan no sólo la producción tangible, sino también los servicios involucrados, desde el diseño de un producto hasta la comercialización, distribución y soporte postventa. Cada una de las etapas son responsables de añadir algún valor total y se denomina CV. Los autores concluyeron que las claves para sostener un proceso de desarrollo de largo plazo consisten en establecer y sustentar las condiciones para un crecimiento acelerado con solvencia externa, [...]. Las exportaciones e importaciones deben tener la capacidad de incrementar las actividades productivas, tecnológicas e innovadoras [...].

Producción

Gomez (2020) menciona que la producción se encarga netamente de los suministros de cualquier negocio, ya sea por insumos y/o productos-servicios terminados. [...]. Por insumos se debe entender que aplicar a la producción: la mano de obra, dinero, materia prima [...] que se transforman en los productos/servicios finales a mercados internos y externos, [...].

Sánchez (2006), menciona que existen empresas en los 3 sectores de la actividad económica global las cuales se diferencian en: Sector primario; que son las empresas agrícolas, ganaderas, mineras, etc. Sector secundario; empresas industriales o de transformación, alimentaria, etc. y por último el sector terciario; empresas comerciales, de servicio, financieras, etc. (p.3-4)

Riella, et al. (2013) mencionan que la producción de arándanos es una fuerte tendencia del trabajo, de forma que mediante distintos mecanismos y dispositivos permite maximizar el rendimiento de la productividad del trabajo de la mano de obra. Así mismo el arándano por ser un fruto para exportar, su característica y alta velocidad de maduración, se distingue en tres fases: la siembra corresponde a la preparación del terreno y plantación, los arándanos provienen de los viveros de las propias empresas, esta fase los puestos de trabajo son escasos por hectárea las cuales son realizadas por trabajadores que tienen estabilidad en la empresa. Por otro lado la cosecha es realizada de forma manual, donde es depositado en bandejas que posteriormente son llevadas a planta de empaque, el crecimiento de la producción en el país se ve reflejado en el desarrollo de las exportaciones frutícolas, ya que estos se posicionan en segundo lugar lo que da importancia a la adquisición de este cultivo en tan breve tiempo para la región uruguaya.

Barbart (2006) 1.er Congreso Latinoamericano de Arándanos y otros Berries, cuyo objetivo es el crecimiento de producción del arándano en el país, se acompañe de herramientas tanto económicas como financieras y científicas las cuales son necesarias para que el producto se mantenga dentro de la excelencia solicitada en los mercados internacionales. Existe una desigualdad entre el área de plantación y la inversión de investigación, resaltando la importancia de generar material genético que permita un cambio que mantenga la producción argentina de arándanos dentro de los estándares internacionales, ya que la investigación en Argentina es baja, por lo que es necesario condinanciarla a través de sectores privados como la creación de fondos para la investigación y desarrollo del arándano.

Proceso de preparación para la exportación

Carro & Gonzáles (2012) definen el proceso como diferente grupo de eventualidades mediante las cuales una o muchos insumos pasan por la transformación, cambian de forma y poseen un valor agregado, obteniendo así un producto final para el consumidor demandado. El objetivo de la producción es el adecuado procesamiento de los bienes y servicios en condiciones prefijadas (p1-2).

Bravo (2011) El proceso es una totalidad que cumple un objetivo útil a la organización y que agrega valor al cliente, se realiza por personas organizadas según una cierta estructura, teniendo tecnología de apoyo y manejan información, se trata de una cadena de tiendas donde el proceso es el hacer de una persona en un momento del tiempo tanto en hacer las tareas las cuales permite obtener los altos niveles de rendimiento que los clientes exigen en la actualidad (p.11).

González, et al. (2017) mencionan que para lograr un proceso previo almacenamiento de arándanos hasta ser exportados debe llegar a la temperatura adecuada de 0 y 1 °C, que es recomendable para lograr un transporte adecuado. Por ellos se presentan estrategias de enfriamiento la cual va ser posible reducir la temperatura del huerto hasta ser llevada al almacenamiento en menos de 1 hora. El control del frío puede llegar hasta la línea del packing, donde es necesario mantener el fruto con temperatura cercana a 0 °C. Otro punto importante de tener en cuenta, para hacer eficiente el enfriamiento por aire forzado, son las perforaciones de los materiales de embalaje antes de ser embarcados. Así mismo las cámaras de frío son las formas adecuadas para mantener el arándano en buen estado. Las atmósfera modificadas es una de las tecnologías más utilizadas para el almacenamiento y/o transporte beneficia a la reducción de la deshidratación y el menor desarrollo de pudriciones, siempre y cuando se utilice correctamente.

Paredes (2021) menciona que la evolución del tratamiento y el proceso de la fruta paso de trabajarse de una forma manual hasta artesanal, donde se mantiene verificado el estado, la madurez, calibre y otras características, los envases son mediante acero quirurjico en el mobiliario, las fajas transportadoras entre otros, los cambios tecnológicos ha generado el

crecimiento del sector al nivel exponencial así se aprovechan las ventajas comparativas indicadas líneas arriba. En cuanto a la cadena de frío se da debido al incremento en las exportaciones, las empresas operadoras de servicio logístico han ido mejorando su infraestructura para optimizar su servicio, se ha llegado a implementar unidades nuevas para el manejo de frío, los almacenes que pueden mantener refrigerado la fruta antes del embarque, contenedores inteligentes como bodegas de los aviones para el transporte aéreo, es indispensable mantener el producto fresco para satisfacer a los clientes de distintas partes del mundo (p. 34-35).

Distribución y Comercialización

Parra (2013) menciona que es importante añadir un valor al producto al momento de la distribución para generar utilidad de tiempo [...] y utilidad de lugar [...]. Asimismo, interviene la logística de distribución encargada de gestionar el flujo de productos finalizados desde el almacén hasta el cliente, con la intervención de actividades como almacenamiento, control y gestión de stocks de productos, transporte y entrega al cliente final (p.16)

Agronegocios (2014) Las empresas en el país de Chile, concentran su distribución de sus envíos vía aérea, aludieron que si los envíos se realizan vía marítima pues se perdería la ventana de primicia que son tiempos de temporada del fruto y se debe aprovechar el precio al máximo. Por otro lado, algunas temporadas permiten hacer envíos marítimos y otras no, porque se pone en juego la condición del fruto y de cómo llega al destino. Las empresas optan por envíos aéreos con el objetivo de asegurar la calidad del arándano (p.17-18).

Kotler (2001) La comercialización enfrente los mayores costos en las empresas, para ello se debe contratar la manufactura o bien conducir la planta de producción se enfrentan tres opciones en cuanto al tiempo: Primera entrada: referente a ser el primero en el mercado; Entrada paralela: decidir si se ingresa conjuntamente con el competidor a un mercado seleccionado y por último Entrada tardía: la cual retrasa la entrada hasta después de la entrada del competidor, las ventajas es que el competidor había sufragado los costos de

educar al mercado, pudiendo evitar problemas que afrontó el competidor y así conocer el tamaño del mercado. En cuanto a la estrategia geográfica: básicamente se decide el lanzamiento del producto tanto en el mercado nacional como internacional, mediante campañas, firmas de redes nacionales de distribución, etc. En cuanto al mercado meta: referente a la orientación del producto si es nuevo, ser usuarios constantes y fáciles de alcanzar con precios reducidos y por último en cuanto la estrategia de introducción del mercado para ello se coordinan varias actividades las cuales se van a utilizar técnicas de planeación de redes, o programación de rutas críticas.

Coca (2012) identifican que la estrategia de distribución está adecuada para la comercialización de un bien o servicio que los consumidores compran con frecuencia [...]. Llegando a tomar acciones y/o procedimientos para insertarse en el sistema de distribución (p.585).

Kotler (2012) en su libro “Dirección de Mercadotecnia” define a la comercialización “es un conjunto de actividades humanas dirigidas a facilitar y realizar intercambios”. Estos pueden referirse al desarrollo y relaciones de intercambio comercial las cuales cubre dos tipos de actividades como un bien o servicio tanto como por dinero, con el fin de satisfacer y realizar los objetivos de la empresa, donde intervienen los clientes potenciales y sus necesidades, he ahí la diferencia entre comercializar un producto y tan solo vender, es por ello que la comercialización consiste en producir satisfacción para los clientes, como clave para alcanzar los objetivos, Barbagallo (2005) véase al anexo 2.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Paz (2017) “La investigación aplicada [...] centraliza su atención en las posibilidades de llevar a la práctica las teorías generales, y asigna sus esfuerzos a resolver las necesidades que se plantean la sociedad y los hombres” (p.18). La investigación se basa en analizar los principios teóricos ya realizados y se cita los planteamientos teóricos del marco teórico.

Sánchez (2018) menciona que el enfoque cualitativo, se pueden identificar una serie de elementos, [...]. Se señala que las investigaciones cualitativas, [...] buscan respuestas a preguntas que remarcan la experiencia social y los significados que mantienen. Así mismo Maxwell (1996) identifica una serie de componentes: los actores intervinientes en el contexto que actúan como participantes y así mismo influyen sobre sus acciones, llegando a identificar fenómenos no previstos y generar nuevas teorías a partir de ellos (p. 230).

Sousa, Driessnack & Costa (2007), indicaron que el diseño no experimental no tiene determinación aleatoria, manipulación de variables o grupos de comparación. Ocurre de forma natural, sin intervenir de manera alguna, [...]. Los diseños no experimentales, involucran investigaciones exploratorias y/o cuestionarios, clasificados tanto como descriptivos como de correlación (p. 3).

Vera (2018) indica que la metodología fenomenológica estudia, [...] fenómenos sociales a nivel de conducta o de procesos mentales, es una tendencia filosófica con el propio método de investigación de la experiencia cotidiana de la realidad, tal como se presenta a la conciencia de cada individuo, desde una perspectiva en primera persona. [...], tanto al diseñador como al usuario, y cómo cada persona le atribuye un significado particular (p.6).

3.2 Categoría, subcategorías y matriz de categorización

La presente investigación establece como categoría según a la Cadena Global de Valor, Así mismo se identifica como dimensiones a la Producción, cuyos criterios están conformados por: cultivo, cosecha, hectárea; la segunda

dimensión es Proceso de preparación para la exportación, cuyos criterios están conformados por: tecnología, empaque y cámara de frío, por última dimensión es la Comercialización y Distribución, cuyos criterios son: Precio, exportación y clientes. véase al anexo 1 (tabla 2).

3.3 Escenario de estudio

La presente investigación donde esté aplicó el escenario fueron en las instalaciones de las empresas Hortifrut Perú S.A.C., con domicilio en la Libertad, Trujillo, Agroberries Perú S.A.C, con domicilio en la Libertad, Virú, Agrovision Peru S.A.C, ubicada en Lima, San Isidro con el fin de clasificar la cadena global de valor en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021.

Por esa razón, Peña (2006) indica lo siguiente, el escenario de estudio es el área determinada y escogida para generar la investigación e identificar diferentes eventualidades que deben ser examinadas dentro dicho espacio, por ello es importante y necesario decidir qué fenómenos serán examinados y analizados, llegando a observar y determinar el método adecuado para la correcta evaluación. Esta decisión es mencionada por [...] el investigador.

3.4 Participantes

Los sujetos que participan en la investigación son aquellos que conforman el proceso de la cadena global de valor de las exportaciones de arándanos, como el área de producción, comercialización y distribución de la empresa, ya que se tomará información de las múltiples áreas para ampliar la información a material de estudio.

Parraguez (2019) indicaron lo siguiente, se define como el desarrollo que agrupa en conjunto la información recolectada de criterios teóricos y argumentaciones basadas en un contexto real.

Para la recolección de datos elementales se ha considerado como participantes a:

Entrevistado 1: Gerente General en Agroberries Peru S.A.C, cuenta con 10 y 20 años de experiencia en el cargo de gerencia.

Entrevistado 2: Gerente de Producción en Hortifrut Perú S.A.C, cuenta con 7 años de experiencia en el cargo de producción.

Entrevistado 3: Gerente de Producción Agrícola en AgroVision Peru S.A.C., cuenta con más de 21 años de experiencia en producción agrícola.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La investigación empleó la técnica de entrevista dirigido a trabajadores, coordinadores, jefe de producción, jefe de exportación y logística de las empresas, Hortifrut Perú S.A.C., Agroberries Perú S.A.C., Agrovision Peru S.A.C expertos en la cadena global de valor de arándanos los cuales brindarán información de credibilidad en la búsqueda de resultados.

Zárate (2019) menciona que las técnicas de recolección de datos son las diferencias que se mantienen en el proceso de recolección y análisis de la información. [...], llegando a permitir la integración y contraste de toda la información que se mantiene para obtener una visión exhaustiva y compleja del fenómeno estudiado, y luego, neutralizar los sesgos (p.77).

3.6 Procedimientos

La presente investigación, recurrió a realizar el trabajo de campo en el que se empleó una entrevista semi estructurada de forma online con el fin de estudiar las ideas brindadas por expertos que forman parte de las empresas Hortifrut Perú S.A.C., Agroberries Perú S.A.C., Agrovision Peru S.A.C.

3.7 Rigor científico

El presente estudio tiene rigor científico ya que se determinó la validez interpretativa, Sampieri (2014) indica que “Son parámetros conocidos con gran fiabilidad para realizar una investigación con mayor ética en el desarrollo cuantitativo” (p. 272). Por ello los expertos que se están considerando en estas

entrevistas darían validez a la investigación mediante la entrevista conforme a la categoría y subcategorías.

Continuando con otro tipo de validez, según Plaza, Uriguen y Bejarano (2017) La credibilidad, “[...] es obtenida cuando el investigador luego de haber recolectado dichas experiencias de los participantes a través de las técnicas etnográficas entrevista a informantes y la observación esta provoca satisfacción que son reconocidos por los participantes como una verdad cercana a la que han manifestado” (p.346). Por ello la presente investigación se basa en fuentes y análisis examinados que provienen de fuentes Scopus, Ebsco, ProQuest, etc.

Varela y Vives (2016) definen la transferencia “[...], como el resultado de las ideas y experiencias de los informantes, más que las concepciones y preferencias del investigador” (p.194). Además, Salgado (2007) detalló “la investigación cualitativa como la audiencia o el lector del informe que son los que determinan si se pueden transferir los hallazgos a un contexto diferente del estudio” (p.74).

Confirmación

Varela y Vives (2016) detallan “incluir argumentos en relación con la toma de decisión para los fundamentos teóricos empleados y la selección del método, [...], es conveniente detallar la formación y la predisposición del investigador (p.194). Asimismo, Guba y Lincoln (2003) “esta estrategia permite que otro investigador indaga los datos y pueda llegar a dichas conclusiones [...], del investigador original siempre y cuando tengan perspectivas similares” (p. 165).

Díaz y Moscoso (2017) indican que “es importante investigar los datos en su fuente y la explicación de la lógica utilizada para interpretarlos. La fijación al campo, la reflexión sobre los prejuicios, creencias y concepciones del investigador, así como la consecución de los criterios anteriores aseguran la confirmación” (p.56).

3.8 Método de análisis de información

Vera (2010) conceptualiza “son la clave de una investigación cualitativa, en la cual se identifica un proceso en todas las etapas de investigación ya que tiene el objetivo de contestar, triangular y validar todo el estudio obtenido para establecer referencias de la investigación”. Así mismo se interpreta información dando sentido y significado al análisis, explicando la categoría, buscando relaciones entre las dimensiones descriptivas (p.3-4). Por ello la investigación realizará un análisis basado en la interpretación de la información brindada por medio de la entrevista luego de para ser transcritos en forma textual para que más adelante se agrupan en categorías y subcategorías con el fin de interpretar cada texto mediante un análisis el cual se dará producto de la triangulación según la herramienta a utilizar.

Samaja (2018). Indica que una triangulación metodológica es la combinación de métodos diversos en un estudio de un mismo fenómeno, por ende no se transforma en un concepto que alude a una metodología distinta, sino que se refuerza la idea. Así mejorando la confianza en los resultados obtenidos.

3.9 Aspectos éticos

En la presente investigación los datos son fidedignos, restando la propiedad intelectual de los autores citados. Dicha investigación se realizó con honestidad y de forma objetiva, sin intento alguno de plagio o copia.

Con respecto a las entrevistas, estas se han realizado con la voluntad de cada entrevistado los cuales estuvieron dispuestos a contribuir con la investigación, incluso antes se le brindó a detalle la finalidad que tendría la entrevista, el objeto de la presente tesis es obtener por medio de la investigación el conocimiento.

González (2002) sostiene que “el estudio [...], la ética es una filosofía práctica cuya tarea no es únicamente resolver conflictos, pero sí plantearlos [...]. Algunos de los aspectos éticos que son aplicables a la ciencia en general, [...], también en la investigación cualitativa. (p,93).

Montes (2018) define la autoría de las fuentes de información como “El respeto por las personas reconoce la capacidad y los derechos de todos los

personajes de tomar sus decisiones personales. Refiriendo al respeto de la autonomía y la autodeterminación de los seres humanos por medio del reconocimiento y su dignidad, así como la libertad” (p.6). Por ello la investigación se realiza mediante citas respetando la autonomía de los autores y con estilo APA de acuerdo con la sugerencia de la escuela.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

RESULTADOS

Para este proceso se han utilizado las técnicas de entrevista, para dar respuestas al objetivo general que es determinar el impacto de la CGV en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021.

Entrevista

Para la recolección de datos se aplicó una entrevista de tipo semiestructurada enfocado a tres gerentes generales de empresas peruanas dedicadas a la exportación de arándanos, correspondientes a un gerente por empresa, el tema principal del instrumento fue conocer la importancia de la Cadena Global de Valor y las actividades como: la producción tanto como el cultivo del fruto, su cosecha, la hectárea adecuada, el proceso de preparación para la exportación de una adecuada utilización del empaque, tecnología y cámara de frío y por último la comercialización y distribución, tanto el precio del arándano, la exportación y los clientes potenciales. Cada entrevistado especialista expresó su experiencia dentro de su empresa, según las subcategorías siguientes:

Los entrevistados mencionaron que la importancia de la Cadena Global de Valor es fundamental para las empresas exportadoras de arándanos ya que, mediante las actividades que la integran durante el proceso de preparación para la exportación, producción, distribución y comercialización, permiten acceder a conocimientos de costos en cada actividad obteniendo una ventaja competitiva, llegando así a conseguir clientes, competencia y certificaciones con un producto de calidad para la venta. Generando así misma economía mediante los países a nivel global.

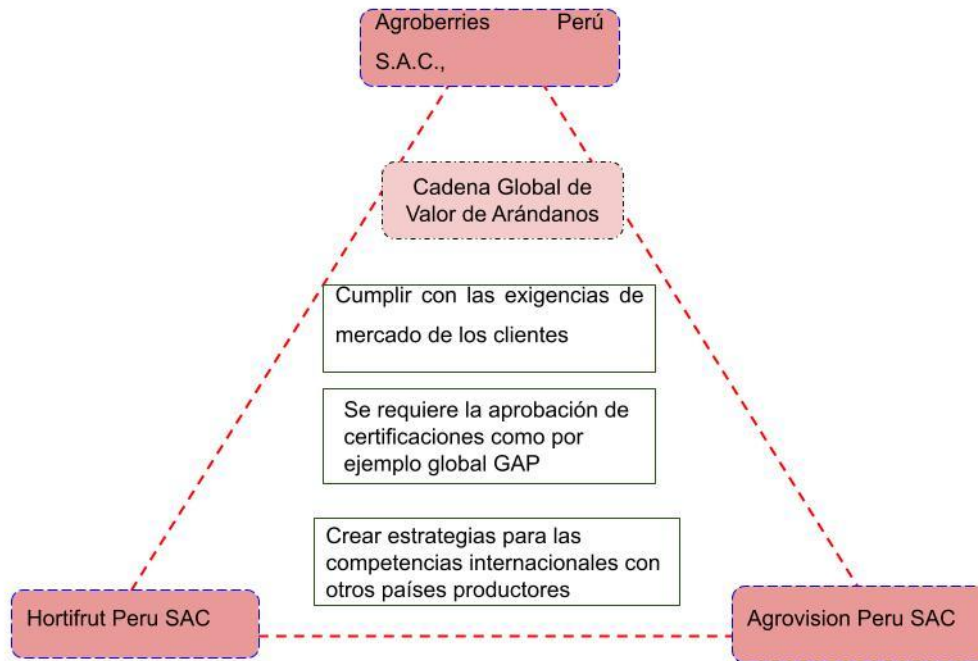


Figura 1: Elaboración de las autoras

Entrevista 1.

Producción: Cultivo, cosecha, hectárea

Los gerentes generales de cada empresa en las entrevistas expresaron, que el beneficio la producción de los arándanos está influenciada por factores como, edad del cultivo, variedad del cultivo y el estado de la plantación; como la humedad, temperatura, suelo; llegando a incrementar la producción de los arándanos en calidad para ampliar el mercado internacional. Así mismo Indicaron que los principales criterios de producción del arándano se deben cumplir un grado óptimo de madurez, debe ser inocua, para el consumo humano y uniforme, así como la cantidad de hectárea que es necesaria utilizar para la producción de arándanos, en el primer año de 10Th; segundo año 15Th y el tercer año 20Th.

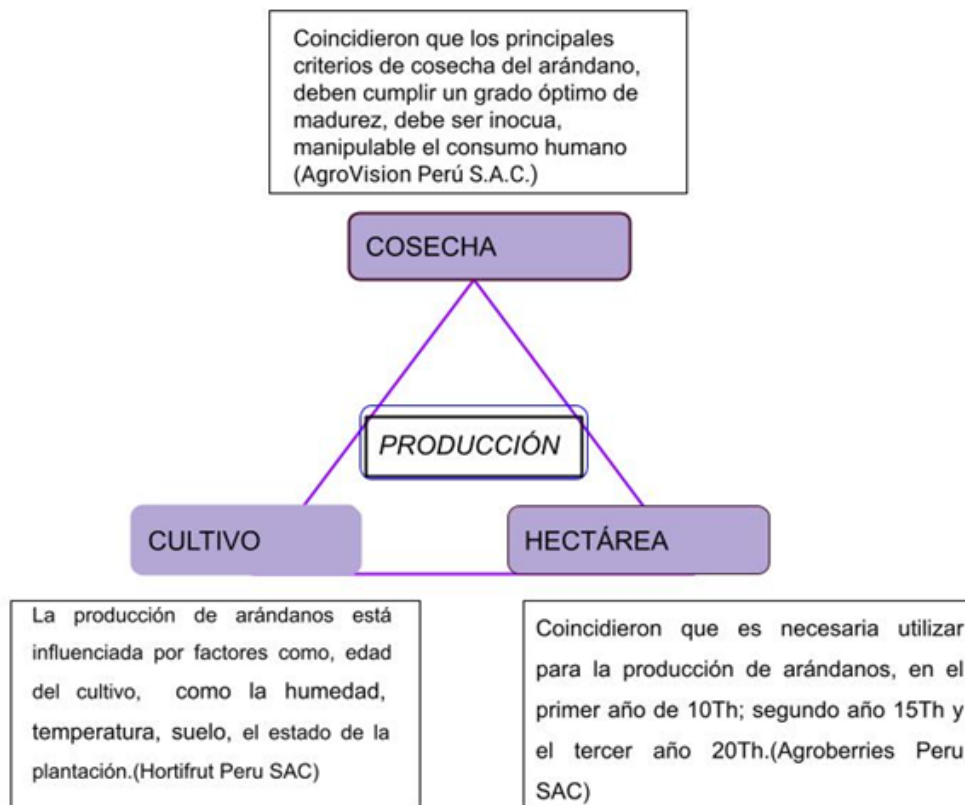


FIGURA 2. Elaboración hecha por las autoras.

Entrevista 2.

Proceso de preparación para la exportación: Empaque, tecnología, cámara de frío.

El desarrollo de la tecnología en las empresas para un adecuado proceso del arándano es esencial ya que se maneja una línea de calidad, con laboratorios y centros de monitoreo con personal profesional, buscando siempre la innovación. Indicaron que el desarrollo importante de la manipulación hacia el empaque para los arándanos se realiza de manera cuidadosa en la cual se tiene la menor manipulación posible para la conservación, almacenamiento adecuado. La cámara de frío es esencial en el proceso para mantener en óptimo estado los arándanos previos al embarque, impide la deshidratación y deterioro, para una exportación adecuada ya sea marítima o aérea. Las empresas indicaron que los envases a utilizar son los clamshell y el tipo de contenedor es de atmósfera controlada.

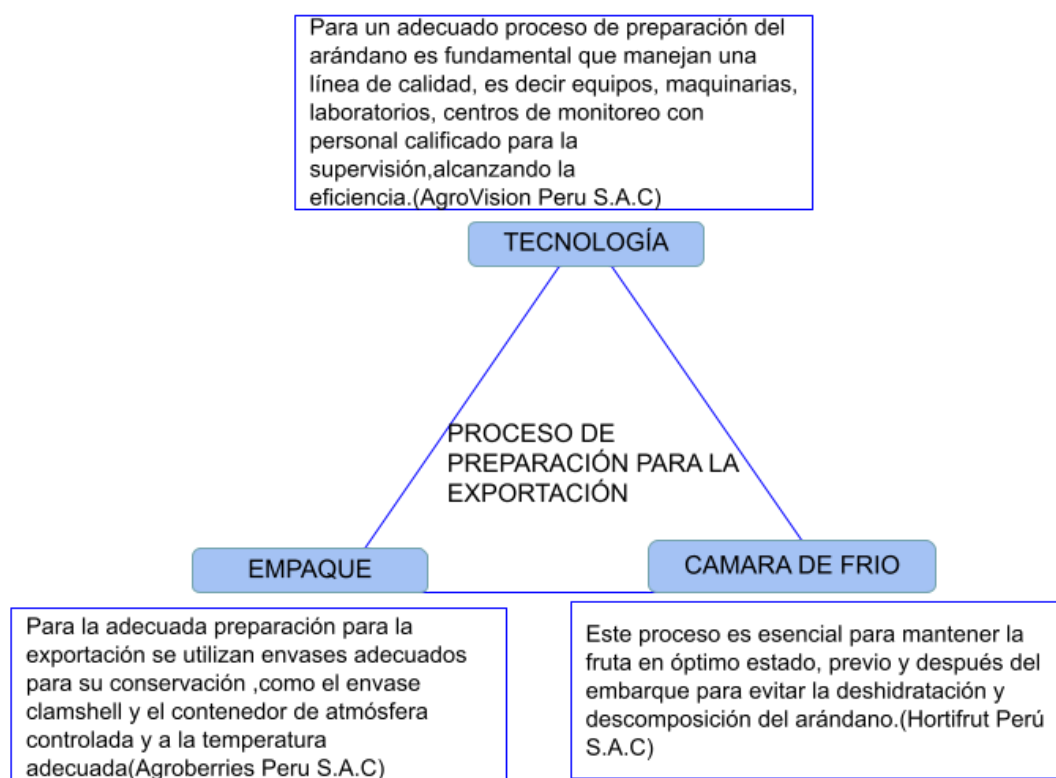


FIGURA 3: Elaboración hecha por las autoras

Entrevista 3

Comercialización y distribución: Precio, exportación, clientes

En cuanto a la comercialización y distribución los gerentes mencionaron que intervienen estrategias para identificar la variación de precios en la comercialización de arándanos esto depende de los canales de distribución como la oferta y demanda ya sea en temporadas, así como el monitoreo en el comportamiento del mercado. El precio se ha incrementado en la producción tras estas nuevas medidas de bioseguridad; Los factores determinantes para aplicar una deseable exportación es tener abastecimiento, certificados acuerdos al mercado destinado y cumplir con estrategias comerciales. Los entrevistados mencionaron asimismo que las estrategias de marketing para captar a los clientes son necesarias ya que intervienen las ferias Internacionales, visitas de planta, contacto directo con el cliente, mantener una adecuada relación con empresas internacionales.



FIGURA 4. Elaboración hecha por las autoras

DISCUSIÓN

En cuanto al planteamiento del objetivo general de la investigación que se realizó mediante una entrevista no estructurada a los gerentes de las empresas de Hortifrut Perú S.A.C, Agro Berries Peru S.A.C, Agrovision Peru S.A.C. Determinar la importancia de la CGV en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021. Del cual se encontraron de acuerdo con las entrevistas realizadas, se puede determinar que es muy importante las actividades integradas en el proceso de preparación para la exportación, producción y comercialización las cuales van a permitir acceder a conocimientos de costos en cada actividad obteniendo una ventaja competitiva, llegando así a adquirir clientes, competencia y certificaciones con un producto de calidad para la venta internacional, generando así misma economía mediante los países a nivel global. Con Luraschi (2021) menciona que la producción de arándanos a concordando así con Pérez (2018) brindó como resultado que los sectores agrícolas suelen adaptarse al desarrollo en las áreas de exportación para generar una CGV, ya que se implementa una negociación hacia nuevos canales, si se desarrollan estrategias de comercialización puede ingresar a mercados en la escala mundial. Relacionada vel mundial destaca llegando a obtener un campo al mercado externo, siendo exportada como fruta fresca, ya que el sector y el producto escogido es un claro ejemplo para desarrollar, incentivar e insertarse en las cadenas de valor en el país. A través de él se puede llegar a variados productos con una mayor especialización y por un mayor valor.

En relación con el objetivo específico planteado en esta investigación, es determinar el beneficio de la producción en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021. Siendo el resultado obtenido, de acuerdo con las entrevistas realizadas, se puede determinar que la producción de arándanos está influenciada por fases de exportación la cual beneficia e implica la edad del cultivo, variedad del cultivo, cantidad de hectáreas y el estado de la plantación; asimismo los principales criterios de producción del arándano se deben cumplir un grado óptimo de madurez, debe ser inocua y de calidad, efectuando una venta al mercado internacional. Concordando así con, González, et al. (2020) brindaron como resultado que se necesita del conocimiento de los comerciantes para aprender este cultivo desde cero, lo cual consiste en proporcionar apoyo técnico a los agricultores para la producción de frutos con el fin de garantizar su suministro, proporcionando frutos de excelencia y garantizar una exportación con las características de calidad y seguridad deseadas. Según la teoría relacionada, dicho por Gomez (2020) menciona que la producción se encarga netamente de los suministros de cualquier negocio, ya sea por insumos y/o productos-servicios terminados. Por insumos se debe entender que aplicar a la producción: la mano de obra, dinero, materia prima que se convierten en los productos/servicios finales para la comercialización en mercados internos y externos. De otra manera, Hernández concluye que los productores de arándanos al mantener una relación con las comercializadoras tienen acceso a asesorías técnicas las cuales van a permitir mejorar la producción y producto lo que ocasiona el ingreso al mercado internacional. Según la teoría relacionada con Cattaneo (2010) las CGV abarcan todas aquellas actividades para dirigir un bien o servicio desde su concepción a través de diferentes escalas de producción, materia prima y la entrada de diferentes productos acabados hasta ser entregado al consumidor final.

El segundo objetivo específico es determinar el desarrollo del proceso de preparación para la exportación en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021. De acuerdo con los resultados obtenidos mediante las entrevistas, se puede determinar que para un adecuado desarrollo del proceso para el arándano es esencial el manejo de una línea de calidad, con laboratorios que aseguren un producto final, centros de monitoreo con personal profesional. La cámara de frío es esencial en el proceso para mantener en óptimo estado los arándanos previos al embarque al ser exportados, así se impide la deshidratación y deterioro. Concordando así con, el Ministerio de Producción y Trabajo (2019) menciona que las tareas de empaque se realizan en forma manual para asegurar el perfecto estado de los frutos previo al proceso de enfriamiento que es esencial para el tratamiento de selección y empaquetado lo que ha generado el acceso de arándanos argentinos intervengan en nuevos mercados, mediante las actividades se consideran el fruto con una calidad de excelencia hacia los mercados internacionales actuales. Según la teoría relacionada dicho por Carro & Gonzáles (2012) definiendo el proceso es un grupo de eventualidades mediante las cuales una o muchos insumos pasan por la transformación, cambian de forma y poseen un valor agregado, obteniendo así un producto final para el consumidor demandado. De otro modo Project (2017) concluyó que siempre que se disponga de recursos financieros razonables que permitan el acceso a la tecnología y criterios de exportación para establecer valor al producto, esta cadena de valor puede convertirse en la más prometedora para el éxito internacional. Así como Parra (2013) menciona que es importante añadir un valor al producto al momento de la distribución para generar utilidad de tiempo y utilidad de lugar.

El tercer objetivo específico es determinar la intervención de la comercialización y distribución en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021. De acuerdo con los resultados obtenidos mediante las entrevistas, se puede determinar que las estrategias intervinientes para la comercialización de arándanos dependen de los canales de distribución. Los factores determinantes para aplicar una deseable exportación es tener abastecimiento, certificados de acuerdo con el mercado y cumplir con estrategias comerciales. Así mismo que las estrategias de marketing para captar a los clientes son necesarias ya que intervienen las ferias Internacionales, visitas de planta, contacto directo con el cliente, mantener acuerdos con empresas internacionales. Concordando así con Pérez (2018) el cual menciona que los sectores agrícolas en México suelen adaptarse al desarrollo en las áreas de exportación, ya que se genera una negociación hacia nuevos canales, si se desarrollan estrategias de comercialización puede ingresar a mercados más grandes en la escala mundial. De otro modo Almonacid (2018) concluyó que la importante labor del estado en gran parte de la cadena ha promovido un modelo de negocios integrado a contribuir y promover el consumo de arándanos en el mercado mundial, dentro de la excepcionalidad de la CGV de los arándanos. Según la teoría relacionada dicho por Coca (2012) identifican que la estrategia de distribución está adecuada para la comercialización de un bien o servicio que los consumidores compran con frecuencia, llegando a tomar acciones y/o procedimientos para insertarse en el sistema de distribución.

V. CONCLUSIONES

De acuerdo con los objetivos planteados se concluye:

1. se determinó la importancia de la cadena global de valor en las empresas exportadoras de arándanos, mediante las actividades como el proceso, la producción y comercialización, la cual permite obtener una serie de ventajas competitivas como: tecnología, mano de obra, innovación, etc. llegando a adquirir clientes en un mercado competitivo con un producto de calidad y así adquirir certificaciones para su respectiva venta.
2. el beneficio que genera la producción en las empresas exportadoras de arándanos dentro de la cgv, son actividades que juegan un rol importante, ya que implica una variedad de fases como: el cultivo, la cantidad de hectáreas, plantación, el grado óptimo de madurez etc; estas pequeñas fases conllevan a obtener mano de obra efectiva y materia prima, brindando un producto de calidad hacia el mercado interno y externo.
3. el desarrollo del proceso de preparación para la exportación en las empresas exportadoras de arándanos dentro de la cgv, se da en base a certificaciones, hechas por laboratorios que aseguren un producto final, monitoreo profesional, así mismo se debe mantener un óptimo estado del arándano y es esencial las cámaras de frío el cual va a impedir la deshidratación y deterioro del producto, para la exportación.
4. la intervención de la distribución y comercialización en las empresas exportadoras de arándanos dentro de la cgv, los factores determinantes para aplicar una exportación de excelencia es cumplir con estrategias comerciales para captar clientes potenciales y el cumplimiento de certificados de acuerdo al mercado, estrategias de marketing como el posicionamiento, fidelización y generar acuerdos con empresas internacionales.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda que las empresas peruanas exportadoras de arándano deben de gestionar de manera adecuada sus actividades de proceso de preparación para la exportación, producción y comercialización, ya que va a permitir obtener ventaja competitiva, llegando así a obtener clientes potenciales, además de implementar estrategias competitivas y certificaciones con un producto de calidad cumpliendo con las exigencias del cliente para la venta.

Se recomienda que Hortifrut SAC gestione una producción más efectiva de los arándanos tomando en cuenta la edad de cultivo, variedad de cultivo, el rendimiento de las hectáreas, la temperatura y el suelo, así mismo se deben cumplir un grado óptimo de madurez, debe ser inocua y de calidad, efectuando una venta al mercado internacional.

Se recomienda que Agroberries Peru SAC, siga buscando la calidad a través de la tecnología y mejorando los centros de monitoreo de manera que la conservación de la fruta tenga un adecuado almacenamiento con el menor de los riesgos. Cabe recalcar que los envases del arándano deben de contar con la supervisión y registro de la mercadería.

Se recomienda que Agrovision Peru SAC, logre insertarse en la cadena de valor mediante la calidad del producto así como medidas de seguridad y además de ello emplear estrategias de marketing donde es necesario captar con los clientes las ferias Internacionales, visitas de planta, contacto directo con el cliente, mantener acuerdos con empresas internacionales.

REFERENCIAS

- Baena Paz, G. (2017). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Patria.
- Barbat, T. (2006). LA PRODUCCIÓN DE ARÁNDANOS EN URUGUAY. *Ferías y Congresos*, 3.
- Barbagallo, J. C. (2005). *Comercialización I*. Paso de los Libres: Universidad Nacional del Nordeste .
- Basilidze, S., Khatisashvili, N., Abashidze, G., Kobalia, M., & Egiazarova, D. (2020). *Value Chain Analysis of Fruits (Apple, Pear, Plum), Vegetables (Tomato, Cucumber), Beekeeping, Non-Timber Forest Products*. Austria: ELKANA.
- Bernardo Zárate, C. E. (2019). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Universitaria Santa Anita: Coordinación Académica de la UAEG.
- BELTRÁN, A. H. (2020). *CADENA GLOBAL DE VALOR ENTRE MÉXICO Y CHINA: EL CASO DEL ARÁNDANO*. Chapingo, México: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO.
- Carro Paz Roberto, G. G. (2012). Productividad y Competitividad . *Universidad Nacional del Mar de Plata*, 18.
- Castillo, E., & Vásquez, M. L. (2003). El rigor metodológico en la investigación cualitativa. *Redalyc*, 5.
- Coca Carasila, M. (2012). EL CONCEPTO DE MARKETING: PASADO Y PRESENTE PERSPECTIVAS. *REDALYC*, 33.
- David Alan Neill, L. C. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica*. Machala - Ecuador: Editorial UTMACH.
- Escudero Sánchez Carlos, C. S. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Machala, Ecuador: Ediciones UTMACH.
- Gayane Mkrtychyan (TTL). (2017). International Finance Corporation . *WTO OMC*, 3.
- Gestión. (04 de Febrero de 2018). Perú desplaza a EE.UU. y Canadá en exportación mundial de arándanos. *Gestión Economía*, pág. 1.
- Gomez Gomez Ivan, B. A. (2020). Administración de Operaciones. En G. G. G., *Emprendimiento y Negocios* (pág. 192). Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador Guayaquil.
- Gómez, M. N. (2017). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN PRODUCCIÓN Y ASISTENCIA EN LA CADENA DE VALOR*. Lima: UNIVERSIDAD ESAN .
- González, S. A. (2020). The insertion of Mexico into the global value chain of berries. *Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAAM)* , 20.
- González Avila, M. (2002). Aspectos éticos de la investigación cualitativa. *Redalyc*, 21.

Henri, M. (2009). *Elementos de Administración*. Honduras: Universidad Nacional Autónoma de Honduras.

Hernández, F. y. (2020). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Ciudad Universitaria Santa Anita: Universidad San Martín de Porres.

Jaramillo Yáñez, E. R. (2016). *Análisis de Riesgo por Amenaza de inundación, deslizamientos y contaminación del río Caoní en Puerto Quito, provincia de Pichincha*. Quito, Ecuador: IAEN Biblioteca José Moncada.

Jaime Fabián Vera Chang, R. C. (2018). *Fundamentos de metodología de la investigación científica*. Guayaquil: Ediciones Grupo Compás 2018.

Jorge Javier Plaza Guzmán, P. A. (2017). VALIDEZ Y CONFIABILIDAD EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. *ARJÉ*, 6.

Kotler Philip, K. L. (2012). Dirección de Marketing. En K. L. Kotler Philip, Dirección de Marketing (pág. 810). México: PEARSON EDUCACIÓN.

Kotler, P. (2001). ANÁLISIS, PLANEACIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL. En P. Kotler, DIRECCIÓN DE MERCADOTECNIA (pág. 84). Lima: MAP29 - ESAN.

Luraschi, A. (2021). *"Cadenas de valor: Oportunidad de integración de los arándanos argentinos"*. Córdoba, Argentina: Universidad Siglo 21.

Ministerio de Producción y Trabajo. (2019). CADENA de ARANDANOS - RESUMEN. *Secretaría de Agroindustria*, 8.

Montes Álvarez, D. L. (2018). *TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN GERENCIA SOCIAL CON MENCIÓN EN GERENCIA DE PROGRAMAS Y PROYECTOS DE DESARROLLO*. Lima: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ.

Moscoso Loaiza, L. F. (2017). *Aspectos éticos en la investigación cualitativa con niños*. Bogotá, Colombia: Revista Latinoamericana de Bioética.

Ñaupas Paitan, H., Mejía Mejía, E., Novoa Rammírez, E., & Villagomez Paucar, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.

Olivier Cattaneo, G. G. (2010). *Global Value Chains in a Postcrisis World*. Washington, D.C: THE WORLD BANK.

Parra, M. E. (2013). IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS. *El buzón de Pacioli*, 36.

Párraguez, C. F. (2019). *METODOLOGÍA*. Ecuador: DISEÑO DEL MANUAL DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS EN LA EXPRESIÓN ORAL DE LOS NIÑOS DE EDUCACIÓN INICIAL.

Perez. (2018). "Value chain analysis in Colima in the current landscape of the agribusiness sector in México.". *Qartuppi*, 101.

- Plaza Guzmán Jorge Javier, U. A. (2017). VALIDEZ Y CONFIABILIDAD EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. *ARJE*, 6.
- Project, A. G. (2017). *Value Chain Selection Report*. Washington, D.C: WORLD BANK GROUP.
- Peña, A. Q. (2006). *Metodología de Investigación Científica Cualitativa*. Lima: UNMSM.
- Riella Alberto, T. M. (2013). LA PRODUCCIÓN DE ARÁNDANOS EN URUGUAY. *CADENAS GLOBALES Y TRABAJO RURAL*, 12.
- Riquelme Jorge, A. G. (2017). *Manual de manejo agronómico del arándano*. Santiago, Chile: Boletín INIA.
- Roman, D. M. (2017). *EL PROCESO PRODUCTIVO DE LA MADERA PARA LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA MADERERA D & M EN YURIMAGUAS, 2017*. Lima: UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA.
- Samaja Juan. (2018). LA TRIANGULACIÓN METODOLÓGICA (PASOS PARA UNA COMPRESIÓN DIALÉCTICA DE LA COMBINACIÓN DE MÉTODOS)*. *Revista Cubana de Salud Pública*, 13.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill Education.
- Sánchez Murillo, A. J. (2006). PETER DRUCKER, INNOVADOR MAESTRO DE LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 23.
- Santarcángelo, J., Schteingart, D., & Porta, F. (2017). *Cadenas Globales de Valor: una mirada crítica a una nueva forma de pensar el desarrollo*. La plata argentina: Redalyc.
- Schimanski, S. (2017). . Cadenas Globales De Valor (Cgv): Retos Para La Inserción De Los Países Del Mercosur. *9º Congreso Latinoamericano de Ciencia Política (ALACIP)* (pág. 15). Montevideo: la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política.
- Sievers, N. N. (2016). GUÍA GENERAL PARA EL DESARROLLO DE CADENAS DE VALOR, Cómo crear empleo y mejores condiciones de trabajo en sectores objetivos. *Organización Internacional del Trabajo*, 31.
- Sopho Basilidze, N. K. (2020). *Value Chain Analysis of Fruits (Apple, Pear, Plum), Vegetables (Tomato, Cucumber), Beekeeping, Non-Timber Forest Products*. Austria: ELKANA.
- Sosa Arencibia, M. (2016). "El papel de las cadenas globales de valor en la inserción externa. *Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO)*, 16.
- Yadira Peña, P. A. (2008). CADENAS DE VALOR: UN ENFOQUE PARA LAS AGROCADENAS. *Redalyc*, 77-85.
- Sousa Valmi D., M. D. (2007). REVISIÓN DE DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN RESALTANTES PARA ENFERMERÍA. PARTE 1: DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA. *Rev Latino-am Enfermagem*, 6.

- Varela Ruiz, M., & Vives Varela, T. (2016). Autenticidad y calidad en la investigación educativa cualitativa: multivocalidad. *Redalyc*, 191-198.
- Vera, L. S. (2018). *Formación continuada y varias voces del profesorado de educación infantil de Blumenau: Una propuesta desde dentro*. Barcelona, España: Universidad de Barcelona.
- ZÁRATE VILLAR, D. B. (2019). RESULTADOS DE LA SUPLEMENTACIÓN CON SULFATO FERROSO EN GESTANTES ATENDIDAS EN EL CENTRO DE SALUD SAN AGUSTÍN DE CAJAS, HUANCAYO . Huancavelica, Lima: UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA.
- Z, F. Almonacid. (2018). El sur de Chile como parte de cadenas globales de valor, 1985-2016: economía regional y producción de arándanos. *Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, 158.

ANEXO

ANEXO 01

Tabla 1

Matriz de categorización

| Categorías | Subcategoría | Criterio 1 | Criterio 2 | Criterio 3 |
|--|---|---|---------------------------------------|--|
| Cadena Global de Valor (Cattaneo, Gereffi & Staritz,(2010) | Producción (Gomez ,2020) | Cultivo (March, 2016, p.10) | Cosecha (Godoy, 2019, p. 12) | Hectárea (FAOSTAT, 2018) |
| | Proceso de preparacion(Carro & Gonzáles ,2012, p.1-2) | Tecnología (Finance Corporation, 2017) | Empaque (Anticona et al, 2016, p. 10) | Camara de frio (Franco, et al. 2016, p. 5) |
| | Distribución y Comercialización (Parra ,2013,p. 16) | Precio (Cámara de comercio de Lima, 2016) | Exportación (Gestión, 2018, p.5) | Clientes (Almonacid, 2018) |

Elaboración hecha por las autoras

Tabla 2

Matriz de consistencia

| Ámbito temático | Problema General | Objetivo general | Categoría | Subcategoría | Criterio 1 | Criterio 2 | Criterio 3 |
|--|--|--|---|--|---|---------------------------------------|--|
| cadena de valor logística cadena productiva canales de distribución | ¿Cuál es la importancia de la CGV en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021? | Determinar la importancia de la CGV en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021. Objetivos específicos: -Determinar el beneficio de la producción en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021; - | Cadena Global de Valor Sievers (2016) conceptualiza La cadena de valor como una serie de actividades que se necesita para comercializar un producto o servicio, [...] desde la producción, proceso y la entrega hasta los consumidores finales y su disposición de uso. [...] estas también pueden estar incluidas dentro de una sola empresa o entre distintas empresas, dentro de una ubicación geográfica o distribuidas en áreas geográficas más amplias (p.6). | Producción (Gomez, 2020) | Cultivo (March, 2016, p.10) | Cosecha (Godoy, 2019, p. 12) | Hectárea (FAOSTAT, 2018) |
| | Problemas específicos: ¿Cómo beneficia la producción en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021? ¿Cómo se desarrolla el proceso en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021? ¿Cómo intervienen la comercialización y distribución en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021? | Determinar el desarrollo del proceso en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021; - Determinar la intervención de la comercialización y distribución en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, periodo 2021 | | Proceso de preparación (Carro & Gonzáles, 2012, p.1-2) | Tecnología (Finance Corporation, 2017) | Empaque (Anticono et al, 2016, p. 10) | Camara de frio (Franco, et al. 2016, p. 5) |
| | | | | Distribución y Comercialización (Parra, 2013, p. 16) | Precio (Cámara de comercio de Lima, 2016) | Exportación (Gestión, 2018, p.5) | Clientes (Almonacid, 2018) |

Elaboración hecha por las autoras

Tabla 3

Orientación

| ORIENTACION HACIA | ENFOQUE | MEDIO | FIN |
|--------------------------|----------------------------|---------------------------------|--|
| V E N T A S | Productos | Fuerza de Ventas Y Promoción | Obtención de Utilidades por Mayor volumen De Ventas |
| COMERCIALIZACION | Necesidades del cliente | Comercialización integrada | Obtención de Utilidades por |

11

satisfacer al
Cliente

Tabla 4

Los cuatro estratos del medio ambiente de la comercialización



ANEXO 02 Instrumento:

Entrevista no estructurada

Estimado (a) Sr. (a) (ita), soy un estudiante de pregrado en la EP de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, que está realizando una investigación acerca de la “Cadena Global de Valor en las empresas exportadoras de arándanos en el Perú, Periodo 2021, y por ello me dirijo a Ud. para que me brinde información, dada su amplia experiencia en el cargo que se desarrolla, a través de las siguientes interrogantes:

I. DATOS GENERALES: Por favor marque con una X su respuesta:

- Sexo: Masculino () Femenino ()
- Edad: 20 a 34 () 35 a 49 () 50 a más ()
- Nivel de estudios: Grado académico: Magíster () Doctor () Licenciatura ()
- Tiempo de experiencia (en años): 1-10 () 11-20 () 21 a más ()
- ¿Estudias? SI () NO ()
- ¿Qué estás estudiando?.....

CARGO QUE OCUPA:

Dado el enunciado del contenido de la pregunta responda brevemente sobre la exportacion, comercializacion y distribucion

1. ¿Explique cuán importante es insertarse en la cadena global de valor de arándanos ?
.....
.....
.....
.....
.....

2. ¿En cuanto a la producción, explique cuáles son los factores que influyen en el cultivo de los arándanos?
.....
.....
.....
.....
.....

3. ¿En cuanto a la producción, explique cuáles son los principales criterios de calidad que enfoca la cosecha de los arándanos y que norma la rigen?
.....
.....
.....
.....
.....

4. ¿Determine cuál es el rendimiento del arándano por la cantidad de hectárea utilizada para la producción?

.....
.....
.....
.....
.....

5. ¿Comenta y describe si la empresa desarrolla algún tipo de tecnología para el adecuado proceso de arándanos y si es factible en la actividad desarrollada?

.....
.....
.....
.....
.....

6. ¿En cuanto al proceso, menciona la importancia de los criterios que se aplican en la manipulación del empaque de arándanos, teniendo en cuenta los cuidados necesarios para evitar la descomposición de ellos?

.....
.....
.....
.....
.....

7. ¿En cuanto al proceso, determine la importancia de la cámara de frío y si cumple con las expectativas de conservación de la fruta para la correcta exportación ?

.....
.....
.....
.....
.....

8. ¿En su empresa, mencione y explique qué tipo de contenedor utilizan y que envase es el adecuado para la distribución y comercialización de los arándanos?

.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....

9. ¿En cuanto a la comercialización y distribución, comente o mencione si existe alguna estrategia para identificar la variación del precio mediante el alza del dólar?

.....
.....
.....
.....
.....

10. ¿Explique si en la actualidad tras el covid-19 la comercialización y distribución del arándano afectó los precios de exportación y cómo influyó en la economía de su empresa, si fue creciente o decreciente?

.....
.....
.....
.....
.....

11. ¿Cuales son los factores determinantes que se aplican en la exportación de arándanos para su correcta comercialización y distribución?

.....
.....
.....
.....
.....

12. ¿Mencione la importancia de desarrollar estrategias en cuanto a la distribución y comercialización directamente con los clientes?

.....
.....
.....
.....
.....

13. ¿Qué estrategias de marketing aplican para la captación de sus clientes potenciales en su empresa?

.....
.....

.....
.....
.....

14. ¿Mencione cuales son las empresas con las que mantiene un acuerdo comercial y explique la estrategia que empleo ?

.....
.....
.....
.....

15. ¿Comente si la empresa desarrolla el valor agregado del arándano y si lo comercializa como producto final en el mercado internacional?

.....
.....
.....
.....

Agradezco su colaboración con esta investigación realizada con fines académicos y cuya información será manejada de manera completamente reservada

ANEXO 3

Instrumentos validados



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **PASACHE RAMOS, MAXIMO FIDEL**
- I.2. Especialidad del Validador: **ING. ECONOMISTA - Mg. EN DOCENCIA UNIVERSITARIA**
- I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTP – Universidad César Vallejo**
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Entrevista
- I.5. Autor del instrumento: **CARDENAS LEDESMA, BEATRIZ - PONCE SUAREZ, SOL LADY**

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%

Los Olivos, 03 de mayo del 2021.

.....

Firma de experto informante

DNI: 07903350

Teléfono: 985997741

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

CATEGORÍA 1: CADENA GLOBAL DE VALOR

| 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 | ✓ | | |



.....
Firma de experto informante

DNI: 07903350

Teléfono: 985997741

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **MARQUEZ CARO, FERNANDO LUIS**
 I.2. Especialidad del Validador: **DOCTOR SOCIOLOGO**
 I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTC – Universidad César Vallejo**
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Entrevista
 I.5. Autor del instrumento: **CARDENAS LEDESMA, BEATRIZ - PONCE SUAREZ, SOL LADY**

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente 0-20% | Regular 21-40% | Buena 41-60% | Muy buena 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 items 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 items 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% |
|------------|

Los Olivos, 03 de mayo del 2021.

.....
 Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964891990

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

CATEGORÍA 1: CADENA GLOBAL DE VALOR

| 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 | ✓ | | |

.....

Firma de experto informante

DNI: 08729589

Teléfono: 964891990

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: **MICHCA MAGUIÑA, MARY HELLEN MARIELA**
 I.2. Especialidad del Validador: **Dra. EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN**
 I.3. Cargo e Institución donde labora: **DTC – Universidad César Vallejo**
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: **Entrevista**
 I.5. Autor del instrumento: **CARDENAS LEDESMA, BEATRIZ - PONCE SUAREZ, SOL LADY**

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 items 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 items 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% |
|------------|

Los Olivos, 03 de mayo del 2021.



Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

CATEGORÍA 1: CADENA GLOBAL DE VALOR

| 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 | ✓ | | |



Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

