



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Competitividad de la cadena productiva y exportación de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, región Piura, 2020.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORES:

Juárez Espinoza, Francy Elit (orcid.org/0000-0001-6773-5851)

Varona Santos, Felicia del Rocío (orcid.org/0000-0002-7126-085X)

ASESORA:

Dra. Yllescas Rodríguez, Patricia Maribel (orcid.org/0000-0002-4244-8167)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y comercio internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA — PERÚ

2022

Dedicatoria

Principalmente a nuestro padre celestial por brindarnos vida y salud durante nuestra carrera profesional. A nuestros queridos padres por brindarnos su amor, confianza y apoyo incondicional para poder lograr uno de nuestros más anhelados sueños.

Autoras.

Agradecimiento

Agradecidas con los docentes de la universidad César Vallejo por brindarnos una formación académica de excelencia durante nuestra carrera universitaria. Especialmente con nuestra asesora la Dra. Patricia Maribel Yllescas Rodríguez, quien fue nuestra guía y apoyo en el transcurso del desarrollo de nuestra investigación.

De igual manera nuestro agradecimiento a las personas que fueron encuestadas y todas aquellas que fueron participes en nuestra investigación, por su amabilidad y predisposición.

Autoras.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
I. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables y operacionalización.....	12
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis	13
3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	15
3.5. Procedimientos.....	17
3.6. Método de análisis de datos	18
3.7. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIÓN	42
VI. CONCLUSIONES	47
VII. RECOMENDACIONES.....	48
REFERENCIAS	49
ANEXOS.....	55

Índice de tablas

Tabla 1 Distribución de la muestra de los actores de la cadena productiva de banano en las cooperativas del Centro Poblado Huangalá, Sullana - Piura.....	15
Tabla 2 Distribución de las 3 dimensiones de la variable competitividad de la cadena productiva de banano.....	16
Tabla 3 Distribución de las 3 dimensiones de la variable exportación de banano	17
Tabla 4 Resultados de la variable competitividad de la cadena productiva de banano.....	19
Tabla 5 Resultados de la variable exportación de banano	20
Tabla 6 Resultados de la dimensión oferta exportable de banano	21
Tabla 7. Resultados de la dimensión desempeño exportador de banano	22
Tabla 8. Resultados de la dimensión diversificación de mercados de banano	23
Tabla 9 Resultados de las tablas cruzadas de las variables competitividad de la cadena productiva y exportación de banano	24
Tabla 10 Resultados de las tablas cruzadas de la dimensión oferta exportable y la variable competitividad.....	25
Tabla 11 Resultados de las tablas cruzadas de la dimensión desempeño exportador de banano y la variable competitividad de la cadena productiva	26
Tabla 12 Resultados de las tablas cruzadas de la dimensión diversificación de mercados de banano y la variable competitividad de la cadena productiva	27
Tabla 13 Pruebas de normalidad de las variables competitividad y exportación .	28
Tabla 14 Resultados de la correlación entre las variables competitividad y exportación.....	29
Tabla 15 Correlación entre Competitividad de la cadena productiva y Oferta exportable de banano.....	30
Tabla 16 Oferta exportable de banano orgánico del Centro Poblado Huangalá. .	30
Tabla 17 Exportaciones de las cooperativas bananeras del centro poblado Huangalá, 2020.	32
Tabla 18 Correlación entre Competitividad de la cadena productiva y Desempeño exportador de banano orgánico	34
Tabla 19 Desempeño exportador de banano orgánico del Centro Poblado Huangalá	34
Tabla 20 Evolución de las exportaciones de las cooperativas bananeras de Huangalá, Sullana – Piura, 2017 - 2020	37
Tabla 21 Correlación entre Competitividad de la cadena productiva y Diversificación de mercados de banano orgánico.....	39
Tabla 22 Diversificación de mercados de banano orgánico del Centro Poblado	

Huangalá	39
Tabla 23 Destino de las exportaciones de las cooperativas bananeras de Huangalá, Sullana – Piura, 2020	40
Tabla 24. Estadísticas de fiabilidad de la variable Competitividad	
Tabla 25. Estadísticas de fiabilidad del total del cuestionario Competitividad	
Tabla 26. Estadísticas de fiabilidad de la variable exportación	
Tabla 27. Estadísticas de fiabilidad del total del cuestionario exportación de banano	

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 Resultados de la variable competitividad	19
Figura 2 Resultados de la variable exportación	20
Figura 3 Resultados de la dimensión oferta exportable.....	21
Figura 4. Resultados de la dimensión desempeño exportador	22
Figura 5. Resultados de la dimensión diversificación de mercados	23
Figura 6 Resultados del cruce de las variables competitividad y exportación	24
Figura 7 Resultados del cruce de la dimensión oferta exportable y la variable competitividad	25
Figura 8 Resultados del cruce de la dimensión desempeño exportador y la variable competitividad.....	26
Figura 9 Resultados del cruce de la dimensión diversificación de mercados y la variable competitividad.....	27
Gráfico 1 Exportaciones de las cooperativas bananeras del centro poblado Huangalá, Sullana – Piura, 2020	33
Gráfico 2 Evolución de las exportaciones de las cooperativas bananeras de Huangalá, Sullana – Piura, 2020	38
Gráfico 3 Destino de las exportaciones de las cooperativas bananeras de Huangalá, Sullana, Piura, 2020	41

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la competitividad de la cadena productiva y exportación de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020. El tipo de investigación fue básica, con diseño no experimental, transeccional, de nivel correlacional y enfoque cuantitativo. La población estuvo establecida por 48 actores de la cadena productiva del banano en el Centro Poblado Huangalá, igual cantidad que la muestra. También se empleó como técnica a la encuesta e instrumento al cuestionario compuesto por dos variables, la primera variable compuesta por 22 preguntas y la segunda variable conformada por 12 preguntas que fue validado por los juiciosos expertos, teniendo en cuenta la escala de tipo Likert ordinal. Para obtener los resultados se utilizó el programa estadístico SPSS 26, alcanzando medir la confiabilidad de las preguntas a través del alfa de Cronbach, concluyendo que la competitividad de la cadena productiva se relaciona de modo significativo con la exportación de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020.

Palabras clave: Competitividad, exportación, cadena productiva, banano.

Abstract

The objective of this research was to determine the relationship between the competitiveness of the production chain and export of organic bananas (Cavendish Valery) from the Huangala Populated Center, Piura Region, 2020. The type of research was basic, with a non-experimental, transactional, correlational level and quantitative approach. The population was established of 48 actors of the banana production chain in the Huangala Populated Center, the same number as the sample. Also used as a technique and an instrument, the questionnaire was made up of two variables, the first variable made up of 22 questions and the second variable made up of 12 questions, which was validated by the judicious experts, taking into account the ordinal Likert-type scale. To obtain the results, the SPSS 26 statistical program was used, measuring the reliability of the questions through Cronbach's alpha, concluding that the competitiveness of the productive chain is significantly related to the export of organic bananas (Cavendish Valery) from the Huangala Population Center, Piura Region, 2020.

Keywords: Competitiveness, export, competitive chain, bananas.

I. INTRODUCCIÓN

El banano ocupa el quinto lugar entre los productos agrícolas más importantes del comercio mundial seguido de los granos, el azúcar, el café y el cacao. En los últimos años, están aumentando las nuevas tendencias en la industria de banano orgánico del país, lo cual significa que el mayor porcentaje de la población está optando por productos naturales (Puja et al., 2020). De acuerdo, García y Pizarro (2020) existen 135 países que producen banano en el mundo, entre los principales India, China, Filipinas, Colombia, Indonesia y Ecuador.

Según, BananoTecnica (2021) indica un elevado aumento en la demanda de banano en América Latina en los países de Ecuador, seguido de Costa Rica y Colombia, estos tres de los cinco mayores exportadores ejecutaron medidas sanitarias para las enfermedades de sus sembríos durante el inicio de la pandemia y así, lograron minimizar los riesgos de demanda para abastecer banano en el mercado internacional.

El Perú a partir de los últimos tiempos se viene convirtiendo en el líder en exportación de banano orgánico a nivel internacional manufacturando alrededor de más de US\$125 millones. Actualmente, desafía a los mayores líderes de banano, siendo Ecuador su mayor rival. Además, su ventaja competitiva es que el producto es orgánico, debido a que cuenta con las mejores condiciones geográficas y climáticas y es producido por cooperativas de pequeños productores (Perú21, 2020).

MINCETUR (2020) menciona que en Piura desde enero hasta junio del año 2020 hubo una variación negativa de un 4% en las exportaciones de banano orgánico, a consecuencia del COVID-19. Además, Perú21 (2020) menciona que los productores piuranos buscan ser más competitivos, es por ello que con el tiempo vienen implementando cadenas de valor viables para mejorar la calidad sanitaria, mejorar el acceso de agua, contar con logística propia y asegurando certificaciones orgánicas para el producto.

Según, Clúster de banano (2020) señala, que el valle del Chira agrupa más del 80% de las exportaciones nacionales, ubicando por el lado derecho a las zonas urbanas de Querecotillo y Salitral y en el lado izquierdo a Huangalá y San Vicente. Además, Redagricola (2021) indica, que 16 de las cooperativas que tienen entre 2 a 3 clientes sufrieron una disminución de pedidos por parte de las multinacionales

Chiquita Brands y Dolé desestimando un promedio de 49 contenedores semanales entre ellas: la Cooperativa Agraria Bananeros Orgánicos Huangalá y la Cooperativa Agraria Pueblo Nuevo Huangalá optaron por la diversificación de mercados menos exigentes.

SUNAT (2020) señala a cuatro cooperativas activas en el Centro Poblado Huangalá con capacidad exportable, pese que en tiempos de COVID-19 se tuvo que establecer aforo limitado por la falta de capital humano y no todas las cooperativas cuentan con cadenas productivas concatenadas y certificaciones de calidad. Además, actualmente se vienen implementando novedosos equipos y procesos, pero estos quedan limitados debido a los modernos avances que surgen en la actualidad. Por lo que las cooperativas se encuentran con la obligación de añadir nuevas técnicas en sus métodos y procesos. Esta problemática desfavorece la competitividad de la cadena productiva y la capacidad exportable en su totalidad, por lo que surge la necesidad de medir el nivel de correlación entre ambas variables.

Así que, se planteó responder a la siguiente interrogante general: ¿Cuál es la relación entre la competitividad de la cadena productiva y exportación de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, región Piura, 2020? Asimismo, como problemas específicos se estableció: ¿Qué relación existe entre la competitividad de la cadena productiva y la oferta exportable de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020?; ¿Qué relación existe entre la competitividad de la cadena productiva y el desempeño exportador de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020?; y ¿Qué relación existe entre la competitividad de la cadena productiva y la diversificación de mercados de las exportaciones de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020?.

Por otro lado, esta investigación se justificó en lo teórico de acuerdo a Martínez (2018) porque pretende aclarar las definiciones señaladas y establecer los indicadores influyentes en base a conocimientos existentes. Según, (Maldonado, 2018) en lo práctico porque permite actualizar los conocimientos e incrementar la información de las variables de estudio, dando hincapié para las futuras investigaciones y entender la relación de la competitividad de la cadena productiva y exportaciones para tomar acciones y plantear estrategias en cada uno

de los indicadores. Con respecto, al ámbito social, se justificó porque contribuye a resolver un problema que afecta a un grupo de personas (Ñaupas et al., 2018). Como son los pequeños bananeros, quienes buscan ventajas e incrementar el rendimiento en sus ventas. Desde el plano metodológico, la investigación aplicó teorías relacionadas a la competitividad de acuerdo a Chirinos et al (2020) y la exportación para lo cual se utilizaron dos cuestionarios de elaboración propia para conocer la correlación entre las dos variables en estudio.

El objetivo general fue determinar la relación entre la competitividad de la cadena productiva y exportación de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020. Asimismo, los objetivos específicos que fueron determinar la relación existente entre la competitividad de la cadena productiva y la oferta exportable de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020; determinar la relación existente entre la competitividad de la cadena productiva y el desempeño exportador de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020; y determinar la relación existente entre la competitividad de la cadena productiva y la diversificación de mercados de exportación de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020.

Por consiguiente, se tomó como hipótesis general: La competitividad de la cadena productiva se relaciona de modo significativo con la exportación de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020. De tal forma, las hipótesis específicas formuladas fueron: La competitividad de la cadena productiva se relaciona significativamente con la oferta exportable de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020; la competitividad de la cadena productiva se relaciona significativamente con el desempeño exportador de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020; y la competitividad de la cadena productiva se relaciona significativamente con la diversificación de mercados de las exportaciones de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura 2020.

I. MARCO TEÓRICO

Con respecto a los antecedentes internacionales Setiawan y Mulyaningsih (2022), en su artículo “Competitividad de los productos básicos de cultivos alimentarios en los países en desarrollo: una revisión semisistemática de la literatura” tuvieron como propósito evaluar la competitividad de los principales productos agrícolas en varios países en desarrollo, siendo estos la principal fuente de exportaciones a nivel internacional. Aplicaron como técnica de análisis una revisión semisistemática de la literatura. Los hallazgos indican que los productos básicos de cultivos alimentarios en las naciones pobres tienen un bajo nivel de competitividad. Asimismo, en los países subdesarrollados existen factores que pueden tener un impacto en la competitividad de los productos agrícolas como son la disponibilidad de recursos vegetales, tecnología, demanda externa e interna, y precios internos de productos básicos y de exportación. Por lo tanto, contar con mano de obra calificada, tecnología, demanda interna y externa permitirá ser más competitivos y pioneros para lograr expandirse a más mercados internacionales.

Según, Thipphavong et al. (2022) en su artículo “El potencial exportador de laos agroalimentario al mercado de la UE” plantearon como objetivo comprender el potencial de exportación de los productos agroalimentarios laosianos, los impedimentos a la exportación y la composición del acceso al mercado de la UE. Para medir el potencial de exportación de Laos a los mercados europeos, esta investigación aplica dos índices: Ventaja Comparativa Revelada Normalizada (NRCA) y el Índice de Potencial de Exportación (EPI). Se obtuvo como resultado que el mercado europeo es considerado el cuarto socio comercial de Laos en términos de flujos comerciales agrícolas. Asimismo, resalta que los requisitos de la UE se han convertido en un obstáculo para el mercado, junto con la limitada capacidad de las empresas para producir productos de alta calidad. Por lo que se requiere que las empresas tengan mayor conocimiento de los requisitos con los que se debe contar para facilitar las exportaciones en el sector agroalimentario a mercados exigentes, los cuales les favorecerá en su nivel de capacidad exportable y considerando un aporte al PIB del Perú.

Así mismo, Álava et al. (2021) en su artículo “Estudio socioeconómico de los productores de banano orgánico, Cantón Milagro, Ecuador” tuvieron como objetivo identificar los factores socioeconómicos y tecnológicos que potencian y limitan la

situación actual de los pequeños productores de banano orgánico del cantón Milagro, provincia del Guayas-Ecuador. La metodología utilizada es descriptiva incluye un estudio de campo que se propuso recolectar, describir, registrar, analizar e interpretar información acerca de la situación actual de los productores. Se aplicó como técnica a la encuesta y como instrumento el cuestionario. La población estuvo conformada por 50 productores de banano orgánico que forman parte de la Asociación ASOMUNE (Asociación Producción Agrícola “Mundo Nuevo”). Como resultado se obtuvo que los pequeños agricultores, han optado por asociarse con el objetivo de disminuir gastos en la adquisición de insumos y tecnología. Por lo tanto, formar parte de una asociación, permite que las empresas reciban capacitaciones para mejorar la fase productiva e incrementar sus ingresos.

Según, Gómez (2020) en su investigación “Marketing internacional de empresas exportadoras de banano y plátano ecuatorianas en el mercado extranjero año 2020” tuvo como objetivo diseñar estrategias destinadas a las empresas ecuatorianas que exportan banano y plátano en el mercado internacional. La metodología empleada fue de carácter descriptivo-cuantitativo, con una población de 231 empresas exportadoras de banano y plátano. El instrumento empleado es el cuestionario. Obteniendo como resultados que la satisfacción del cliente y el abastecimiento frente al mercado internacional presentan una gran influencia en la exportación del producto, al igual que el etiquetado, el logotipo, precios y canales de distribución. Concluyendo que a pesar de que el país presenta una mayor exportación de dicha fruta, no existen investigaciones que señalen y potencien la internacionalización. Por lo tanto, contar con un departamento de marketing es muy importante para llamar la atención de futuros clientes y así poder aumentar el volumen de ventas, generando mayores ingresos para la empresa.

A nivel nacional, Cárdenas (2021) en su trabajo de investigación “La competitividad empresarial y el desempeño exportador de las empresas peruanas de frutas en el periodo 2020” tuvo como objetivo analizar la influencia de la competitividad en el desempeño exportador de las empresas peruanas de frutas en el periodo 2020. Se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, con un diseño descriptivo- correlacional, cuya población se conformó por 10 empresas exportadoras de frutas, como técnica la encuesta y de instrumento un cuestionario. Dichos resultados determinan que existe una relación moderada positivamente alta.

Por lo tanto, permite a las cooperativas tener en cuenta la importancia de contar con recursos empresariales y buen desempeño exportador, ya que permiten a la empresa tener un mejor rendimiento productivo y eficaz garantizando su permanencia en el mercado.

Según, Rodríguez y Wagner (2020) en su artículo “Aspectos culturales que inciden en el trabajo asociativo de las cadenas productivas agropecuarias en el Valle del Mantaro del Perú” tuvieron como objetivo determinar los factores culturales que influyen en el trabajo asociativo de las cadenas agroexportadoras en el Valle del Mantaro, Junín, Perú. La metodología es de tipo aplicada y descriptiva, con una población de 383 productores agropecuarios de cuatro provincias del Mantaro Valle, Junín, Perú. Obteniendo como resultados que la planificación productiva y la confianza son elementos que intervienen directamente en la asociación. Además, para lograr la sostenibilidad de las cadenas productivas y apoyar con la productividad de los pequeños productores, es necesario que tengan asistencia técnica, capacitaciones, talleres, etc. Sin embargo, esta labor asociativa se ha escaseado debido a la falta de actitud, compañerismo y responsabilidad de los participantes de la cadena. Por lo tanto, para ampliar la competitividad y la sostenibilidad de la cadena productiva es necesario que exista coordinación y compromiso entre los agentes económicos.

Del mismo modo, Vargas (2018) en su trabajo de investigación “Factores que determinan la exportación del banano orgánico. una revisión sistemática de la literatura científica en los últimos 10 años.” tuvo como objetivo analizar los factores de las exportaciones peruanas del banano orgánico a principales países de destino en los últimos 10 años. Aplicó una metodología de tipo descriptiva. Como resultado se obtuvo que existen diversos factores que influyen en la exportación de banano como su cultivo, cuidado y comercialización. A su vez, hace referencia que la cadena logística es esencial para las exportaciones y que su buen funcionamiento permite lograr una mejor comercialización. Concluyendo, que para poder ingresar al mercado internacional es fundamental contar con certificación, bajo la calificación del producto orgánico. Por lo tanto, para realizar una exportación adecuada se debe contar con ciertos requisitos necesarios, ya que les permite aumentar su capacidad exportable, generar mayores ingresos y con ello ser más competitivos en el mercado.

Corahua y Mendoza (2018) en su investigación “Propuesta del diseño del proceso logístico para mejorar la productividad del sector agrícola, palta Hass, en la irrigación cabeza de toro del departamento Ica, Perú” tuvieron como objetivo diseñar un proceso logístico en la Cooperativa Agraria de Servicios Agro-Inka C.P.P. Ltda. La metodología usada es analítica con diseño experimental y de enfoque cuantitativo. Donde se busca incrementar la productividad a través de una mejora en su gestión, planteando una técnica de gestión por procesos para poder trabajar recíprocos. Además, se recomienda cumplir con todos los expedientes técnicos para realizar el seguimiento a las mejoras obtenidas llegando así a la estandarización de sus actividades y la interacción de sus procesos. Por lo tanto, es importante contar con un plan de proceso logístico aprovechando las mejores condiciones laborales, una mejor negociación con los socios de la cooperativa y todo agente que integre la cadena productiva con el fin de aumentar la competitividad.

A nivel local, Arrasco y Torres (2021) en su investigación “El comercio justo en los niveles socioeconómicos de los productores de la cooperativa agraria pueblo nuevo Huangala-Piura, 2018, tuvieron como objetivo determinar la influencia del comercio Justo en el nivel socioeconómico de los productores de la cooperativa Agraria Pueblo Nuevo Huangala distrito de Sullana-Piura, 2018. La metodología fue de tipo aplicada, con un enfoque cuantitativo y diseño descriptivo no experimental. La población estuvo comprendida por 230 productores de la cooperativa agraria Pueblo Nuevo Huangala, Sullana – Piura. Utilizando como técnica a la encuesta y la revisión documentaria. Se pudo concluir que el impacto del Comercio Justo generó grandes avances en materia de desarrollo social y económico en un inicio, pero que, debido a la falta de perseverancia por seguir buscando nuevos clientes, estos ahora solo dependen de un solo comprador (Dolé), lo cual no les permite seguir progresando en un futuro no muy lejano. Por lo tanto, es importante contar con certificaciones para la diversificación de mercados y con más de un cliente para la obtención de mejores resultados.

De tal forma, Saldarriaga (2020) en su trabajo de investigación “El desempeño de las exportaciones del plátano peruano en la región Piura desde el 2015 hasta el primer trimestre del 2020”: una revisión de la literatura científica” investigó sobre los factores que determinan el desempeño de las exportaciones del

banano peruano en la región Piura desde el 2015 hasta el primer trimestre del 2020. Es una revisión sistemática de artículos de literatura científica, donde menciona que el Perú cuenta con una temperatura moderada y cálida que favorece a los sembríos de banano y existe un mejor poder de negociación debido a la creación de sociedades de pequeños agrónomos. Finalmente, concluyó que la capacidad de producción y los estándares de calidad determinan el desempeño de exportación de banano. Por lo tanto, las cooperativas se encuentran en una región con ventajas competitivas para la producción del banano; no obstante, indicando que existe un potencial exportador en la región.

Según, Chamba (2020) en su investigación “Propuesta de exportación de banano orgánico para la empresa Agrotallán a Corea del Sur, Sullana, Piura, 2019” planteó como objetivo elaborar una propuesta de exportación de banano orgánico para la empresa Agrotallán a corea del Sur. Utiliza la metodología descriptiva y diseño de no experimental, con una población de cuatro personas que intervienen en el proceso de exportación de banano orgánico en la empresa Agrotallán y un especialista en el área de comercio internacional de la empresa Dole Fresh Frut Company, igual cantidad que la muestra. Como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta, la entrevista y la observación, y como instrumento se utilizó un formato de cuestionario, una guía de entrevista y el análisis de los costos de caja. Se pudo concluir que la empresa Agrotallán puede diversificar sus exportaciones de banano orgánico a Corea del Sur. Por lo tanto, las empresas se ven motivadas a seguir exportando a países más desarrollados y con mayores oportunidades, ya que les permitirá obtener más ventajas competitivas frente a la competencia.

Por otro lado, Olivia (2019) en su artículo “Asociatividad y competitividad en banano orgánico (*Musa cavendish*) en el Valle del Chira” tuvo como objetivo principal evaluar la competitividad del banano orgánico de los pequeños productores asociados legalmente, para determinar los beneficios económicos y sociales generados en el Valle del Chira. Planteó un análisis de tipo inductivo – deductivo y para el análisis de la cadena productiva, se utilizó el modelo de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter. Además, menciona que la conversión de asociaciones de los productores bananeros es esencial porque les permitirá disponer de precios beneficiosos y les facilita las contrataciones con el cliente internacional. También, que para el ingreso al comercio del banano orgánico se

debe cumplir con varios requisitos de calidad, leyes y desempeño exportador. Por lo tanto, pertenecer a una asociación es muy importante ya que trae beneficios como obtener mejores tecnologías y apoyo técnico que les conlleva a ser competitivos en el mercado internacional.

Dentro de las bases teóricas, con el fin de definir la primera variable, Chirinos et al. (2020) indica que la competitividad es una combinación de la modernización, la tecnificación del proceso productivo y valor agregado para competir en el mercado con bajos costos y precios.

Además, para ampliar el conocimiento de bases teóricas y contribuir con la definición de la primera variable se tomó en cuenta el concepto de cadena productiva como complemento para el objetivo de estudio, según Lawrence & Zuo-Jun (2019) la señalan como una red esquemática que ilustra las relaciones entre sus elementos, desde los proveedores, producción, transformación hasta el consumidor son llamados como eslabones.

Se tiene como dimensión 1: la productividad, la cual Chirinos et al. (2020) menciona que la productividad hace referencia a la eficacia y la eficiencia de las funciones que realizan los integrantes de las compañías. Igualmente, Farmery et al. (2021) señala que las redes productivas son un enfoque clave dentro del sistema alimentario y un núcleo fundamental de observación y participación de normas. Esta teoría ayuda a definir el concepto de productividad como la eficiencia y eficacia de los integrantes de una cadena productiva. Además, que es la base fundamental para el proceso productivo.

Además, World Bank (2017) señala que la productividad permitirá asegurar el rendimiento de la producción agraria en el Perú de la mano con el potencial de los agricultores y de los agentes de la cadena de valor para lograr el acceso a materia prima y asesoría técnica.

Se tiene como dimensión 2: Innovación tecnológica, donde Chirinos et al. (2020) señala que las compañías tienen que adecuarse a las diferentes novedades con ayuda de la innovación tecnológica, la cual depende de la relación de las recientes tecnologías disponibles y la enseñanza empresarial, con experiencia e ingenio para crear o mejorar un producto o proceso. Esta teoría contribuyó a tener en claro que la innovación tecnológica cumple un rol importante dentro de una empresa es por ello que las cooperativas deben adaptarse rápidamente a los

nuevos cambios cuando de ser competitiva se trata.

Para Hoang, et al. (2017) la visión rumbo al comercio sobrelleva a generar métodos en los que participan no solo las compañías, sino también el país donde para incrementar la productividad y competitividad se debe tener en cuenta la implementación de valor agregado, el uso intensivo de tecnología y capitalización de los productos orientados al mercado.

Se tiene como dimensión 3: Infraestructura, la cual Nguyen y Khoa (2020) afirman que la infraestructura es un grupo de factores importantes para aumentar la productividad y competitividad, además, las compañías deben atender a la financiación en estructura, dispositivos y materiales; innovando las herramientas y aplicando nuevas técnicas. La evolución de estructura debe ir acompañado de la tecnología, Enjolras et al. (2020) indica que se ha mostrado un mayor dominio y relación entre la tecnología y las tareas importantes como elementos fundamentales de la rivalidad de la compañía.

Además, Schwarz et. al (2016) señala que es fundamental disponer de infraestructura adecuada para mejorar la rivalidad de las cadenas productivas, puesto que a medida que aumenta el rendimiento productivo los recursos son insuficientes. Esta teoría ayudó a la investigación a demostrar la relación entre la infraestructura y la tecnología como factores primordiales para aumentar la competitividad de una cadena productiva por ende las cooperativas deben tener en cuenta y desempeñar ambos factores para mejorar su productividad.

Para una mejor contextualización concorde al objetivo de la investigación Farinha et al. (2018) definen que la “competitividad exportadora” de una determinada nación es vista como el potencial y posicionamiento que se tiene dentro del mercado, también denominada como la posibilidad de desarrollar el volumen de ingresos en el comercio internacional donde se distribuyen sus bienes y servicios.

En cuanto a las definiciones de la segunda variable exportación, Daniels (2018) menciona que la “exportación es la salida de productos o servicios elaborados por parte de las compañías que cuentan con una filial en un país a consumidores de otro país” (p.365).

Por otro lado, Manrique et al. (2021) menciona al banano orgánico como uno de principales productos a nivel internacional, porque posee excelentes

propiedades nutricionales. Además, menciona que este producto es un elemento importante para generar la economía de la región Piura, ya que desarrolla oportunidades de trabajo debido a la cadena productiva que requiere dentro de su proceso de cosecha, post cosecha y exportación.

Se consideró como dimensión 1: Oferta exportable, la cual Daniels (2018) manifiesta que una empresa cuenta con oferta exportable cuando presenta un alto volumen y mejora de calidad en sus productos, aumentando su participación y ganancias en el mercado. Esta teoría considera que mientras las cooperativas dispongan de un alto volumen exportable serán consideradas competitivas y lograrán aumentar tanto sus recursos económicos como su participación en el mercado.

También, Andrei et al. (2020) indican lo necesario que es aumentar la oferta exportable contando con un buen funcionamiento de las relaciones entre los agentes económicos de la cadena productiva.

Se consideró como dimensión 2: Desempeño exportador, donde Daniels (2018) menciona que el desempeño exportador es de gran importancia, ya que mejora la capacidad para alcanzar las oportunidades de expansión en diversos mercados. Esta teoría contribuyó dando a conocer la importancia del rendimiento exportador de las cooperativas para abarcar más oportunidades comerciales y expandir las ventas de banano orgánico con la responsabilidad y el compromiso de todos los participantes de sus cadenas productivas.

Se consideró como dimensión 3: Diversificación de mercados, por lo que Daniels (2018), hace referencia a que la diversificación de mercados, es servir a clientes de distintos mercados lo que permite disminuir la vulnerabilidad de la empresa al perder compradores locales y protege la capacidad para negociar con los proveedores. Esta teoría ayudó a conocer que la diversificación de mercados es esencial para disminuir riesgos como la cancelación de pedidos sin anticipación.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Este análisis fue de tipo básica porque se basó exclusivamente en los hallazgos de estudios de carácter básico, puros o fundamentales, orientados a encontrar solución a una determinada problemática social que afecta a una comunidad, zona o país (Ñaupas et al., 2018).

Además, presentó un diseño no experimental, porque las variables no han sido manejadas deliberadamente para observar el efecto que afecta sobre otras variables, simplemente se miden los fenómenos tal y como surgen en su entorno básico para posteriormente estudiarlos (Hernández et al., 2017).

A su vez, la investigación fue transeccional, según Arias (2021) el estudio se efectuó con medición condicional o incondicional de una muestra específica en un momento específico.

De igual manera, la investigación fue de nivel correlacional, dado que la finalidad del estudio es entender la correlación o grado de relatividad que existe entre una exclusiva cantidad de conceptos, variables, circunstancias o situaciones en un entorno determinado (Hernández y Mendoza, 2018).

Finalmente, presentó un enfoque cuantitativo, puesto que recolecta y analiza datos numéricos sobre una serie de variables, para luego abstraer y difundir resultados extraídos de una muestra que expliquen un determinado suceso (Hernández et al., 2017).

3.2. Variables y operacionalización

Variable 01: Competitividad

Definición Conceptual: Chirinos et al. (2020) indica que la competitividad es una combinación de la modernización, la tecnificación del proceso productivo y valor agregado para competir en el mercado con bajos costos y precios.

Definición Operacional: La competitividad es una variable de gran amplitud, con enfoque cuantitativo la cual va ser operacionalizada y medida en base a tres dimensiones con sus respectivos indicadores. Se utilizará la escala de Likert para medir los ítems: (5) Completamente de acuerdo; (4) De acuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo; (2) En desacuerdo; (1) Completamente en desacuerdo.

Como dimensión 1 de la primera variable se tiene a: Productividad y como a indicadores: Nivel de producción por unidad productiva, nivel de oferta exportable,

nivel de merma o descarte, nivel total de producción.

Como dimensión 2 se tiene a: innovación tecnológica y sus indicadores: innovaciones introducidas en la producción, innovaciones introducidas en el proceso, innovaciones introducidas en el marketing, innovaciones introducidas en lo organizacional.

Como dimensión 3 se tiene a: infraestructura y sus indicadores: disponibilidad de maquinaria, equipos, bienes para la producción; disponibilidad de maquinaria, equipos, bienes en la postproducción y disponibilidad de maquinaria, equipos, bienes en la comercialización.

Variable 2: Exportación

Definición conceptual: (Daniels, 2018, p.365) menciona que la "exportación es la salida de bienes o servicios elaborados en una organización que cuenta con filial en un país consumidos por individuos de otro país".

Definición Operacional: La variable exportación es una variable de gran amplitud, con enfoque cuantitativo la cual va ser operacionalizada y medida en base a tres dimensiones con sus respectivos indicadores. Se utilizará la escala de Likert para medir los ítems: (5) Completamente de acuerdo; (4) De acuerdo; (3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo; (2) En desacuerdo; (1) Completamente en desacuerdo.

Como dimensión 1 de la segunda variable se tiene a: oferta exportable y a su indicador: capacidad exportable

Como dimensión 2 se tiene a: exportador y a sus indicadores: satisfacción con el desempeño exportador y percepción sobre el comportamiento exportador.

Como dimensión 3 se tiene a: diversificación de mercados y su indicador: capacidad para incrementar diversificación en los mercados.

3.3. Población, muestra y unidad de análisis

Población

Según, Niño (2019) la población es un total de unidades y de elementos como ciudadanos, animales, artículos, eventos, fenómenos, entre otros que pueden constituir el ámbito de un estudio o investigación.

Por ello, para determinar la correlación entre la competitividad de la cadena productiva y la exportación de banano orgánico del Centro Poblado Huangalá, se consideraron a 48 actores de cuatro cooperativas activas de este centro Poblado como son: Cooperativa Agraria de Artistas-Uboic, Cooperativa Agraria de

Baneros Orgánica Huayquiquira, Cooperativa Agraria Pueblo Nuevo de Huangalá y Cooperativa Agraria de Baneros Orgánica Huangalá, las mismas que fueron seleccionados por conveniencia y consultadas en el Primer directorio nacional virtual de Cooperativas de Piura, donde se pudo observar solamente a las cooperativas del Centro Poblado Huangalá desde su inicio de operaciones y su estado operativo. Luego en la página SUNAT, se corroboró dicha información, así que se dio pase a la opción de operatividad aduanera con la partida del producto (Cavendish Valery) para descargar la información como: periodo, tipo de aduana, el país y el formato en Excel para la depuración de las principales cooperativas exportadoras en el año 2020 demostrando así la cantidad de 4 cooperativas.

Finalmente, se consideraron a los actores más involucrados y comprometidos directamente en las actividades y que conocen más a la organización, también en base a la cooperativa que más tratamiento requiere se seleccionó cuatro participantes de la cadena entre socios, personal administrativo, servicios por terceros y servicios logísticos y de comercialización de los cuales sólo 3 personas se encontraron en actividad a consecuencia de la pandemia tomándose en base a esa consideración todas las cooperativas para encontrar la correlatividad entre las variables sin alteración de resultados.

Como criterio de inclusión: Los actores activos que participen de la cadena productiva como socios, personal administrativo, servicios por terceros de las organizaciones y servicios logístico y de comercialización.

Como criterio de exclusión: Los actores de la cadena productiva en situación de inactividad, cese o en proceso de aceptación y socios que no cuenten con el código de asociado.

Muestra

La muestra seleccionada para el estudio está determinada por la misma cantidad de la población la cual está constituida por los 48 actores de la cadena productiva de las cooperativas en mención.

Para Pérez (2010) señala que la muestra censal consigue datos sobre ciertas cualidades de todos y cada uno de los integrantes que integran la población (p. 138). Por lo cual, se detalla a continuación:

Tabla 1 Distribución de la muestra de los actores de la cadena productiva de banano en las cooperativas del Centro Poblado Huangalá, Sullana - Piura

Actor cadena productiva / Organización	Cooperativa Agraria de Usuarios – Uboic	Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos Huayquiquira	Cooperativa Agraria Pueblo Nuevo de Huangalá	Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos Huangalá	TOTAL
Socio Personal administrativo	3	3	3	3	12
Servicios por terceros	3	3	3	3	12
Servicios logísticos y de comercialización	3	3	3	3	12
TOTAL	12	12	12	12	48

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Unidad de análisis

Constituido por los agentes económicos de la cadena productiva de la exportación de banano del centro poblado de Huangalá, Sullana, Piura.

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

Técnica

La técnica efectuada para medir las dos variables es la encuesta, por lo que, Martínez (2018) precisa que proporciona la recolección de datos que brindan los sujetos de una población, o más frecuentemente de una muestra de la misma, para descubrir las ideas, experiencias, criterios, intereses, juicios, actitudes, entre otros caracteres, a través del uso cuestionarios.

Instrumento

El instrumento utilizado fue el cuestionario, que acorde a Martínez (2018) es una fuente común de investigación para registrar información sobre un tema en cuestión. Por ende, la información del presente estudio fue reunida mediante dos cuestionarios de escala Likert; constituido por 22 ítems para la primera variable; competitividad y por 12 ítems para la segunda variable; exportaciones. Del mismo modo, se corroboró, la confiabilidad del instrumento a través de la prueba estadística Alfa de Cronbach.

El cuestionario que se utilizó para esta indagación, se constituye por 3

dimensiones, que pertenecen a la variable 1: competitividad destacando entre ellas: productividad, innovación tecnológica e infraestructura. La versión definitiva del cuestionario se mide mediante la utilización de la escala de Likert, de acuerdo a los 22 ítems y a la puntuación mínima “1” (Totalmente desacuerdo) y máxima “5” (Totalmente de acuerdo), cuyas categorías de la variable 1 van desde los niveles “baja” [22 – 51], “media” [52 – 81] y “alta” [82 – 110]. Especificando en la tabla las categorías en base a las 3 dimensiones calculadas de acuerdo a sus ítems y puntuación mínima y máxima respectivamente:

Tabla 2 *Distribución de las 3 dimensiones de la variable competitividad de la cadena productiva de banano*

Dimensiones	Ítems	Niveles	Categoría
Productividad	01 - 08	Baja	08 – 18
		media	19 – 29
		alta	30 - 40
Innovación tecnológica	09 – 16	Baja	08 – 18
		media	19 – 29
		alta	30 – 40
Infraestructura	17 - 22	Baja	06 - 13
		media	14 – 21
		alta	22 - 30

Nota. Fuente: Elaboración propia.

El cuestionario empleado para esta investigación, se constituye por 3 dimensiones, que pertenecen a la variable 2: exportación destacando entre ellas: oferta exportable, desempeño con el exportador y diversificación de mercados. La versión definitiva del cuestionario se mide mediante la utilización de la escala de Likert, de acuerdo a los 12 ítems y a la puntuación mínima “1” (Totalmente desacuerdo) y máxima “5” (Totalmente de acuerdo), cuyas categorías de la variable 2 van desde los niveles “baja” [12 – 27], “media” [28 – 43] y “alta” [44 – 60]. Especificando en la tabla las categorías en base a las 3 dimensiones calculadas de acuerdo a sus ítems y puntuación mínima y máxima respectivamente:

Tabla 3 *Distribución de las 3 dimensiones de la variable exportación de banano*

Dimensiones	Ítems	Niveles	Categorías
Oferta exportable	01 - 04	Baja media alta	03 – 06 07 – 10 11 – 15
Desempeño exportador	05 – 08	Baja media alta	03 - 06 07 – 10 11 – 15
Diversificación de mercados	09 - 12	Baja Media Alta	6 - 13 14 – 21 22 - 30

Nota. Fuente: Elaboración propia

3.5. Procedimientos

Para este estudio, se recopiló información tanto de artículos científicos, estudios locales, nacionales como internacionales. Se encontró información de libros de autores como Chirinos y Daniels para mayor relevancia a la definición de cada variable y sus dimensiones correspondientes, posteriormente se seleccionó la población, muestra y unidad de análisis para el estudio.

Luego, para la aplicación del cuestionario se coordinó primero con los encargados de las cuatro cooperativas para exponer los procedimientos que se deseaban realizar. Una vez obtenido su consentimiento, se realizó la recolección de información mediante la aplicación de 28 formularios virtuales diseñados y alojados en la red para fácil acceso y en los demás casos que no pudieron acceder a los cuestionarios virtuales, se aplicaron 20 formatos físicos desarrollando en su totalidad la población de 48 actores intervinientes en las cadenas productivas. Elaborados de acuerdo los criterios de la escala de Likert con valores del 1 al 5, (1) es Totalmente en desacuerdo, (2) En desacuerdo, (3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo, (4) De acuerdo, (5) Totalmente de acuerdo; para llegar a recopilar mejores

resultados y elaborar un mejor análisis de la investigación.

Finalmente, para un mejor desempeño y veracidad de la información se contó con la presencia de tres docentes de la universidad César Vallejo altamente capacitados para evaluar el desenvolvimiento de la defensa con argumentos sólidos.

3.6. Método de análisis de datos

Los datos alcanzados por medio de la encuesta fueron procesados por el programa de Microsoft Excel, para posteriormente exportar los datos al programa SPSS versión 26.0 y proceder a emplear los mecanismos estadísticos de correlación para realizar las tablas de frecuencia según las preguntas teniendo en cuenta las dimensiones con sus respectivos indicadores de cada variable.

Finalmente, las tablas de frecuencia se manifestaron acorde a los objetivos de la investigación para elaborar una competente interpretación. Del mismo modo, el análisis correlacional se realizó mediante el uso del coeficiente de Rho de Spearman, representados en tablas de frecuencia y figuras con su respectiva consideración y lectura.

3.7. Aspectos éticos

La investigación fue realizada teniendo en cuenta el código nacional de integridad científica, ya que respeta los aspectos éticos, iniciando por el título de la indagación, el cual es absolutamente inédito, acompañado del contenido del presente estudio. De igual forma, la información brindada por diversos libros, tesis, artículos de revisión de literatura, entre otros han sido citados según las normas APA séptima edición, colocándose en las referencias bibliográficas conforme su orden alfabético correspondientemente, garantizando el rigor científico, veracidad de la información, respaldo teórico y aplicación práctica.

Por otro lado, se mantuvo un alto nivel de confidencialidad con las unidades de análisis en total anonimato las respuestas de los actores de la cadena productiva por medio del cuestionario o cualquier información obtenida por las autoras para el estudio; con el fin de no perturbar las relaciones comerciales y de confianza existente entre los actores.

Además, dicha investigación es considerada como la continuación del artículo de revisión de literatura "competitividad de la cadena productiva y las agroexportaciones" dejando conciso las razones de un posible autoplagio.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo e inferencial

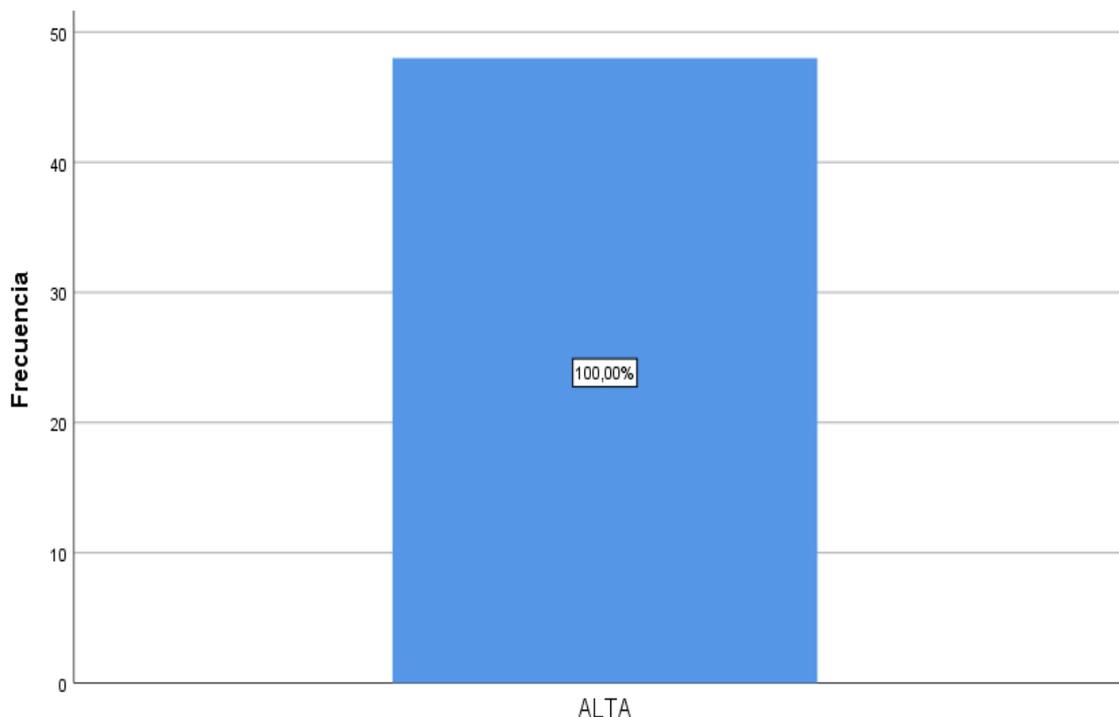
4.1.1. Análisis descriptivo Univariado

Tabla 4 Resultados de la variable competitividad de la cadena productiva de banano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTA	48	100,0	100,0	100,0

Nota: Los resultados de la frecuencia de la variable competitividad. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Figura 1 Resultados de la variable competitividad de la cadena productiva



Nota: La figura muestra los resultados de frecuencia de la variable competitividad. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

La tabla 4 y figura 1, muestran que los agentes de la cadena productiva del banano del centro poblado de Huangalá perciben que tienen un nivel de competitividad alta en un 100%.

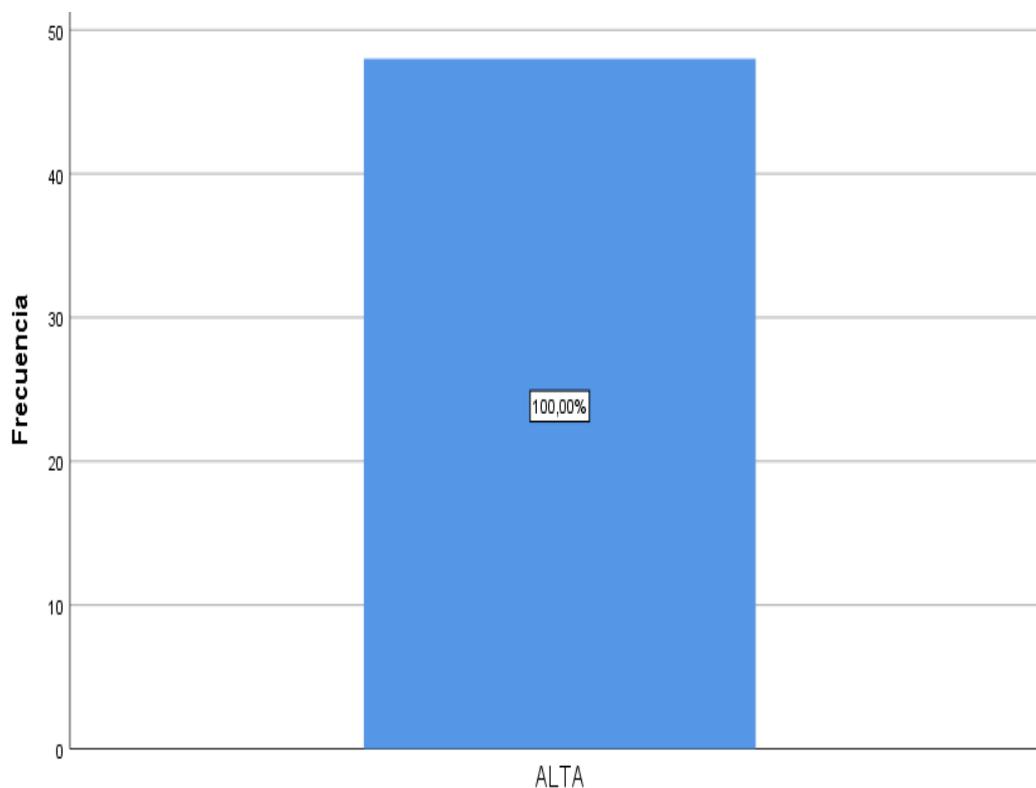
Relación que existe entre la competitividad y exportación de banano orgánico (Cavendish Valery) del centro poblado Huangalá, Región Piura, 2020.

Tabla 5 Resultados de la variable exportación de banano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTA	48	100,0	100,0	100,0

Nota: Los resultados de la frecuencia de la variable exportación. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Figura 2 Resultados de la variable exportación de banano



Nota: La figura muestra los resultados de frecuencia de la variable exportación. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

De acuerdo a la tabla y figura anterior, la variable 2 es percibida con un nivel alto por los agentes de la cadena productiva del banano en un 100%.

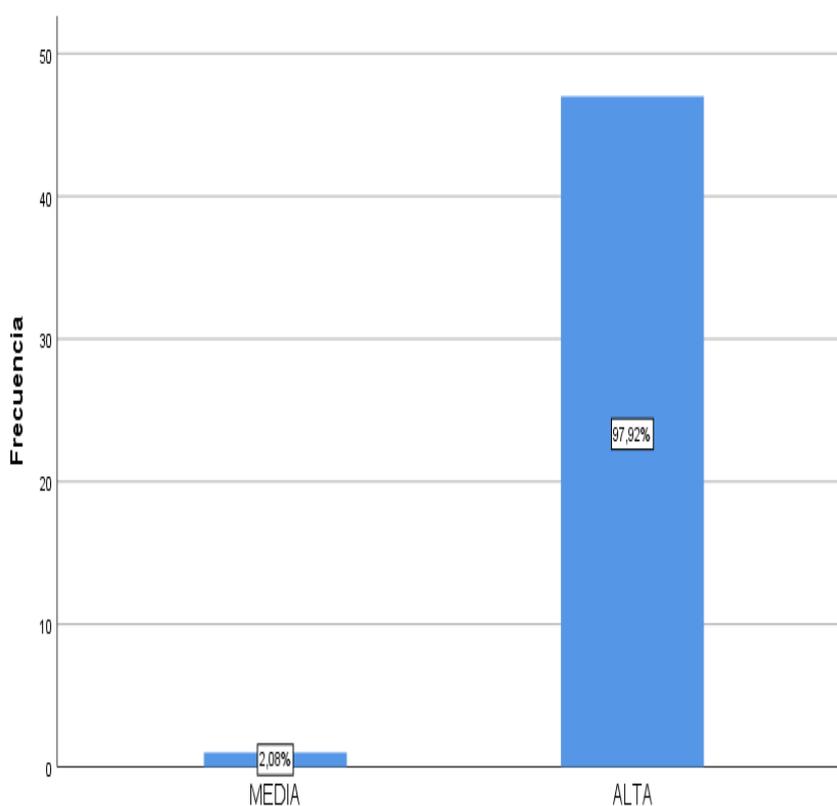
Relación que existe entre la competitividad y la dimensión oferta exportable de banano orgánico (Cavendish Valery) del centro poblado Huangalá, Región Piura, 2020.

Tabla 6 Resultados de la dimensión oferta exportable de banano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTA	48	100,0	100,0	100,0

Nota: Los resultados de la frecuencia de la dimensión oferta exportable. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Figura 3 Resultados de la dimensión oferta exportable de banano



Nota: La figura muestra los resultados de frecuencia de la dimensión oferta exportable. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Según la tabla 6 y figura 3, visualizamos el nivel de la oferta exportable de las organizaciones bananeras del centro poblado de Huangalá, son percibidas con un nivel medio por el 2.08% de los agentes de la cadena productiva y un 97.92% con un nivel alto por los mismos.

Relación que existe entre la competitividad y la dimensión desempeño exportador de banano orgánico (Cavendish Valery) del centro poblado Huangalá, Región Piura, 2020.

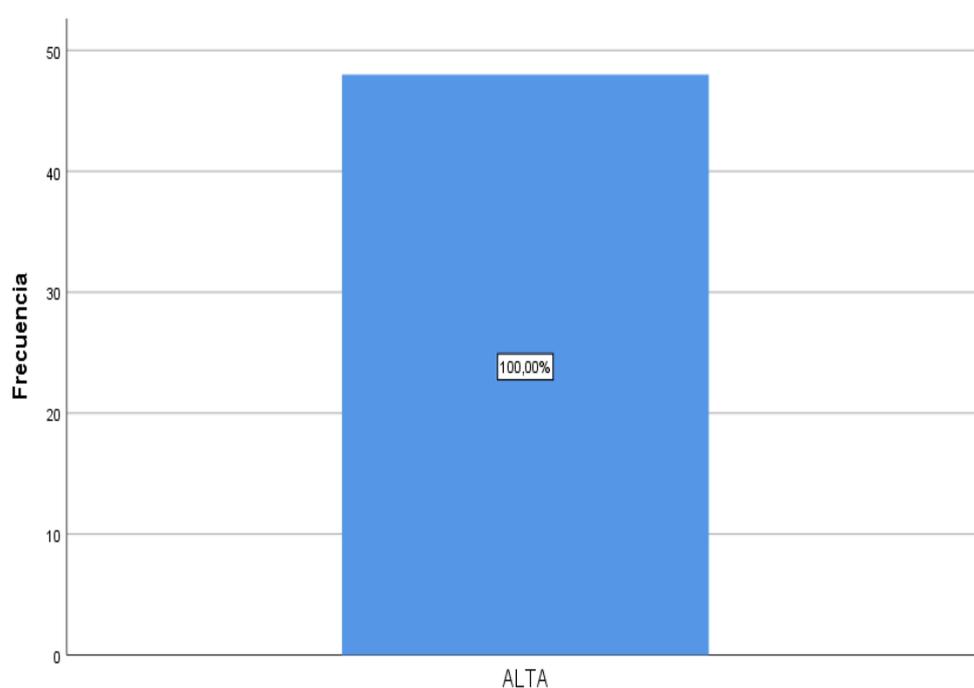
Tabla 7. Resultados de la dimensión desempeño exportador de banano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTA	48	100,0	100,0	100,0

Nota: Los resultados de la frecuencia de la dimensión desempeño exportador.

Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Figura 4. Resultados de la dimensión desempeño exportador de banano



Nota: La figura muestra los resultados de frecuencia de la dimensión desempeño exportador. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

La tabla 7 y figura 4, refleja que los agentes de la cadena productiva perciben como alto el nivel del desempeño exportador de las organizaciones productoras de banano del centro poblado de Huangalá en un 100%, por ende, perciben que existen exportaciones continuas y buena reputación tanto nacional como internacional de estas.

Relación que existe entre la competitividad y la dimensión diversificación de mercados de banano orgánico (Cavendish Valery) del centro poblado Huangalá, Región Piura, 2020.

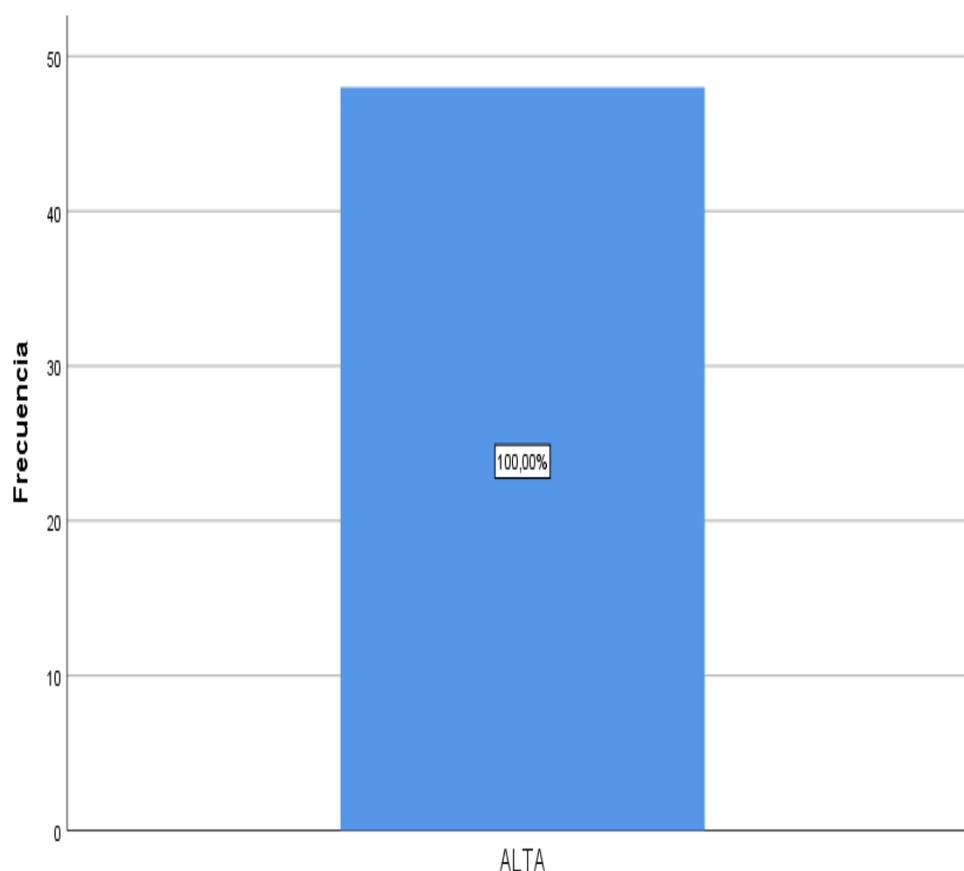
Tabla 8. Resultados de la dimensión diversificación de mercados de banano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTA	48	100,0	100,0	100,0

Nota: Los resultados de la frecuencia de la dimensión diversificación de mercados.

Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Figura 5. Resultados de la dimensión diversificación de mercados de banano



Nota: La figura muestra los resultados de frecuencia de la dimensión desempeño exportador. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Los agentes de la cadena productiva perciben en un 100% que existe un alto nivel de diversificación de mercados en las organizaciones bananeras del centro poblado de Huangalá, como se muestra en la tabla 8 y se reafirma en la figura 5.

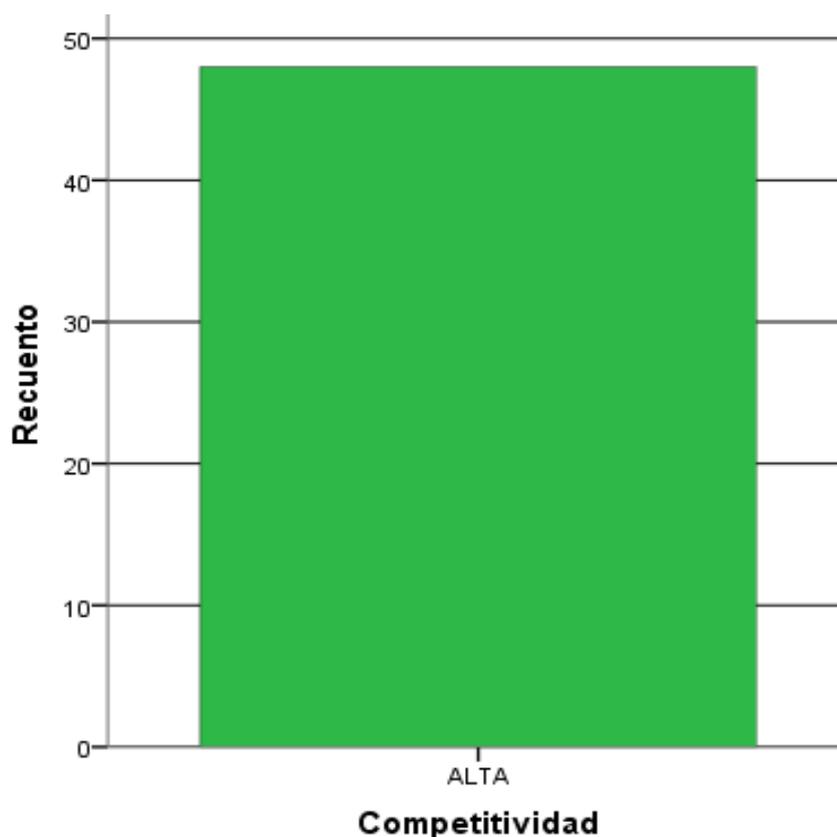
4.1.2. Análisis descriptivo bivariado

Tabla 9 Resultados de las tablas cruzadas de las variables competitividad de la cadena productiva y exportación de banano

		Exportación		Total
		ALTA		
Competitividad	ALTA	Recuento	48	48
		% del total	100,0%	100,0%
Total		Recuento	48	48
		% del total	100,0%	100,0%

Nota. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Figura 6 Resultados del cruce de las variables competitividad de la cadena productiva y exportación de banano



Nota: La figura muestra los resultados de las variables competitividad y exportación.

Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Se especificó en la tabla 9 y figura 6 de forma colectiva en que un 100% (48)

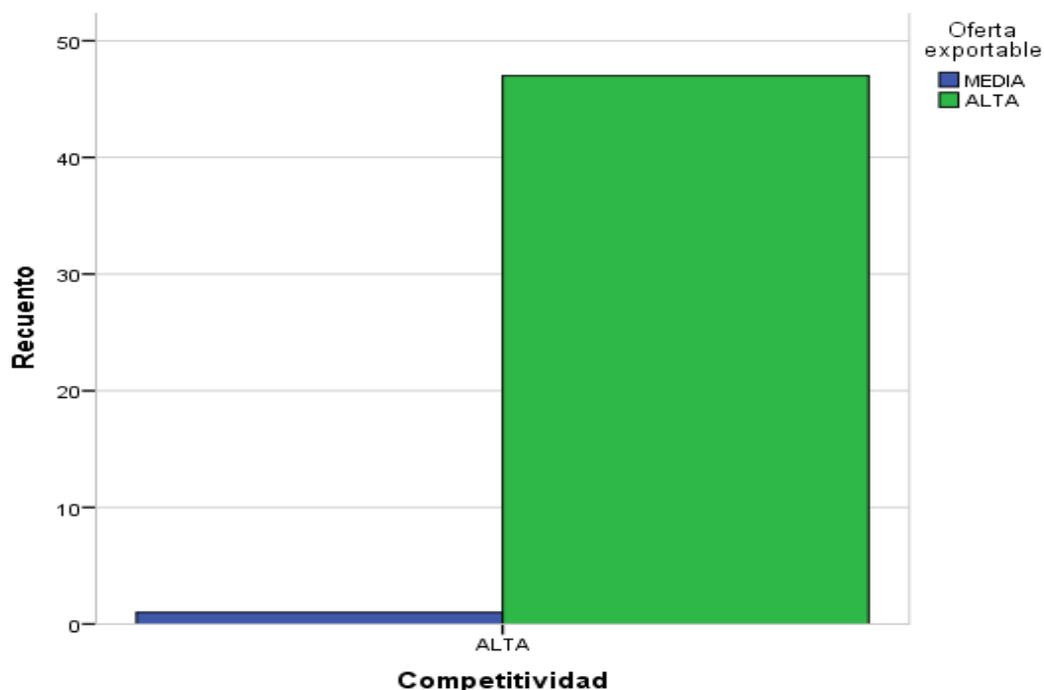
señala poseer un nivel alto, entonces a partir de lo obtenido se puede decir que, si existe una relación entre la competitividad y exportación, es decir, a una mayor competitividad, mejor serán los resultados de exportación de banano orgánico (Cavendish Valery).

Tabla 10 Resultados de las tablas cruzadas de la dimensión oferta exportable y la variable competitividad

		Oferta exportable		Total	
		MEDIA	ALTA		
Competitividad	ALTA	Recuento	1	47	48
		% del total	2,1%	97,9%	100,0%
Total		Recuento	1	47	48
		% del total	2,1%	97,9%	100,0%

Nota. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Figura 7 Resultados del cruce de la dimensión oferta exportable de banano y la variable competitividad de la cadena productiva



Nota: La figura muestra los resultados de dimensión oferta exportable y la variable competitividad. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Se especificó en la tabla 10 y figura 7 de forma agrupada que un 2,1% (1)

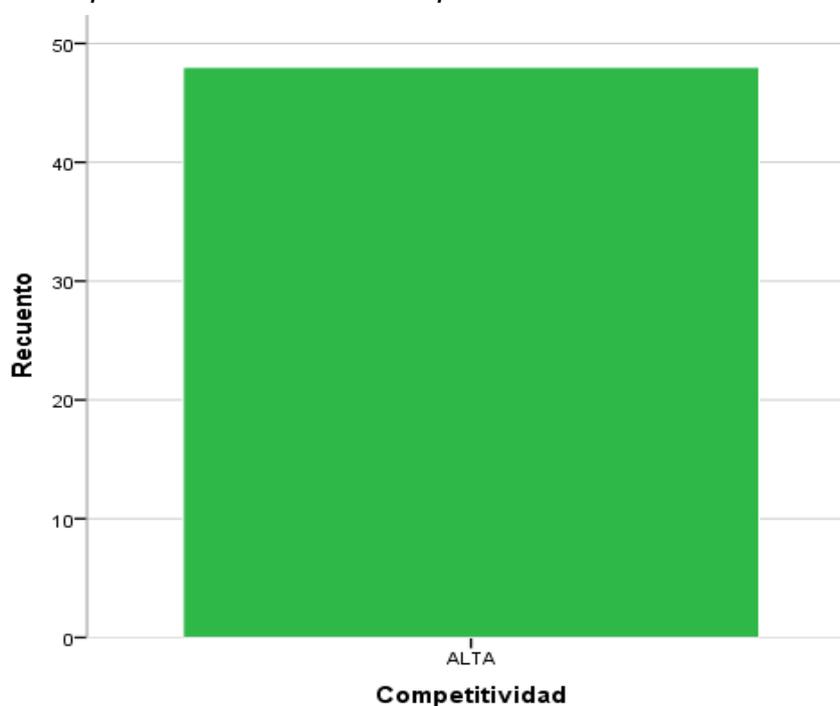
señala percibir un nivel medio, un 97,9% (47) señala percibir un nivel alto entre oferta exportable y competitividad. De acuerdo a lo obtenido se puede decir que, si existe una relación entre la oferta exportable y la competitividad, es decir que, a una mayor oferta exportable, mejor será la competitividad de la cadena productiva del banano orgánico (Cavendish Valery).

Tabla 11 Resultados de las tablas cruzadas de la dimensión desempeño exportador de banano y la variable competitividad de la cadena productiva

		Desempeño exportador		Total
		ALTA		
Competitividad	ALTA	Recuento	48	48
		% del total	100,0%	100,0%
Total		Recuento	48	48
		% del total	100,0%	100,0%

Nota. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Figura 8 Resultados del cruce de la dimensión desempeño exportador de banano y la variable competitividad de la cadena productiva



Nota: La figura muestra los resultados de frecuencia de la dimensión desempeño exportador y la variable competitividad. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Se detalló en la tabla 11 y figura 8 de forma colectiva que un 100% (48) indica

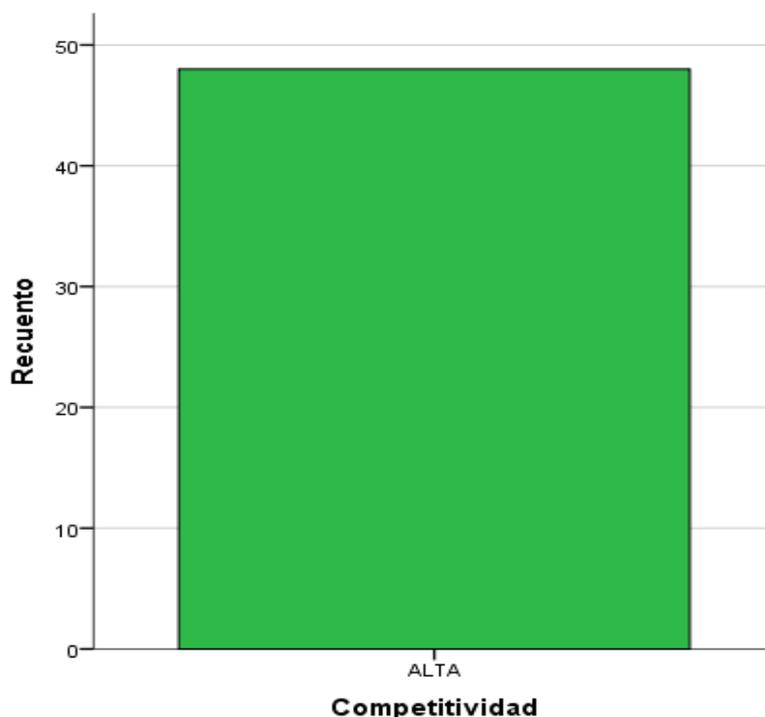
percibir un rango alto. De acuerdo a lo obtenido se puede decir que, si existe una relación entre el desempeño exportador y la competitividad, es decir que, a un buen desempeño exportador, mejor será la competitividad de la cadena productiva del banano orgánico (Cavendish Valery).

Tabla 12 Resultados de las tablas cruzadas de la dimensión diversificación de mercados de banano y la variable competitividad de la cadena productiva

		Diversificación de mercados		Total
		ALTA		
Competitividad	ALTA	Recuento	48	48
		% del total	100,0%	100,0%
Total		Recuento	48	48
		% del total	100,0%	100,0%

Nota. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Figura 9 Resultados del cruce de la dimensión diversificación de mercados de banano y la variable competitividad de la cadena productiva



Nota: La figura muestra los resultados de frecuencia de la dimensión diversificación de mercados y la variable competitividad. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Se detalló en la tabla y figura anterior de manera agrupada que un 100% (48)

indica percibir un rango alto. De acuerdo a lo obtenido se puede decir que, si existe una relación entre la diversificación de mercados y la competitividad, es decir que, a mayor diversificación de mercados, mejor será la competitividad de la cadena productiva del banano orgánico (Cavendish Valery).

4.2. Análisis Inferencial

Prueba de normalidad

Si $n > 50$ se aplica Kolmogorov - Smirrov

Si $n \leq 50$ se aplica Shapiro – Wilk

Para probar la hipótesis del presente estudio se utilizó la prueba de normalidad Shapiro – Wilk, debido que la muestra es menor a 50.

Tabla 13 Pruebas de normalidad de las variables competitividad y exportación

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Competitividad	,194	48	,000	,872	48	,000
Exportación	,206	48	,000	,860	48	,000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Nota: Resultados de pruebas de normalidad de las variables competitividad y exportación. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Según se muestra en la tabla 13, la significancia de ambas variables cuyo p-valor evaluado en la variable 1 Competitividad es de $0,000 < 0,05$ y en el caso de la segunda variable su valor es de $0,000 < 0,05$, indicando que dicha distribución no es normal, porque el p-valor se encuentra menor a 0,05. Por lo que se consideró necesario emplear el coeficiente de correlación Spearman al denotar que las dos variables por correlacionar ya que ambas variables por relacionar no mantienen una distribución normal, considerada entonces una prueba estadística no paramétrica.

Prueba de hipótesis general.

La hipótesis estadística manifestada es la siguiente:

H1: Existe relación positiva entre la competitividad de la cadena productiva y exportación de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá.

H0: No existe relación positiva entre la competitividad de la cadena productiva y

exportación de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá.
 Nivel de significancia: $\alpha = .05$ (5%).

Tabla 14 Resultados de la correlación entre las variables competitividad y exportación

		V1	V2
Rho de Spearman	V1	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,976**
		N	48
	V2	Coeficiente de correlación	,976**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	48

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Resultados de la correlación y significancia de las variables competitividad y exportación. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

En la tabla 14, se nota que el nivel de significancia $\alpha = .000$ el mismo que es bajo al nivel de significancia permitido de 0.5, entonces se admite la hipótesis alternativa y se desestima la hipótesis nula; señalando, además que el grado de correlación rho de Spearman es .976. Por consiguiente, podemos decir que existe una relación positiva alta entre la variable 1 competitividad y la variable 2 exportación.

Prueba de hipótesis específica 1.

La hipótesis estadística formulada es la siguiente:

H1: Existe relación positiva entre la competitividad de la cadena productiva y la oferta exportable de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá.

H0: No existe relación positiva entre la competitividad de la cadena productiva y la oferta exportable de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá.

Nivel de significancia: $\alpha = .05$ (5%).

Tabla 15 *Correlación entre Competitividad de la cadena productiva y Oferta exportable de banano*

		V1	V2[D1]	
Rho de Spearman	V1	Coeficiente de correlación	1,000	,892**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	48	48
	V2[D1]	Coeficiente de correlación	,892**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	48	48

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Resultados de la correlación y significancia de la variable competitividad y la dimensión oferta exportable. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

En la presente tabla se nota que el nivel de significancia es menor al nivel máximo establecido por tal motivo se aprueba la hipótesis alternativa, asimismo el nivel de correlación rho de Spearman evaluado es de .892; por lo que se determina que existe una correlación positiva fuerte entre la variable 1 competitividad de la cadena productiva y la dimensión oferta exportable del banano orgánico (Cavendish Valery). De acuerdo, al objetivo específico 1 para darle mayor relevancia se presenta la siguiente tabla:

Tabla 16 *Oferta exportable de banano orgánico del Centro Poblado Huangalá.*

Escala de alternativas						
Oferta Exportable	Totalmente de acuerdo (5)	De acuerdo (4)	Ni de acuerdo, ni desacuerdo (3)	Desacuerdo (2)	Totalmente en desacuerdo (1)	Total (Σ)

	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
¿La empresa tiene una cantidad ofertada competitiva en relación con sus símiles en la región?	17	35.4	31	64.6	0	0	0	0	0	0	48	100
¿La cantidad y calidad exportada satisface los requerimientos del mercado?	25	52.1	22	45.8	1	2.1	0	0	0	0	48	100
¿La cantidad ofrecida por la empresa ha venido creciendo competitivame nte en su región?	24	50	11	22.9	13	27.1	0	0	0	0	48	100

Nota: Encuesta aplicada a los actores de la cadena productiva de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

La tabla 16 muestra que el 64.9% de los participantes de la cadena productiva están de acuerdo en que tienen una cantidad ofertada competitiva en relación con sus símiles en la región. De igual forma, el resto de los actores manifestó estar totalmente de acuerdo; lo cual expone que las cooperativas

presentan una ventaja competitiva y son capaces de adquirir una mayor participación en el mercado internacional. Por otro lado, el 52,1% manifestó que la cantidad y calidad exportada satisface los requerimientos del mercado, lo cual es bueno, sin embargo, las cooperativas aún necesitan mejorar sus procesos para ser más eficiente y obtener el resto de certificaciones internacionales que exigen los clientes. De manera similar, el 50% indica que la cantidad ofrecida por la empresa ha venido creciendo competitivamente en la región; pues si bien es cierto que han surgido mejoras en los últimos años, aún falta mejorar varios aspectos productivos, tecnológicos y de infraestructura.

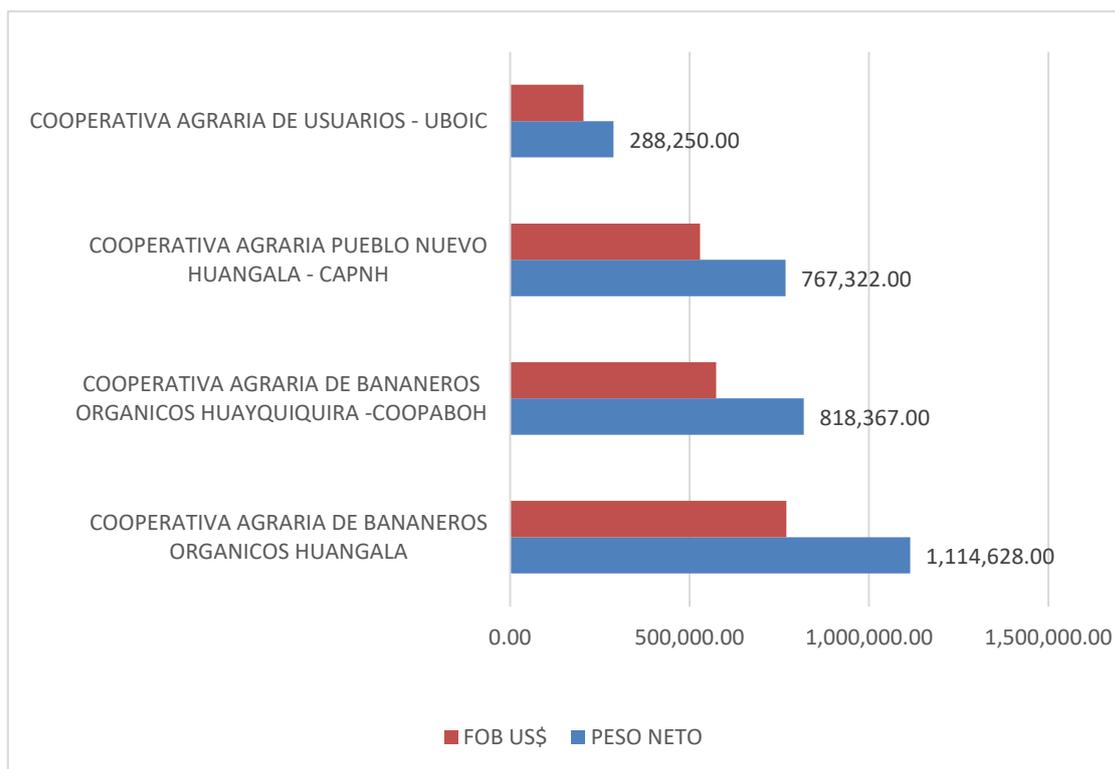
De acuerdo al análisis documental sobre la oferta exportable se presenta la siguiente tabla:

Tabla 17 *Exportaciones de las cooperativas bananeras del centro poblado Huangalá, 2020.*

Rk	EXPORTADOR	PESO NETO	FOB US\$	PART.
21	COOPERATIVA AGRARIA DE BANANEROS ORGANICOS HUANGALA	1,114,628.00	769,704.00	1.53%
27	COOPERATIVA AGRARIA DE BANANEROS ORGANICOS HUAYQUIQUIRA –COOPABOH	818,367.00	574,350.00	1.14%
30	COOPERATIVA AGRARIA PUEBLO NUEVO HUANGALA – CAPNH	767,322.00	529,134.00	1.05%
41	COOPERATIVA AGRARIA DE USUARIOS – UBOIC	288,250.00	204,376.00	0.41%

Nota. Fuente: Información extraída de SUNAT en Excel versión 2016.

Gráfico 1 Exportaciones de las cooperativas bananeras del centro poblado Huangalá, Sullana – Piura, 2020



Nota: El gráfico representa el valor FOB y el peso neto de las cooperativas.
 Fuente: Elaboración propia en Excel versión 2016.

Según la tabla 17 y gráfico 1, podemos confirmar que existe capacidad exportadora, sobre todo por parte de la cooperativa agraria de bananeros orgánicos Huangalá, que presenta mejores resultados. Del mismo modo, todas superan ampliamente los 100,000.00 dólares en exportaciones, por lo que las cooperativas son capaces de competir con una buena cantidad y calidad de banano orgánico, logrando adquirir una mayor participación el mercado.

Prueba de hipótesis específica 2.

La hipótesis estadística formulada es la siguiente:

H1: Existe relación positiva entre la competitividad de la cadena productiva y el desempeño exportador de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá.

H0: No existe relación positiva entre la competitividad de la cadena productiva y el desempeño exportador de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá.

Nivel de significancia: $\alpha = .05$ (5%).

Tabla 18 *Correlación entre Competitividad de la cadena productiva y Desempeño exportador de banano orgánico*

			V1	V2[D2]
Rho de Spearman	V1	Coeficiente de correlación	1,000	,912**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	48	48
	V2[D2]	Coeficiente de correlación	,912**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	48	48

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Resultados de la correlación y significancia de la variable competitividad y la dimensión desempeño exportador. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

En la tabla 18 se observa una significancia $\alpha = .0000 < .05$ por ello se desestima la hipótesis nula y se admite la hipótesis alternativa, además el grado de correlación Spearman calculado es de .912, el cual, de acuerdo al baremo de estimación, se puede determinar un grado de correlación positiva fuerte, entre la variable competitividad de la cadena productiva y la dimensión desempeño exportador. De acuerdo al objetivo específico 2 para darle mayor relevancia se presenta la siguiente tabla:

Tabla 19 *Desempeño exportador de banano orgánico del Centro Poblado Huangalá*

Desempeño exportador	Escala de alternativas					
	Totalmente de acuerdo (5)	De acuerdo (4)	Ni de acuerdo, ni desacuerdo (3)	Desacuerdo (2)	Totalmente en desacuerdo (1)	Total (Σ)

	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
¿La empresa ha registrado exportaciones continuas y activas en los últimos años?	24	50	17	35.4	7	14.6	0	0	0	0	48	100
¿La empresa ha tenido un incremento sostenido de sus ventas?	36	75	11	22.9	1	2.1	0	0	0	0	48	100
¿Considera Ud. que la empresa ha logrado cumplir con sus objetivos estratégicos?	32	66.7	15	31.2	1	2.1	0	0	0	0	48	100
¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con los competidores?	32	66.7	16	33.3	0	0	0	0	0	0	48	100
¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus proveedores de servicios?	24	50	15	31.2	9	18.8	0	0	0	0	48	100

¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus clientes?	32	66.7	16	33.3	0	0	0	0	0	0	0	48	100
---	----	------	----	------	---	---	---	---	---	---	---	----	-----

Nota: Encuesta aplicada a los actores de la cadena productiva de banano orgánico del Centro Poblado de Huangalá. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

La tabla 19 señala que el 50% de los agentes de la cadena productiva están totalmente de acuerdo en que la empresa ha registrado exportaciones continuas y activas en los últimos años debido a que se han mantenido perennes en el mercado y han crecido anualmente, desde que se establecieron, pero por la pandemia del Covid-19 surgieron barreras y restricciones que ocasionaron retrasos y pérdidas en las transacciones comerciales agrarias, limitando las exportaciones de banano orgánico. Igualmente, un 75% afirmó estar totalmente de acuerdo en que la empresa ha tenido un incremento sostenido en las ventas. A pesar de los inconvenientes ocasionados por la crisis sanitaria, las cooperativas han logrado subsistir, retomando la antigua producción y aprovechando al aumento del dólar.

Además, un 66.7% expuso estar totalmente de acuerdo en que la empresa ha logrado cumplir con los objetivos estratégicos dado a que las cooperativas se han adaptado rápidamente a los nuevas medidas sanitarias y exigencias del mercado. Igualmente, un 66.7% manifestó estar totalmente de acuerdo en que el exportador cuenta con una buena reputación con los competidores puesto que destacan en la calidad del banano orgánico. De la misma manera, un 50% expresó estar totalmente de acuerdo en que el exportador cuenta con una buena reputación con sus proveedores de servicios, gracias a que se cumplen con todos los contratos estipulados. Finalmente, un 66,7% demostró que el exportador posee una buena reputación con sus clientes, ya que las cooperativas satisfacen los requisitos orgánicos, precios y calidad que solicita el mercado.

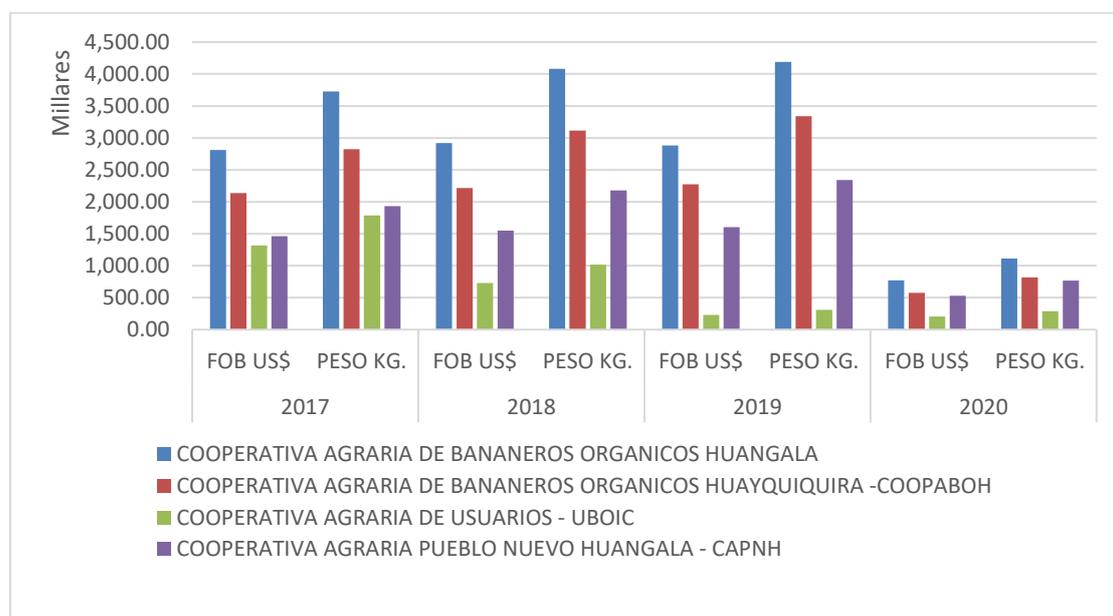
De acuerdo al análisis documental sobre la oferta exportable se presenta la siguiente tabla:

Tabla 20 Evolución de las exportaciones de las cooperativas bananeras de Huangalá, Sullana – Piura, 2017 - 2020

EXPORTADOR	2017		2018		2019		2020	
	FOB US\$	PESO KG.	FOB US\$	PESO KG.	FOB US\$	PESO KG.	FOB US\$	PESO KG.
COOPERATIVA								
AGRARIA DE								
BANANEROS	2,812,769.00	3,727,442.00	2,917,553.00	4,080,643.00	2,880,236.00	4,188,691.00	769,704.00	1,114,628.00
ORGÁNICOS								
HUANGALÁ								
COOPERATIVA								
AGRARIA DE								
BANANEROS								
ORGÁNICOS	2,135,623.00	2,823,780.00	2,217,415.00	3,113,828.00	2,274,247.00	3,340,418.00	574,350.00	818,367.00
HUAYQUIQUIRÁ								
-COOPABOH								
COOPERATIVA								
AGRARIA DE								
USUARIOS –	1,318,928.00	1,786,958.00	728,708.00	1,018,760.00	229,634.00	307,769.00	204,376.00	288,250.00
UBOIC								
COOPERATIVA								
AGRARIA								
PUEBLO								
NUEVO	1,464,387.00	1,932,837.00	1,549,597.00	2,177,003.00	1,605,600.00	2,339,196.00	529,134.00	767,322.00
HUANGALA –								
CAPNH								

Nota. Fuente: Información extraída de SUNAT en Software Excel 2016.

Gráfico 2 Evolución de las exportaciones de las cooperativas bananeras de Huangalá, Sullana – Piura, 2017 - 2020



Nota: El gráfico muestra las exportaciones de banano orgánico (Cavendish Valery) de los últimos 3 años. Fuente: Elaboración propia extraída de SUNAT en software Excel 2016.

La tabla 20 y gráfico 2 nos muestran la evolución de exportaciones de las cooperativas bananeras del centro poblado de Huangalá; como se observó estas organizaciones se han mantenido en el mercado internacional realizando envíos de manera continua con ligeras fluctuaciones debido al precio internacional ya que el peso neto en general es constante, adicionalmente se observó un descenso en la cantidad exportada en los ingresos de la organización, debido a los graves problemas ocasionados por la pandemia del covid-19; a pesar de ello las organizaciones presentan un buen desempeño exportador.

Prueba de hipótesis específica 3.

La hipótesis estadística formulada es la siguiente:

H1: Existe relación positiva entre la competitividad de la cadena productiva y la diversificación de mercados de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá.

H0: No existe relación positiva entre la competitividad de la cadena productiva y diversificación de mercados de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá.

Nivel de significancia: $\alpha = .05$ (5%).

Tabla 21 *Correlación entre Competitividad de la cadena productiva y Diversificación de mercados de banano orgánico*

			V1	V2[D3]
Rho de Spearman	V1	Coeficiente de correlación	1,000	,818**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	48	48
V2[D3]	V2[D3]	Coeficiente de correlación	,818**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	48	48

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Resultados de la correlación y significancia de la variable competitividad y la dimensión diversificación de mercados. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

En la tabla 21, se evaluó un nivel $\alpha = .000 < .05$, entonces se aceptó la hipótesis alternativa, asimismo se consideró que ρ (rho) evaluado es de .818, así que señala que existe una relación positiva fuerte entre la variable competitividad de la cadena productiva y la dimensión diversificación de mercados de la variable exportación de banano orgánico (Cavendish Valery). En base al objetivo específico 3 para darle mayor relevancia se presenta la siguiente tabla:

Tabla 22 *Diversificación de mercados de banano orgánico del Centro Poblado Huangalá*

Diversificación de mercados	Escala de alternativas											
	Totalmente de acuerdo (5)		De acuerdo (4)		Ni de acuerdo, ni desacuerdo (3)		Desacuerdo (2)		Totalmente en desacuerdo (1)		Total (Σ)	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
¿La empresa cuenta con una cantidad considerable de clientes?	33	68.8	11	22.9	4	8.3	0	0	0	0	48	100
¿Estos clientes pertenecen a	28	58.3	20	41.7	0	0	0	0	0	0	48	100

diversos
 mercados de
 destino?
 ¿La empresa
 atiende
 pedidos
 extraordinarios 24 50 24 50 0 0 0 0 0 0 48 100
 en cuanto a su
 planificación
 anual?

Nota: Encuesta aplicada a los actores de la cadena productiva de banano orgánico del Centro Poblado de Huangalá. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

La tabla 22 muestra a un 68.8% de los agentes de la cadena productiva totalmente de acuerdo referente a que la empresa cuenta con una cantidad considerable de clientes, el resto manifestó estar de acuerdo, ya que la mayor parte de las cooperativas exportan a tres países excepto la Cooperativa Agraria de Usuarios – UBOIC, la cual exporta solo a un solo país. Por esta razón, un 58.3% indicó estar totalmente de acuerdo respecto a que los clientes pertenecen a diversos mercados de destino, puesto que se exporta a Estados Unidos, Holanda, Bélgica. Para concluir, un 50% mencionó estar totalmente de acuerdo en que la empresa atiende pedidos extraordinarios en cuanto a su planificación anual, en vista de que cada año han ido aumentando la cantidad ofertada.

Tabla 23 *Destino de las exportaciones de las cooperativas bananeras de Huangalá, Sullana – Piura, 2020*

Nº	EXPORTADOR	PAÍS DESTINO	PESO NETO	FOB US\$
21	COOPERATIVA AGRARIA DE BANANEROS ORGANICOS HUANGALA	BELGIUM	677,853.00	480,246.00
		NETHERLANDS	4,898.00	3,496.00
		UNITED STATES	431,877.00	285,962.00
27	COOPERATIVA AGRARIA DE BANANEROS ORGANICOS HUAYQUIQUIRA -COOPABOH	BELGIUM	471,167.00	328,546.00
		NETHERLANDS	29,387.00	20,979.00

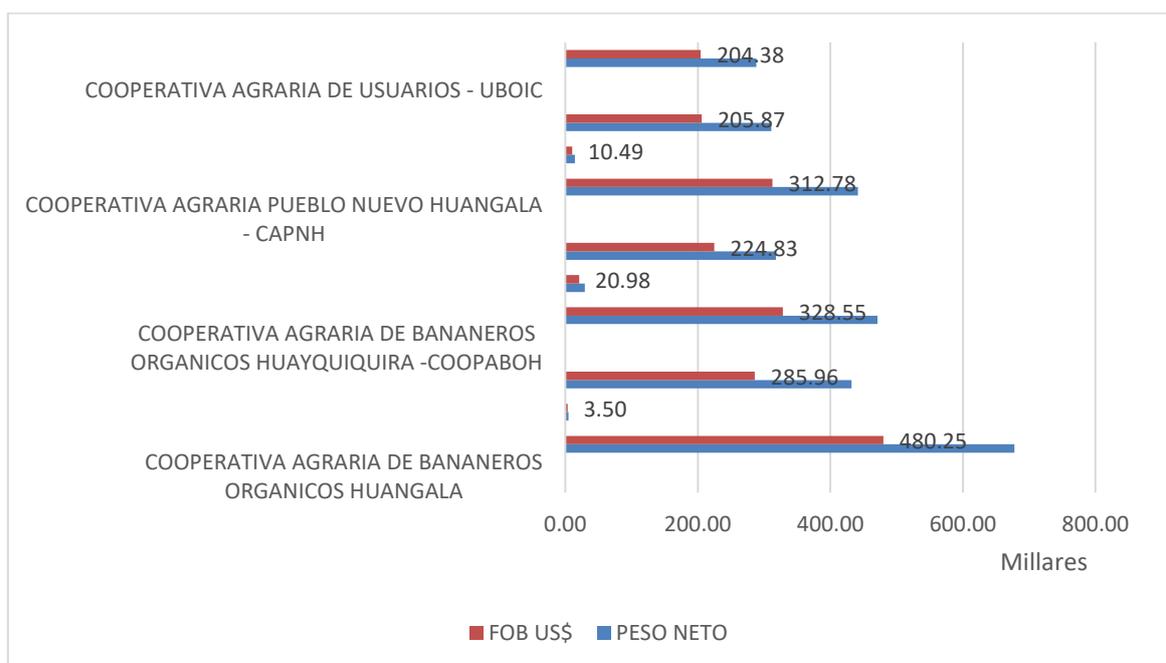
	UNITED STATES	317,813.00	224,825.00
30	COOPERATIVA AGRARIA PUEBLO NUEVO HUANGALA – CAPNH		
	BELGIUM	441,781.00	312,775.00
	NETHERLANDS	14,693.00	10,490.00
	UNITED STATES	310,848.00	205,869.00

41 **COOPERATIVA AGRARIA DE USUARIOS - UBOIC**

	NETHERLANDS	288,250.00	204,376.00
--	-------------	------------	------------

Nota. Fuente: *Elaboración propia* datos extraídos de SUNAT en Software SPSS versión 26.

Gráfico 3 Destino de las exportaciones de las cooperativas bananeras de Huangalá, Sullana – Piura, 2020



Nota: El gráfico muestra el destino de las exportaciones de banano orgánico (Cavendish Valery), 2020. Fuente: *Elaboración propia* extraída de SUNAT en software Excel 2016.

En la tabla 23 y gráfico 3 se observa que existe más de un destino de las exportaciones del banano con origen del centro poblado de Huangalá a Estados Unidos, Holanda y Bélgica, al cual se le debe agregar el mercado nacional donde se dirigen los descartes o banano que no cumple con las características solicitadas por el mercado extranjero pero que se encuentra en óptimas condiciones.

V. DISCUSIÓN

En relación al *objetivo general*, sobre determinar la relación entre la competitividad de la cadena productiva y exportación del banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020, Olivia (2019) considera a la asociatividad de los productores como una ventaja para acceder a las negociaciones con el cliente exterior, ingresando al mercado internacional cumpliendo con un cierto número de requerimientos. De igual forma, Chirinos et al. (2020) complementa manifestando que la competitividad de la entidad orgánica determina la organización del trabajo, reflejándola y reforzándola en base a la visión empresarial, fomentando la segmentación de actividades e incorporando al esquema científico, aquellos que pueden ser forjados o implementados, ocasionando efectos directos en las funciones y actividades de los colaboradores.

Asimismo, las exportaciones de banano del Centro Poblado Huangalá son también percibidas con un nivel alto por parte de los actores de la cadena productiva de la misma manera que sus dimensiones oferta exportable y diversificación de mercados con una ligera dispersión en la dimensión desempeño exportador quien muestra una categoría media de 2.08% y una categoría alta de 97.02%; este resultado a su vez concuerda con, Olivia (2019) quien indica que en su análisis de ventajas comparativas bajo el índice de Balassa obtuvo un resultado $IB = 0.189$, el mismo que marca un rastro de que el comercio exterior el banano del valle del Chira posee ventajas comparativas positivas y que otorga beneficios tanto económicos como sociales.

Para los resultados de correlación, se propuso recurrir al coeficiente de Spearman, ya que el objetivo primordial de este estudio fue determinar el grado de correlación lineal matemática y no el grado de causalidad. Por ello el resultado del objetivo general de la existencia de correlación entre las variables competitividad y exportaciones fue que, confirmó la hipótesis alternativa con un coeficiente ρ de .976 develando una correlación positiva fuerte, y un grado de significancia de .000; este alcance coincide con Cárdenas (2021) quien, en su estudio revela que la competitividad está relacionada directamente con el desarrollo de las exportaciones, denotando que el sector bananero es competitivo y que es capaz de hacer frente a potencias exportadoras de banano. Además, Enjorals et al. (2020) concluye que las ventajas competitivas, la calidad del producto, el aumento de

productividad permite a las empresas ser más eficientes y brindar una mayor confianza a cada uno de sus socios.

Conforme al objetivo específico 1, sobre determinar la correlación existente entre competitividad de la cadena productiva y la oferta exportable de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020; chirinos et al. (2020) manifiesta que actualmente los comercios de talla internacional ha ocasionado que las unidades orgánicas de los diferentes sistemas del proceso de producción, conlleven al uso de estrategias para mejorar la oferta exportable y de este modo fortalecer la competitividad en el mercado. Asimismo, Daniels (2018) complementa exponiendo que una adecuada oferta exportable permite alcanzar una ventaja competitiva en relación a las demás organizaciones, aumentando la participación en el mercado y por ende las ganancias.

A ello, los resultados de la investigación develan que el 64.6% de los actores de la cadena productiva reconocen que la empresa tiene una cantidad ofertada competitiva en relación con sus símiles en la región dado que las cooperativas se encuentran en constantes capacitaciones y actualizaciones de sus procesos para exportar un producto de calidad totalmente orgánico, cumpliendo con las especificaciones de los clientes. Por lo que, Saldarriaga (2020) concluyó que la capacidad de producción y los estándares de calidad determinan el desempeño de exportación de banano.

Además, el 52.1% señaló que la cantidad y calidad exportada satisface los requerimientos del mercado y el 50.0% informó que la cantidad ofrecida por la empresa ha venido creciendo competitivamente en la región debido a que las cooperativas potencian sus procesos productivos para cumplir con las exigencias de los mercados, sin embargo, aún se necesita implementar nuevas máquinas, equipos y mejores instalaciones para ser capaces de exportar una mayor cantidad de banano orgánico, al igual que obtener otras certificaciones para dar una mayor acreditación a las cooperativas, ya que las actuales son también importantes, pero requieren más para continuar creciendo empresarialmente. Este resultado presenta concordancia con la investigación de Corahua y Mendoza (2018) quienes, recomiendan que es necesario cumplir con todas las certificaciones para mejorar la cadena productiva e incrementar el nivel de productividad, además; complementando con Vargas (2018), quien dice que enfatizarse en la cadena

logística es una parte del proceso de exportación y la disponibilidad de la certificación ayudará a mejorar la comercialización del mercado internacional.

A esto, Setiawan y Mulyaningsih (2022) mencionan, que para una mejor competitividad es necesario contar con recursos para su producción, tecnología, demanda interna y externa y precios internos de productos básicos y de exportación, los cuales les permitirán a las cooperativas bananeras ser más competitivas y lograr expandirse a más mercados internacionales.

De igual forma, se encontró como resultado para la hipótesis específica 1, la correlación entre la variable 1 competitividad y la dimensión 1 de la variable 2 oferta exportable, con un coeficiente ρ (rho) de .892, teniendo una correlación positiva fuerte y un nivel de significancia del .000. Este resultado coincide con el de Schwarz et al. (2016) quienes concluyeron que la asociatividad empresarial, los volúmenes de producción y la promoción comercial forman parte de las estrategias de exportación y su aplicación es buena en los productores. Por lo tanto, se da por aceptada la hipótesis 1; la competitividad se relaciona significativamente con la oferta exportable de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá.

Respecto al objetivo específico 2 sobre determinar la relación existente entre la competitividad y el desempeño exportador de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020; Daniels (2018) indicó que para mejorar el desempeño exportador se necesita aplicar técnicas modernas de producción, sumado al compromiso que deben tener cada uno de los participantes del proceso, lo cual permite ser competitivos, tener un mayor poder de negociación y precios superiores. Coincidiendo, con Gómez (2020), quien menciona que al aplicar estrategias de marketing internacional se conseguirá abarcar nuevos mercados, generando así mayor eficacia y competitividad.

Conforme a ello, los resultados del estudio indican que el 50% de los actores de la cadena productiva estuvieron totalmente de acuerdo en que se han registrado exportaciones continuas y activas en los últimos años. Igualmente, un 75% manifestó que las ventas han incrementado, si bien es cierto las cooperativas han ido aumentando y mejorando las exportaciones de acuerdo a las disposiciones de cada país, pues cada año se mostraba un avance significativo en la producción y por ende un crecimiento en las ventas, sin embargo, por la difícil crisis sanitaria y

cambios políticos en el país, las cooperativas han logrado permanecer en el mercado, satisfaciendo la demanda de los clientes con una menor cantidad de producto debido al limitado aforo en las áreas de producción por protocolos de bioseguridad y recursos internos. Todo ello, por motivos económicos ocasionados por las pérdidas que dejó el año 2020.

Por lo tanto, la hipótesis específica 2, presenta un grado de correlación con un coeficiente ρ (rho) de .912, siendo una relación positiva intensa y un grado de significancia del .000; respondiendo al objetivo que determina la relación existente entre la variable 1 competitividad y la dimensión 2 de la variable 2 desempeño exportador. Lo mencionado concuerda con lo presentado por Rodríguez y Wagner (2020) quienes, indican que la cadena productiva es un factor influyente en las exportaciones, ya que se observa el rol de cada actor y como están incluidos en el desarrollo y aumento de la manufactura para el progreso del nivel productivo.

De acuerdo al objetivo específico 3, sobre determinar la relación existente entre la competitividad y la diversificación de mercados de las exportaciones de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020; Daniels (2018) menciona que el nivel de crecimiento en diferentes mercados contribuyen a las empresas ampliar sus actividades, potenciando la capacidad de adaptación a los ciclos económicos y a los exportadores empleando las altas ventas en un país para contrarrestar las bajas transacciones comerciales en otro país. Concordando con, Chamba (2020) quien menciona que al diversificar las exportaciones de banano a otros países con facilidad de ingreso se tendrían mayores oportunidades para aumentar la productividad y expandir las exportaciones.

Los resultados correspondientes a este objetivo manifestaron que un 68.8% de los actores de la cadena productiva están totalmente de acuerdo en que la empresa cuenta con una cantidad considerable de clientes y un 58.3 consideran estar totalmente de acuerdo en que los clientes pertenecen a diversos mercados de destino. Por lo que son tres cooperativas las que exportan a tres países, los cuales son Estados Unidos, Bélgica y Holanda y solo una de ellas, la más pequeña exporta a Holanda. Igualmente, estas cooperativas están en formación para poder exportar a más países con mayor cantidad de oferta exportable. Lo mencionado concuerda con lo presentado por Arrasco y Torres (2021), mencionan que en el

Perú las exportaciones se dan con países que tienen acuerdos comerciales por lo que sus intereses no son temporales, lo cual no significa que tenga limitaciones sino que más bien consolidan un acuerdo amplio y permanente.

Del mismo modo, un 50% expuso estar totalmente de acuerdo en que la empresa atiende pedidos extraordinarios en cuanto a su planificación anual, los agentes de la cadena productiva comentaron que esto se lograba antes de la pandemia, pero ahora se están recuperando para lograr incrementar sus ingresos como se venía dando en años anteriores. Por lo mismo, Chirinos et al. (2020) mencionó que la planificación de apertura económica como herramienta permite a las compañías diversificar la oferta exportable, asimismo de aportar a la estabilidad macroeconómica y la competitividad empresarial. Para el caso de la hipótesis específica 3, obtuvo un grado de correlación ρ (rho) de .818, relación positiva fuerte y un grado de significancia de .000 determinando la correlación.

VI. CONCLUSIONES

1. Existe una relación positiva entre la competitividad de la cadena productiva y exportación de banano orgánico (Cavendish Valery) en el Centro Poblado de Huangalá; adicionalmente las variables a nivel descriptivo se percibieron como altas, predominando la escala del 100% con una ligera dispersión, debido a ello, se manifestó que surge una correlación fuerte de .976 entre la primera variable y las exportaciones, considerando que si la cadena productiva es competitiva se logrará mejorar las exportaciones.
2. Se determinó una correlación fuerte de .892 entre la competitividad y la oferta exportable, ya que al poseer una cadena productiva competitiva innovadora con una mejor tecnología e infraestructura se logra aumentar la demanda exportable para poder abastecer a más mercados internacionales.
3. Existe una correlación alta de .912 entre variable la competitividad de la cadena productiva y el desempeño exportador, por lo que si aumenta el rendimiento paralelamente se produce un incremento en la cantidad y calidad de banano orgánico a exportar, logrando satisfacer los requerimientos de los clientes finales.
4. Se estableció una correlación positiva de .818 entre la primera variable; la cadena productiva y la diversificación de mercados, lo cual permite que las cooperativas se mantengan consolidadas y abarquen más mercados internacionales potenciales, cumpliendo con todas las certificaciones correspondientes.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a los actores de la cadena productiva trabajar de manera conjunta estrechando fuertes lazos comerciales, innovando en los procesos productivos, agregando valor al banano orgánico para aumentar la competitividad en las exportaciones.
2. Se recomienda a las organizaciones establecer capacitaciones sobre el cuidado del cultivo, riego y uso de elementos orgánicos a los productores de banano orgánico para incrementar la cantidad y optimizar la calidad del producto y cumplir las expectativas del cliente en el exterior. Igualmente, se requiere capacitar al personal administrativo para mejorar las estructuras organizacionales y que de esta manera coexista un buen desempeño en cada una de las funciones.
3. Se recomienda mantenerse en constante supervisión tecnológica para disponer de mejores máquinas e instrumentos, como también realizar convenios con este tipo de empresas para adquirir material a precios cómodos y así aumentar la demanda exportable. Además, de mejorar la infraestructura, ampliando las oficinas y modernizándolas con equipos para una gestión productiva.
4. Se recomienda a las cooperativas lograr más certificaciones que acrediten la calidad del banano, mejorando los sellos y etiquetas y potenciando la marca, manifestándolo en las respectivas páginas sociales, generando un mayor atractivo para lograr acceder a nuevos mercados internacionales más competitivos y generar mayores ganancias. Además, para futuras investigaciones es preciso recomendar que se aborde el tema competitividad de la cadena productiva y exportación del banano orgánico (cavendish Valery) en utilizar la descripción causal a los investigadores para abordar más el tema y conocer los factores influyentes desde una perspectiva más vivencial.

REFERENCIAS

- Andrei, J. V., Popescu, G. H., Nica, E., & Chivu, L. (2020). The impact of agricultural performance on foreign trade concentration and competitiveness: empirical evidence from Romanian agriculture. *Journal of Business Economics and Management*, 21(2), 317-343. <https://doi.org/10.3846/jbem.2020.11988>
- Álava Murillo, A. G., Reyes Bermeo, M. del R., & Tapia Bolaño, R. J. (2021). *Estudio socioeconómico de los productores de banano orgánico, Cantón Milagro, Ecuador*. *Revista Tecnológica - ESPOL*, 33(3), 168–180. <https://doi.org/10.37815/rte.v33n3.869>
- Arias, J. L. & Covinos, M. (2021). *Diseño y Metodología de la Investigación*. (1ª. Ed.). ENFOQUES CONSULTING EIRL. ISBN: 978-612-48444-2-3. <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Arrasco, C., Torres, C. (2021). *El comercio justo en los niveles socioeconómicos de los productores de la cooperativa agraria Pueblo Nuevo Huangala-Piura, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/7459>
- BananoTecnia. (2021). *Producción de banano de Latinoamérica crecería a 36 millones de toneladas para 2030*. <http://www.bananotecnia.com/noticias/produccion-de-banano-de-latinoamerica-creceria-a-36-millones-de-toneladas-para-2030/>
- Cárdenas, V. A. (2021). *La competitividad empresarial y el desempeño exportador de las empresas peruanas de frutas en el periodo 2020*. [Tesis de bachiller inédita]. Universidad San Ignacio de Loyola. Repositorio Institucional. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/876aae37-5eb3-434e-9f4a-647fe6223c2a/content>
- Chamba, A. J. (2020). *Propuesta de exportación de banano orgánico para la empresa Agrotallán a Corea del Sur, Sullana, Piura, 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/49910/Chamba_AJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Chirinos, Y., Godinez, R., Ramírez, A., Alvarado, N., Rojas, D. (2020) Tendencias en la Investigación Universitaria (Una Visión desde Latinoamérica). *Fondo Editorial Universitario Servando Garcés de la Universidad Politécnica Territorial de Falcón* Alonso Gamero. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=788393>
- Clúster de banano. (2019). *Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación - ProInnovate, clúster de banano orgánico*. <https://ipsummit.innovateperu.gob.pe/resources/descarga/D%C3%ADa%203/Bloque%20PM/Clu%CC%81steres/4.Cluster%20Banano%20diego%20Balarezo%205.11.20.pdf>
- Corahua, A. A. & Mendoza, P. H. (2018). *Propuesta del diseño del proceso logístico para mejorar la productividad del sector agrícola, palta Hass, en la irrigación cabeza de toro del departamento Ica, Perú*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625125/Corahua_BA.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Daniels, J. (2018). *Negocios internacionales, Ambientes y Operaciones*. Pearson Education. https://books.google.com.pe/books?id=lc9iA9JOAhEC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- DRA PIURA s.f. Organizaciones de Banano Orgánico Región Piura [PDF file]. Dirección Regional de Agricultura Piura. <http://agricultura.regionpiura.gob.pe/documentos/asociaciones.pdf>
- Enjolras, M., Camargo, M., & Schmitt, C. (2020). Evaluating Innovation and Export Capabilities of SMEs: Toward a Multi-Criteria Decision-Making Methodology. *Journal of technology management & innovation*, 15(3). <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242020000300017>
- Farinha, L., Nunes, S., Ferreira, J.J. and Fernandes, A. (2018), "Understanding the foundations of global competitive advantage of nations", *Competitiveness Review*, Vol. 28 No. 5, pp. 503-517. <https://doi.org/10.1108/CR-10-2016-0063>

- García, I., y Pizarro, R. (2020). *Especial cultivo del banano*. *Redagricola*, 4, (34).
<https://www.redagricola.com/co/assets/uploads/2020/07/ra04colombia-1.pdf>
- Gómez, R. E. (2020). *Marketing internacional de empresas exportadoras de banano y plátano ecuatorianas en el mercado extranjero año 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administración]. Repositorio Institucional. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/53287>
- Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (1a. ed.). Mc Graw-Hill interamericana editores, S.A. de C.V
- Hernández, R., Méndez, S., Mendoza, C., y Cuevas, A. (2017). *Fundamentos de Investigación*. (1a. ed.). Mc Graw-Hill interamericana editores, S.A. de C.V.
- Hoang, V., Tran, K., Tu, B., Nguyen, V., & Nguyen, A. (2017). Agricultural Competitiveness of Vietnam by the RCA and the NRCA Indices, and Consistency of Competitiveness Indices. *AGRIS on-line Papers in Economics and Informatics*, 53 - 67. doi: 10.22004/ag.econ.276072
- Lawrence, V., & Zuo-Jun, M. (2019). *Fundamentals of Supply Chain Theory* (Vol. Segunda edición). Hoboken: John Wiley & Sons Inc.
- Manrique J., Campos J. C., Paiva E., Ipanaqué W. (2021). Thrips incidence prediction in organic banana crop with Machine learning. *Sciencedirect*. 7 (12). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08575>
- Maldonado, J. (2018). *Metodología de la investigación social*. *Ediciones de la u*.
https://books.google.com.pe/books?id=FTSjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Martínez, H. (2018). *Metodología de la investigación*. *Cengage*.
https://issuu.com/cengagelatam/docs/metodologi_a_de_la_investigacio_n_i
- MINCETUR. (2020). *Reporte de Comercio Regional - RCR - Piura 2020 - I Semestre*. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/1295223-reporte-de-comercio-reporte-comercio-regional-rcr-piura-2020-i-semester>

- Nguyen, M. T., & Khoa, B. T. (2020). Improving the Competitiveness of Exporting Enterprises: A Case of Kien Giang Province in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 495-508. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no6.495>
- Niño, V. (2019). Metodología de la investigación. *Ediciones de la U*. <http://www.ebooks7-24.com/?il=9546&pg=1>
- Ñaupas, H., Palacios, J, Romero., H & Valdivia, M. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. *Ediciones de la U*. <https://issuu.com/libreriasgrijley/docs/metodologia>
- Olivia, G. C. (2019). Asociatividad y competitividad en banano orgánico (Musa cavendish) en el Valle del Chira. *Anales Científicos*, 80(2), 397-408. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7464003>
- Pérez, R. (2010). Nociones básicas de estadística. Servicio de publicaciones de la universidad de Oviedo. https://books.google.es/books?id=0mHWT5Zs7pIC&pg=PA138&lpg=PA138&dq=concepto+de+muestra+censal&source=bl&ots=09z1J1n9At&sig=4_NTvclRKZ0_fluWuK6mhvdaWJQ&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi8xOmukuvSAhUE5GMKHRNvAQM6AEIUjAJ#v=onepage&q=concepto%20de%20muestra%20censal&f=false
- Perú21. (2020). *Instalan primer Clúster de banano orgánico del Perú que trabajará con el 40% de productores locales en Piura*. <https://peru21.pe/peru/piura-instalan-primer-cluster-de-banano-organico-del-peru-que-trabajara-con-el-40-de-productores-locales-ong-solidaridad-noticia/>
- Puja, V., Kansaria, D., & Butani, A. (2020). Organic farming in banana and guava. *International Review of Business and Economics*, 20 (4), 118-123. <https://www.proquest.com/docview/2475946067/89C5ACFA6EF549BBPQ/19?accountid=37408&forcedol=true>
- PRODUCE. (2020). *Directorio Nacional de Cooperativas*. <https://www.gob.pe/7734-consultar-directorio-nacional-de-cooperativas>.

- Redagricola. (2022). *Baneros Peruanos se organizan para hacer frente a caída de pedidos*. <https://www.redagricola.com/pe/baneros-peruanos-se-organizan-para-hacer-frente-a-caida-de-pedidos/>
- Rodríguez, W., & Vicente, W. (2020). Aspectos culturales que inciden en el trabajo asociativo de las cadenas productivas agropecuarias en el Valle del Mantaro del Perú. *Management Science Letters*, 10 (11), 2425-2430. DOI: 10.5267/j.msl.2020.4.008. <http://growingscience.com/beta/msl/3821-cultural-aspects-that-influence-the-associative-work-of-agricultural-production-chains-in-the-mantaro-valley-of-peru.html>
- Saldarriaga, M. O. (2020). *El desempeño de las exportaciones del plátano peruano en la Región Piura desde el 2015 hasta el primer trimestre del 2020: una revisión de la literatura científica*. [Tesis de bachiller inédita]. Universidad Privada del Norte. Repositorio Institucional. <https://hdl.handle.net/11537/27181>
- Schwarz, J., Schuster, M., Annaert, B., Maertens, M., & Mathijs, E. (2016). Sustainability of Global and Local Food Value Chains: An Empirical Comparison of Peruvian and Belgian Asparagus. *Sustainability*, 8(4), 344. <https://doi.org/10.3390/su8040344>
- Setiawan, A. B., & Mulyaningsih, T. (2022). Competitiveness of Food Crop Commodity in Developing Countries: A Semi-Systematic Literature Review. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 10(1), 78-86. <https://doi.org/10.21009/JPEB.010.1.7>
- SUNAT. (2020). *Operatividad aduanera-detallado por partida-resultados*. <https://ww3.sunat.gob.pe/operatividadaduanera/index.html>
- Thipphavong, V., Vanhnalat, B., Vidavong, C., & Bodhisane, S. (2022). *The export potential of Laos agri-food to the eu market*. https://www.canr.msu.edu/prci/The%20Export%20Potential%20of%20Lao%20Agri-food%20to%20the%20EU%20market_IIC_Laos.pdf
- Vargas, A. M. (2018). Factores que determinan la exportación del banano orgánico. Una revisión sistemática de la literatura científica en los último 10 años. [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/24825>

World Bank. (2017). Gaining Momentum in Peruvian Agriculture: Opportunities to Increase Productivity and Enhance Competitiveness. *World Bank*, Lima. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/27517>

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Metodología
<p>Problema general: ¿Cuál es la relación entre la competitividad de la cadena productiva y exportación de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020?</p> <p>Problemas específicos: ¿Qué relación existe entre competitividad de la cadena productiva y la oferta exportable de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020?</p> <p>¿Qué la relación existe entre la competitividad de la cadena productiva y el desempeño exportador de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020?</p> <p>¿Qué relación existe entre la competitividad de la cadena productiva y la diversificación de mercados de las exportaciones de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020?</p>	<p>Objetivo general. Determinar la relación entre la competitividad de la cadena productiva y exportación de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar la relación existente entre la competitividad de la cadena productiva y la oferta exportable de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020.</p> <p>Determinar la relación existente entre la competitividad de la cadena productiva y el desempeño exportador de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020</p> <p>Determinar la relación existente entre la competitividad de la cadena productiva y la diversificación de mercados de las exportaciones de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020.</p>	<p>Hipótesis general: La competitividad de la cadena productiva se relaciona de modo significativo con exportación de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020.</p> <p>Hipótesis específicas: La competitividad de la cadena productiva se relaciona significativamente con la oferta exportable de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020</p> <p>La competitividad de la cadena productiva se relaciona significativamente con el desempeño exportador de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura, 2020</p> <p>La competitividad de la cadena productiva se relaciona significativamente con la diversificación de mercados de las exportaciones de banano orgánico (Cavendish Valery) del Centro Poblado Huangalá, Región Piura 2020.</p>	<p>Enfoque de la investigación: Cuantitativo.</p> <p>Diseño de la investigación No experimental y transversal.</p> <p>El tipo de investigación: Básica</p> <p>Niveles de la investigación: Correlacional.</p> <p>Población: 48 actores de la cadena productiva</p> <p>Muestra: 48 actores de la cadena productiva</p> <p>Instrumentos: Un Cuestionario para cada variable</p>

ANEXO 2: Matriz de operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE 1:						
– Competitividad	Chirinos et al. (2020) indica que la competitividad es una combinación de la modernización, la tecnificación del proceso productivo y valor agregado para competir en el mercado con bajos costos y precios.	La competitividad es una variable de gran amplitud, ante ello para el presente estudio estará delimitado y medido en base a tres dimensiones: Productividad, Innovación tecnológica, e infraestructura.	A) Productividad	1. Nivel de producción por unidad productiva	1,2	Escala de Likert Totalmente desacuerdo (1) En desacuerdo (2) Ni de acuerdo ni desacuerdo (3) De acuerdo (4) Totalmente de acuerdo (5)
				2. Nivel de la oferta exportable.	3,4	
				3. Nivel de merma o descarte.	5,6	
				4. Nivel total de producción.	7,8	
			b) Innovación tecnológica	5. Innovaciones introducidas en la producción	9,10	
				6. Innovaciones introducidas en el proceso.	11,12	
				7. Innovaciones introducidas en el marketing.		
			c) Infraestructura	8. Innovaciones introducidas en lo organizacional.	13,14	
				9. Disponibilidad de Maquinaria, equipos, bienes para la producción	15,16	
				10. Disponibilidad de Maquinaria, equipos, bienes en la postproducción	17,18	
				11. Disponibilidad de Maquinaria, equipos, bienes en la comercialización	19,20	
					21,22	
VARIABLE 2:						
– Exportación	Daniels (2018) menciona que la exportación es la venta de bienes o servicios producidos por una empresa que tiene su sede en un país a clientes que residen en otro país (p.365).	La variable exportación de banano será medido en base a tres dimensiones. Oferta exportable, desempeño exportador y Diversificación de mercados.	a) Oferta exportable b) Desempeño exportador c) Diversificación de mercados	1. Capacidad exportable	1,2,3	Ordinal
				2. Satisfacción con el desempeño exportador	4,5,6	
				3. Percepción sobre el comportamiento exportador.	7,8,9	
				4. Capacidad para incrementar participación en los mercados	10,11,12	

ANEXO 3: Actores encuestados de la cadena productiva (4 cooperativas)

POBLACIÓN Y/O MUESTRA ENCUESTADA	Sexo	V1: COMPETITIVIDAD	ENCUESTAS	SEXO	V2: EXPORTACIÓN	COOPERATIVAS C.P. HUANGALÁ
		ACTOR DE LA CADENA PRODUCTIVA	FÍSICAS(F) ó VIRTUALES (v)		ACTOR DE LA CADENA PRODUCTIVA	
1	Masculino	Socio	F	Masculino	Socio	Cooperativa Agraria de Usuarios - UBOIC
2	Masculino	Socio	F	Masculino	Socio	
3	Masculino	Socio	F	Maculino	Socio	
4	Masculino	Socio	F	Masculino	Socio	
5	Masculino	Servicio por terceros	V	Masculino	Servicio por terceros	
6	Masculino	Servicio por terceros	V	Masculino	Servicio por terceros	
7	Masculino	Servicio por terceros	V	Masculino	Servicio por terceros	
8	Masculino	Servicio por terceros	V	Masculino	Servicio por terceros	
9	Masculino	Servicio por terceros	V	Masculino	Servicio por terceros	
10	Masculino	Servicio por terceros	V	Masculino	Servicio por terceros	
11	Masculino	Servicio por terceros	V	Masculino	Servicio por terceros	
12	Masculino	Servicio por terceros	V	Masculino	Servicio por terceros	
13	Masculino	Servicio por terceros	V	Masculino	Servicio por terceros	
14	Masculino	Servicio logístico /Comercialización	V	Masculino	Servicio logístico /Comercialización	Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos Huayquiquira
15	Masculino	Servicio logístico /Comercialización	V	Masculino	Servicio logístico /Comercialización	
16	Masculino	Servicio logístico /Comercialización	V	Maculino	Servicio logístico /Comercialización	
17	Masculino	Servicio logístico /Comercialización	F	Masculino	Servicio logístico /Comercialización	
18	Masculino	Servicio logístico /Comercialización	F	Masculino	Servicio logístico /Comercialización	
19	Masculino	Personal administrativo	F	Masculino	Personal administrativo	
20	Masculino	Personal administrativo	F	Maculino	Personal administrativo	
21	Masculino	Personal administrativo	F	Masculino	Personal administrativo	
22	Masculino	Personal administrativo	F	Masculino	Personal administrativo	
23	Masculino	Personal administrativo	F	Masculino	Personal administrativo	
24	Masculino	Personal administrativo	F	Maculino	Personal administrativo	
25	Masculino	Personal administrativo	F	Masculino	Personal administrativo	Cooperativa Agraria Pueblo Nuevo de Huangalá
26	Masculino	Personal administrativo	F	Masculino	Personal administrativo	
27	Masculino	Personal administrativo	F	Masculino	Personal administrativo	
28	Masculino	Personal administrativo	F	Masculino	Personal administrativo	
29	Masculino	Personal administrativo	F	Masculino	Personal administrativo	
30	Femenino	Socio	F	Femenino	Socio	
31	Femenino	Socio	F	Femenino	Socio	
32	Femenino	Socio	F	Femenino	Socio	
33	Femenino	Socio	F	Femenino	Socio	
34	Femenino	Socio	F	Femenino	Socio	
35	Femenino	Socio	F	Femenino	Socio	
36	Femenino	Socio	F	Femenino	Socio	
37	Femenino	Socio	F	Femenino	Socio	
38	Femenino	Servicio por terceros	F	Femenino	Servicio por terceros	Cooperativa Agraria de Bananeros Orgánicos Huangalá
39	Femenino	Servicio por terceros	F	Femenino	Servicio por terceros	
40	Femenino	Servicio por terceros	F	Femenino	Servicio por terceros	
41	Femenino	Servicio logístico /Comercialización	V	Femenino	Servicio logístico /Comercialización	
42	Femenino	Servicio logístico /Comercialización	V	Femenino	Servicio logístico /Comercialización	
43	Femenino	Servicio logístico /Comercialización	V	Femenino	Servicio logístico /Comercialización	
44	Femenino	Servicio logístico /Comercialización	V	Femenino	Servicio logístico /Comercialización	
45	Femenino	Servicio logístico /Comercialización	V	Femenino	Servicio logístico /Comercialización	
46	Femenino	Servicio logístico /Comercialización	V	Femenino	Servicio logístico /Comercialización	
47	Femenino	Servicio logístico /Comercialización	V	Femenino	Servicio logístico /Comercialización	
48	Femenino	Personal administrativo	V	Femenino	Personal administrativo	

Nota: Encuestas físicas y virtuales realizadas a los actores de la cadena productiva de las 4 cooperativas activas. Fuente: Elaboración propia en Software Excel 2016.

ANEXO 5: Fiabilidad de los instrumentos

Tabla 24. Estadísticas de fiabilidad de la variable Competitividad.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,946	22

Nota. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Tabla 25. Estadísticas de fiabilidad del total del cuestionario Competitividad

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿La empresa tiene un rendimiento productivo con el que pueda competir en el mercado?	96,10	69,712	,546	,945
¿La empresa hace un uso adecuado de recursos en la etapa de producción?	95,81	70,709	,509	,945
¿La empresa tiene una oferta exportable diversificada?	95,90	69,627	,486	,946
¿La empresa tiene una oferta de productos con calidad competitiva?	95,71	70,722	,586	,944
¿Las mermas en la producción de la empresa se encuentran dentro de los parámetros establecidos para ser rentables, en relación a otras organizaciones del rubro?	95,71	69,998	,680	,943
¿El descarte obtenido del proceso por parte de la empresa puede ser vendido o es solicitado por el mercado?	95,79	72,083	,286	,949
¿La empresa es capaz de competir con otras organizaciones en cuanto al nivel total de producción?	95,79	67,828	,694	,943
¿La cantidad producida por la empresa es capaz de abastecer y cumplir los contratos generados?	95,75	71,426	,439	,946
¿La empresa genera, aprende, o desarrolla nuevas formas, técnicas y/o métodos de producción?	95,75	67,979	,843	,941

¿La empresa invierte en capacitación, maquinaria, bienes y otros recursos con el propósito de obtener nuevas formas, técnicas, métodos de producción?	95,71	68,551	,870	,941
¿La empresa ha incluido o realizado mejoras en la etapa de procesamiento?	95,81	69,390	,719	,943
¿La empresa invierte o ha invertido en nuevas técnicas o métodos de proceso?	95,81	69,390	,719	,943
¿Se evidencia nuevas formas de promoción, ofertas y presencia en el mercado de la empresa?	96,15	63,106	,897	,939
¿Se ha implementado o planificado formas o técnicas de ventas novedosas, o nuevas formas de tener presencia en el mercado por parte de la empresa?	95,94	65,507	,799	,941
¿Se evidencia cambios o mejoras en la forma de organización de la empresa?	95,54	72,211	,514	,945
¿Se invierte en capacitaciones, reuniones u otros métodos que ayuden o mejoren el fortalecimiento organizacional?	95,71	70,381	,630	,944
¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una producción competitiva?	95,71	70,381	,630	,944
¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de producción competitiva?	96,04	66,594	,690	,943
¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una postproducción competitiva?	95,79	69,360	,667	,943

¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de postproducción competitiva?	95,88	67,941	,677	,943
¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una comercialización competitiva?	95,71	68,892	,752	,942
¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de comercialización competitiva?	95,77	68,436	,852	,941

Nota. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Tabla 26. Estadísticas de fiabilidad de la variable exportación.

Alfa de Cronbach	N de elementos
,923	12

Nota. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

Tabla 27. Estadísticas de fiabilidad del total del cuestionario exportación de banano.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿La empresa tiene una cantidad ofertada competitiva en relación con sus símiles en la región?	49,79	25,402	,450	,924
¿La cantidad y calidad exportada y satisface los requerimientos del mercado?	49,65	23,893	,682	,916
¿La cantidad ofrecida por la empresa ha venido creciendo competitivamente en su región?	49,92	20,121	,908	,906
¿La empresa ha registrado exportaciones continuas y activas en los últimos años?	49,79	21,615	,838	,909

¿La empresa ha tenido un incremento sostenido de sus ventas?	49,42	25,142	,493	,923
¿Considera Ud. que la empresa ha logrado cumplir con sus objetivos estratégicos?	49,50	23,617	,771	,913
¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con los competidores?	49,48	23,957	,782	,913
¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus proveedores de servicios?	49,83	22,993	,569	,924
¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus clientes?	49,48	23,787	,821	,912
¿La empresa cuenta con una cantidad considerable de clientes?	49,54	22,977	,719	,914
¿Estos clientes pertenecen a diversos mercados de destino?	49,56	24,762	,569	,920
¿La empresa atiende pedidos extraordinarios en cuanto a su planificación anual?	49,65	24,319	,653	,917

Nota. Fuente: Elaboración propia en Software SPSS versión 26.

ANEXO 6: Primer directorio nacional virtual de Cooperativas de Piura-Sullana

RUC	DIRECCION	RAZON_SOCIAL	DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO	INICIO_OPERACION	CORREO	TIPO_COOPERATIVA	CIU1	ESTADO
20525795544	CALLE SANTA MARTHA 404 Interior Piso 1 Mza Lote Km	COOPERATIVA AGRARIA PUEBLO NUEVO HUANGALA - CAPNH	PIURA	SULLANA	SULLANA	2008	PUEBLONUEVOSIC@HOTMAIL.COM	COOPERATIVAS AGRARIAS	COMERCIALIZACION Y EXPORTACION DE BANANO ORGANICO	OPERATIVO
20484246191	CALLE SAN ANTONIO SN Interior Piso 1 Mza Lote Km	COOPERATIVA AGRARIA DE USUARIOS - UBOIC	PIURA	SULLANA	SULLANA	2015	NO TIENE	COOPERATIVAS AGRARIAS	EXPORTACION DE BANANO ORGANICO	OPERATIVO
20525795897	OTRO HUANGALA SN Interior Piso 1 Mza Lote Km 26	COOPERATIVA AGRARIA DE BANANEROS ORGANICOS HUAYQUIQUIRA - COOPABOH	PIURA	SULLANA	SULLANA	2008	HUAYQUIQUIRASIC@HOTMAIL.COM	COOPERATIVAS AGRARIAS	VENTA DE PRODUCCION DE BANANO ORGANICO	OPERATIVO
20525804632	CARRETERA HUANGALA SN Interior Piso 1 Mza Lote Km 26	COOPERATIVA AGRARIA DE BANANEROS ORGANICOS HUANGALA	PIURA	SULLANA	SULLANA	2015	HUANGALASIC@HOTMAIL.COM	COOPERATIVAS AGRARIAS	PRODUCCION LAVADO Y EMPAQUE DE BANANO ORGANICO	OPERATIVO

Nota. Resultados de las cooperativas extraídas del directorio de cooperativas de la región Piura, considerando sólo al Centro Poblado en estudio (Huangalá). Fuente: Elaboración propia información extraída del Ministerio de la Producción en Software Excel 2016.

ANEXO 7: Empresas del Centro Poblado Huangalá

ASOCIACIÓN	SECTOR	DISTRITO	PROVINCIA	PRESIDENTE	ESTADO
Asociación de microproductores de banano orgánico Sector Huangalá	Huangalá	Sullana	Piura	Oswaldo	Inactiva
Cooperativa unión de bananeros orgánicos Inmaculada Concepción	Huangalá	Sullana	Piura	Santos Rodríguez	Activa
Cooperativa agraria de Huayquiquira de Huangalá	Huangalá	Sullana	Piura	Daniel Castillo Zapata	Activa
Cooperativa de productores de banano orgánico Pueblo Nuevo de Huangalá	Huangalá	Sullana	Piura	Santos	Activa
Cooperativa agraria de bananeros orgánicos de Huangalá	Huangalá	Sullana	Piura	Jaime Palacios Castro	Activa

Nota: Fuente: Información extraída del Gobierno Regional Piura en Software Excel 2016.

ANEXO 7: Validaciones

Para evaluar el instrumento deberá considerar los siguientes criterios:

A= Adecuado

MA= Muy Adecuado

D= Deficiente

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Variable 1: Competitividad

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Productividad													
1	La empresa tiene un rendimiento productivo con el que pueda competir en el mercado			X				X				X		
2	La empresa hace un uso adecuado de recursos en la etapa de producción			X				X				X		
3	La empresa tiene una oferta exportable diversificada			X				X				X		
4	La empresa tiene una oferta de productos con calidad competitiva			X				X				X		
5	Las mermas en la producción de la empresa se encuentran dentro de los parámetros establecidos para ser rentables, en relación a otras organizaciones del rubro			X				X				X		
6	El descarte obtenido del proceso por parte de la empresa puede ser vendido o es solicitado por el mercado			X				X				X		
7	La empresa es capaz de competir con otras organizaciones en cuanto al nivel total de producción			X				X				X		
8	La cantidad producida por la empresa es capaz de abastecer y cumplir los contratos generados			X				X				X		
	DIMENSIÓN 2: Innovaciones tecnológicas													
9	La empresa genera, aprende, o desarrolla nuevas formas, técnicas y/o métodos de producción			X				X				X		
10	La empresa invierte en capacitación, maquinaria, bienes y otros recursos con el propósito de obtener nuevas formas, técnicas, métodos de producción			X				X				X		

11	La empresa ha incluido o realizado mejoras en la etapa de procesamiento			X				X				X	
12	La empresa invierte o ha invertido en nuevas técnicas o métodos de proceso			X				X				X	
13	Se evidencia nuevas formas de promoción, ofertas y presencia en el mercado de la empresa			X				X				X	
14	Se ha implementado o planificado formas o técnicas de ventas novedosas, o nuevas formas de tener presencia en el mercado por parte de la empresa			X				X				X	
15	Se evidencian cambios o mejoras en la forma de organización de la empresa			X				X				X	
16	Se invierte en capacitaciones, reuniones u otros métodos que ayuden o mejoren el fortalecimiento organizacional			X				X				X	
DIMENSIÓN 3: Infraestructura													
17	La empresa cuenta o dispone con los bienes para una producción competitiva			X				X				X	
18	La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de producción competitiva			X				X				X	
19	La empresa cuenta o dispone con los bienes para una postproducción competitiva			X				X				X	
20	La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de postproducción competitiva			X				X				X	
21	La empresa cuenta o dispone con los bienes para una comercialización competitiva			X				X				X	
22	La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de comercialización competitiva			X				X				X	

Validación de Variable

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Zavala Zavala Oscar

DNI:07866558

Especialidad del validador: Temático [] Metodológico [] Estadístico [X]

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

11 de Mayo 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Paul', written above a horizontal line.

DNI: 07866558

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Variable 2: Exportación

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Oferta exportable													
1	La empresa tiene una cantidad ofertada competitiva en relación con sus símiles en la región			X				X				X		
2	La cantidad y calidad exportada y satisface los requerimientos del mercado			X				X				X		
3	La cantidad ofrecida por la empresa u organización ha venido creciendo competitivamente en su región			X				X				X		
	DIMENSIÓN 2: Desempeño exportador													
4	La empresa ha registrado exportaciones continuas y activas en los últimos años			X				X				X		
5	La empresa ha tenido un incremento sostenido de sus ventas			X				X				X		
6	Considera Ud. que la empresa u organización ha logrado cumplir con sus objetivos estratégicos			X				X				X		
7	Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con los competidores			X				X				X		
8	Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus proveedores de servicios			X				X				X		
9	Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus clientes			X				X				X		
	DIMENSIÓN 3: Diversificación de mercados													
10	La empresa cuenta con una cantidad considerable de clientes			X				X				X		
11	Estos clientes pertenecen a diversos mercados de destino			X				X				X		
12	La empresa atiende pedidos extraordinarios en cuanto a su planificación anual			X				X				X		

Validación de Variable

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Zavala Zavala Oscar

DNI:07866558

Especialidad del validador: Temático [] Metodológico [] Estadístico [X]

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

11 de Mayo 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'D. P. L.', is centered on the page.

DNI: 07866558

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Zavala Zavala Oscar
- I.2. Especialidad del Validador: Magister
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: - JUAREZ ESPINOZA, FRANCY ELIT
- VARONA SANTOS, FELICIA DEL ROCIO

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					90%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					90%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					90%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					90%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					90%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					90%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					90%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					90%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						90%

OPINIÓN DE APLICACIÓN:

Aplicable

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90%

Piura, 11 de Mayo del 2022.



DNI: 07866558

Para evaluar el instrumento deberá considerar los siguientes criterios:

A= Adecuado

MA= Muy Adecuado

D= Deficiente

MD= Muy deficiente

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Variable 1: Competitividad

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	MD	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Productividad													
1	La empresa tiene un rendimiento productivo con el que pueda competir en el mercado			X				X				X		
2	La empresa hace un uso adecuado de recursos en la etapa de producción			X				X				X		
3	La empresa tiene una oferta exportable diversificada			X				X				X		
4	La empresa tiene una oferta de productos con calidad competitiva			X				X				X		
5	Las mermas en la producción de la empresa se encuentran dentro de los parámetros establecidos para ser rentables, en relación a otras organizaciones del rubro			X				X				X		
6	El descarte obtenido del proceso por parte de la empresa puede ser vendido o es solicitado por el mercado			X				X				X		
7	La empresa es capaz de competir con otras organizaciones en cuanto al nivel total de producción			X				X				X		
8	La cantidad producida por la empresa es capaz de abastecer y cumplir los contratos generados			X				X				X		
	DIMENSIÓN 2: Innovaciones tecnológicas													
9	La empresa genera, aprende, o desarrolla nuevas formas, técnicas y/o métodos de producción			X				X				X		
10	La empresa invierte en capacitación, maquinaria, bienes y otros recursos con el propósito de obtener nuevas formas, técnicas, métodos de producción			X				X				X		

11	La empresa ha incluido o realizado mejoras en la etapa de procesamiento			X				X				X	
12	La empresa invierte o ha invertido en nuevas técnicas o métodos de proceso			X				X				X	
13	Se evidencia nuevas formas de promoción, ofertas y presencia en el mercado de la empresa			X				X				X	
14	Se ha implementado o planificado formas o técnicas de ventas novedosas, o nuevas formas de tener presencia en el mercado por parte de la empresa			X				X				X	
15	Se evidencian cambios o mejoras en la forma de organización de la empresa			X				X				X	
16	Se invierte en capacitaciones, reuniones u otros métodos que ayuden o mejoren el fortalecimiento organizacional			X				X				X	
DIMENSIÓN 3: Infraestructura													
17	La empresa cuenta o dispone con los bienes para una producción competitiva			X				X				X	
18	La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de producción competitiva			X				X				X	
19	La empresa cuenta o dispone con los bienes para una postproducción competitiva			X				X				X	
20	La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de postproducción competitiva			X				X				X	
21	La empresa cuenta o dispone con los bienes para una comercialización competitiva			X				X				X	
22	La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de comercialización competitiva			X				X				X	

Validación de Variable
Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia
Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []
Apellidos y nombres del juez validador. Castillo Heredia Gustavo
DNI: 06661715
Especialidad del validador: Temático [X] Metodológico [] Estadístico []
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

DNI: 06661715

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Variable 2: Exportación

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia			Relevancia			Claridad ³				Sugerencias
		1			2			M	D	A	M	
	DIMENSIÓN 1: Oferta exportable	M	D	A	M	D	A	M	D	A	M	
		D			A	D		A	D		A	
1	La empresa tiene una cantidad ofertada competitiva en relación con sus símiles en la región			X			X				X	
2	La cantidad y calidad exportada y satisface los requerimientos del mercado			X			X				X	
3	La cantidad ofrecida por la empresa u organización ha venido creciendo competitivamente en su región			X			X				X	
	DIMENSIÓN 2: Desempeño exportador											
4	La empresa ha registrado exportaciones continuas y activas en los últimos años			X			X				X	
5	La empresa ha tenido un incremento sostenido de sus ventas			X			X				X	
6	Considera Ud. que la empresa u organización ha logrado cumplir con sus objetivos estratégicos			X			X				X	
7	Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con los competidores			X			X				X	
8	Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus proveedores de servicios			X			X				X	
9	Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus clientes			X			X				X	
	DIMENSIÓN 3: Diversificación de mercados											
10	La empresa cuenta con una cantidad considerable de clientes			X			X				X	
11	Estos clientes pertenecen a diversos mercados de destino			X			X				X	
12	La empresa atiende pedidos extraordinarios en cuanto a su planificación anual			X			X				X	

Validación de Variable

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Castillo Heredia Gustavo

DNI: 06661715

Especialidad del validador: Temático [X] Metodológico [] Estadístico []

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



11 de Mayo 2022

DNI: 06661715

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante: Castillo Heredia Gustavo

I.2. Especialidad del Validador: Magister

I.3. Cargo e Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo

I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario

I.5. Autor del instrumento: - JUAREZ ESPINOZA, FRANCY ELIT

- VARONA SANTOS, FELICIA DEL ROCIO

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					90%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					90%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					90%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					90%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					90%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					90%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					90%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					90%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					90%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					90%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						90%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

Correcto.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 90%

Piura, 11 de mayo del 2022.



DNI: 06661715

Para evaluar el instrumento deberá considerar los siguientes criterios:

A= Adecuado

MA= Muy Adecuado

D= Deficiente

MD= Muy deficiente

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Variable 1: Competitividad

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	MA	M D	D	A	MA	M D	D	A	MA	
	DIMENSIÓN 1: Productividad													
1	La empresa tiene un rendimiento productivo con el que pueda competir en el mercado			X				X				X		
2	La empresa hace un uso adecuado de recursos en la etapa de producción			X				X				X		
3	La empresa tiene una oferta exportable diversificada			X				X				X		
4	La empresa tiene una oferta de productos con calidad competitiva			X				X				X		
5	Las mermas en la producción de la empresa se encuentran dentro de los parámetros establecidos para ser rentables, en relación a otras organizaciones del rubro			X				X				X		
6	El descarte obtenido del proceso por parte de la empresa puede ser vendido o es solicitado por el mercado			X				X				X		
7	La empresa es capaz de competir con otras organizaciones en cuanto al nivel total de producción			X				X				X		
8	La cantidad producida por la empresa es capaz de abastecer y cumplir los contratos generados			X				X				X		
	DIMENSIÓN 2: Innovaciones tecnológicas													
9	La empresa genera, aprende, o desarrolla nuevas formas, técnicas y/o métodos de producción			X				X				X		
10	La empresa invierte en capacitación, maquinaria, bienes y otros recursos con el propósito de obtener nuevas formas, técnicas,			X				X				X		

	métodos de producción																			
11	La empresa ha incluido o realizado mejoras en la etapa de procesamiento			X					X										X	
12	La empresa invierte o ha invertido en nuevas técnicas o métodos de proceso			X					X										X	
13	Se evidencian nuevas formas de promoción, ofertas y presencia en el mercado de la empresa.			X					X										X	
14	Se ha implementado o planificado formas o técnicas de ventas novedosas, o nuevas formas de tener presencia en el mercado por parte de la empresa			X					X										X	
15	Se evidencian cambios o mejoras en la forma de organización de la empresa			X					X										X	
16	Se invierte en capacitaciones, reuniones u otros métodos que ayuden o mejoren el fortalecimiento organizacional			X					X										X	
DIMENSIÓN 3: Infraestructura																				
17	La empresa cuenta o dispone con los bienes para una producción competitiva			X					X										X	
18	La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de producción competitiva			X					X										X	
19	La empresa cuenta o dispone con los bienes para una postproducción competitiva			X					X										X	
20	La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de postproducción competitiva			X					X										X	
21	La empresa cuenta o dispone con los bienes para una comercialización competitiva			X					X										X	
22	La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de comercialización competitiva			X					X										X	

Validación de Variable

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Quispe Farfán Dante

Especialidad del validador: Temático [X] Metodológico [] Estadístico []

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



DNI 10622951

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Variable 2: Exportación

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia			Relevancia			Claridad ³				Sugerencias
		1			2			M	D	A	M	
DIMENSIÓN 1: Oferta exportable		M	D	A	M	D	A	M	D	A	M	A
1	La empresa tiene una cantidad ofertada competitiva en relación con sus símiles en la región			X				X			X	
2	La cantidad y calidad exportada satisface los requerimientos del mercado			X				X			X	
3	La cantidad ofrecida por la empresa ha venido creciendo competitivamente en su región			X				X			X	
DIMENSIÓN 2: Desempeño exportador												
4	La empresa ha registrado exportaciones continuas y activas en los últimos años			X				X			X	
5	La empresa ha tenido un incremento sostenido de sus ventas			X				X			X	
6	Considera Ud. que la empresa ha logrado cumplir con sus objetivos estratégicos			X				X			X	
7	Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con los competidores			X				X			X	
8	Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus proveedores de servicios			X				X			X	
9	Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus clientes			X				X			X	
DIMENSIÓN 3: Diversificación de mercados												
10	La empresa cuenta con una cantidad considerable de clientes			X				X			X	
11	Estos clientes pertenecen a diversos mercados de destino			X				X			X	
12	La empresa atiende pedidos extraordinarios en cuanto a su planificación anual			X				X			X	

Validación de Variable

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Quispe Farfán Dante

Especialidad del validador: Temático [X] Metodológico [] Estadístico []

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



DNI 10622951

PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Quispe Farfán Dante
I.2. Especialidad del Validador: Magister
I.3. Cargo e Institución donde labora: Universidad César Vallejo
I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
I.5. Autor del instrumento: - JUAREZ ESPINOZA, FRANCY ELIT
- VARONA SANTOS, FELICIA DEL ROCIO

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

II. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

90%

Correcto.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Piura, 11 de Mayo 2022



Mg. Dante Quispe Farfán

DNI: 10622951

ANEXO 6: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Formato de cuestionario variable competitividad

Cuestionario físico competitividad

Sexo: _____

Tipo de actor:

Socio (), Personal administrativo (), Servicios por terceros (), Servicio logístico / comercialización ().

Instrucciones: el siguiente cuestionario mide el nivel de competitividad de la cadena productiva del banano de cada cooperativa.

Estimado actor, se pide que por favor responda el siguiente cuestionario con sinceridad no existen respuestas correctas o incorrectas, la información será manejada de forma general por lo que su confidencialidad está protegida y podría servir de guía y apoyo en decisiones para mejoras institucionales.

Marque con un aspa según corresponda:

Totalmente desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

ITEM	COMPETITIVIDAD DE LA CADENA PRODUCTIVA.	1	2	3	4	5
NIVEL DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD PRODUCTIVA						
1	¿La empresa tiene un rendimiento productivo con el que pueda competir en el mercado?					
2	¿La empresa hace un uso adecuado de recursos en la etapa de producción?					
NIVEL DE LA OFERTA EXPORTABLE						
3	¿La empresa tiene una oferta exportable diversificada?					
4	¿La empresa tiene una oferta de productos con calidad competitiva?					
NIVEL DE MERMA O DESCARTE						
5	¿Las mermas en la producción de la empresa se encuentran dentro de los parámetros establecidos para ser rentables, en relación a otras organizaciones del rubro?					
6	¿El descarte obtenido del proceso por parte de la empresa puede ser vendido o es solicitado por el mercado?					
NIVEL TOTAL DE PRODUCCIÓN						
7	¿La empresa es capaz de competir con otras organizaciones en cuanto al nivel total de producción?					

8	¿La cantidad producida por la empresa es capaz de abastecer y cumplir los contratos generados?					
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN LA PRODUCCIÓN						
9	¿La empresa genera, aprende, o desarrolla nuevas formas, técnicas y/o métodos de producción?					
10	¿La empresa invierte en capacitación, maquinaria, bienes y otros recursos con el propósito de obtener nuevas formas, técnicas, métodos de producción?					
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL PROCESO						
11	¿La empresa ha incluido o realizado mejoras en la etapa de procesamiento?					
12	¿La empresa invierte o ha invertido en nuevas técnicas o métodos de proceso?					
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL MARKETING						
13	¿Se evidencia nuevas formas de promoción, ofertas y presencia en el mercado de la empresa?					
14	¿Se ha implementado o planificado formas o técnicas de ventas novedosas, o nuevas formas de tener presencia en el mercado por parte de la empresa?					
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL ORGANIZACIONAL						
15	¿Se evidencian cambios o mejoras en la forma de organización de la empresa?					
16	¿Se invierte en capacitaciones, reuniones u otros métodos que ayuden o mejoren el fortalecimiento organizacional?					
DISPOSICIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y BIENES PARA LA PRODUCCIÓN.						
17	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una producción competitiva?					
18	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de producción competitiva?					
DISPOSICIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y BIENES PARA LA POSTPRODUCCIÓN.						
19	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una postproducción competitiva?					
20	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de postproducción competitiva?					
DISPOSICIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPOS, BIENES PARA LA COMERCIALIZACIÓN.						
21	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una comercialización competitiva?					
22	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de comercialización competitiva?					

ANEXO N° 04: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Formato de cuestionario variable exportación

Cuestionario físico Exportación

Sexo: _____

Tipo de actor:

Socio (), Personal administrativo (), Servicios por terceros (), Servicio logístico / comercialización ().

Instrucciones: el siguiente cuestionario mide el nivel de exportaciones del banano de cada cooperativa.

Estimado actor, se pide que por favor responda el siguiente cuestionario con sinceridad no existen respuestas correctas o incorrectas, la información será manejada de forma general por lo que su confidencialidad está protegida y podría servir de guía y apoyo en decisiones para mejoras institucionales.

Marque con un aspa según corresponda:

Totalmente desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

ITEM	EXPORTACIÓN	1	2	3	4	5
	CAPACIDAD EXPORTABLE					
1	¿La empresa tiene una cantidad ofertada competitiva en relación con sus similares en la región?					
2	¿La cantidad y calidad exportada y satisface los requerimientos del mercado?					
3	¿La cantidad ofrecida por la empresa ha venido creciendo competitivamente en su región?					
	SATISFACCIÓN CON EL DESEMPEÑO EXPORTADOR					
4	¿La empresa ha registrado exportaciones continuas y activas en los últimos años?					
5	¿La empresa ha tenido un incrementado sostenido de sus ventas?					
6	¿Considera Ud. que la empresa ha logrado cumplir con sus objetivos estratégicos?					

PERCEPCIÓN SOBRE EL COMPORTAMIENTO EXPORTADOR						
7	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con los competidores?					
8	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus proveedores de servicios?					
9	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus clientes?					
CAPACIDAD PARA INCREMENTAR PARTICIPACIÓN EN LOS MERCADOS						
10	¿La empresa cuenta con una cantidad considerable de clientes?					
11	¿Estos clientes pertenecen a diversos mercados de destino?					
12	¿La empresa atiende pedidos extraordinarios en cuanto a su planificación anual?					

ANEXO 7: Encuestas físicas realizadas

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Formato de cuestionario variable competitividad

Cuestionario virtual competitividad

Sexo: FEMENINO

Tipo de actor:

Socio () , Personal administrativo (), Servicios por terceros (), Servicio logístico / comercialización ().

Instrucciones: el siguiente cuestionario mide el nivel de competitividad de la cadena productiva del banano de cada cooperativa.

Estimado actor, se pide que por favor responda el siguiente cuestionario con sinceridad no existen respuestas correctas o incorrectas, la información será manejada de forma general por lo que su confidencialidad está protegida y podría servir de guía y apoyo en decisiones para mejoras institucionales.

Marque con un aspa según corresponda:

Totalmente desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

ÍTEM	COMPETITIVIDAD	1	2	3	4	5
NIVEL DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD PRODUCTIVA						
1	¿La empresa tiene un rendimiento productivo con el que pueda competir en el mercado?					X
2	¿La empresa hace un uso adecuado de recursos en la etapa de producción?					X
NIVEL DE LA OFERTA EXPORTABLE						
3	¿La empresa tiene una oferta exportable diversificada?					X
4	¿La empresa tiene una oferta de productos con calidad competitiva?					X
NIVEL DE MERMA O DESCARTE						
5	¿Las mermas en la producción de la empresa se encuentran dentro de los parámetros establecidos para ser rentables, en relación a otras organizaciones del rubro?					X
6	¿El descarte obtenido del proceso por parte de la empresa puede ser vendido o es solicitado por el mercado?					X
NIVEL TOTAL DE PRODUCCIÓN						
7	¿La empresa es capaz de competir con otras organizaciones en cuanto al nivel total de producción?					X
8	¿La cantidad producida por la empresa es capaz de abastecer y cumplir los contratos generados?					X
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN LA PRODUCCIÓN						
9	¿La empresa genera, aprende, o desarrolla nuevas formas, técnicas y/o métodos de producción?					X
10	¿La empresa invierte en capacitación, maquinaria, bienes y otros recursos con el propósito de obtener nuevas formas, técnicas, métodos de producción?					X

INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL PROCESO					
11	¿La empresa ha incluido o realizado mejoras en la etapa de procesamiento?				X
12	¿La empresa invierte o ha invertido en nuevas técnicas o métodos de proceso?				X
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL MARKETING					
13	¿Se evidencian nuevas formas de promoción, ofertas y presencia en el mercado de la empresa?				X
14	¿Se ha implementado o planificado formas o técnicas de ventas novedosas, o nuevas formas de tener presencia en el mercado por parte de la empresa?				X
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL ORGANIZACIONAL					
15	¿Se evidencian cambios o mejoras en la forma de organización de la empresa?				X
16	¿Se invierte en capacitaciones, reuniones u otros métodos que ayuden o mejoren el fortalecimiento organizacional?				X
DISPOSICIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y BIENES PARA LA PRODUCCIÓN					
17	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una producción competitiva?				X
18	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de producción competitiva?				X
DISPOSICIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y BIENES PARA LA POSTPRODUCCIÓN					
19	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una postproducción competitiva?				X
20	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de postproducción competitiva?				X
DISPOSICIÓN MAQUINARIA, EQUIPOS, BIENES PARA LA COMERCIALIZACIÓN					
21	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una comercialización competitiva?				X
22	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de comercialización competitiva?				X

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Formato de cuestionario variable competitividad

Cuestionario virtual competitividad

Sexo: femenino

Tipo de actor:

Socio (x), Personal administrativo (), Servicios por terceros (), Servicio logístico / comercialización ().

Instrucciones: el siguiente cuestionario mide el nivel de competitividad de la cadena productiva del banano de cada cooperativa.

Estimado actor, se pide que por favor responda el siguiente cuestionario con sinceridad no existen respuestas correctas o incorrectas, la información será manejada de forma general por lo que su confidencialidad está protegida y podría servir de guía y apoyo en decisiones para mejoras institucionales.

Marque con un aspa según corresponda:

Totalmente desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

ÍTEM	COMPETITIVIDAD	1	2	3	4	5
NIVEL DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD PRODUCTIVA						
1	¿La empresa tiene un rendimiento productivo con el que pueda competir en el mercado?				x	
2	¿La empresa hace un uso adecuado de recursos en la etapa de producción?				x	
NIVEL DE LA OFERTA EXPORTABLE						
3	¿La empresa tiene una oferta exportable diversificada?					x
4	¿La empresa tiene una oferta de productos con calidad competitiva?					x
NIVEL DE MERMA O DESCARTE						
5	¿Las mermas en la producción de la empresa se encuentran dentro de los parámetros establecidos para ser rentables, en relación a otras organizaciones del rubro?					x
6	¿El descarte obtenido del proceso por parte de la empresa puede ser vendido o es solicitado por el mercado?					x
NIVEL TOTAL DE PRODUCCIÓN						
7	¿La empresa es capaz de competir con otras organizaciones en cuanto al nivel total de producción?					x
8	¿La cantidad producida por la empresa es capaz de abastecer y cumplir los contratos generados?					x
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN LA PRODUCCIÓN						
9	¿La empresa genera, aprende, o desarrolla nuevas formas, técnicas y/o métodos de producción?					x
10	¿La empresa invierte en capacitación, maquinaria, bienes y otros recursos con el propósito de obtener nuevas formas, técnicas, métodos de producción?					x

INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL PROCESO						
11	¿La empresa ha incluido o realizado mejoras en la etapa de procesamiento?					X
12	¿La empresa invierte o ha invertido en nuevas técnicas o métodos de proceso?					X
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL MARKETING						
13	¿Se evidencian nuevas formas de promoción, ofertas y presencia en el mercado de la empresa?				X	
14	¿Se ha implementado o planificado formas o técnicas de ventas novedosas, o nuevas formas de tener presencia en el mercado por parte de la empresa?					X
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL ORGANIZACIONAL						
15	¿Se evidencian cambios o mejoras en la forma de organización de la empresa?					X
16	¿Se invierte en capacitaciones, reuniones u otros métodos que ayuden o mejoren el fortalecimiento organizacional?				X	
DISPOSICIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y BIENES PARA LA PRODUCCIÓN.						
17	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una producción competitiva?				X	
18	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de producción competitiva?				X	
DISPOSICIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y BIENES PARA LA POSTPRODUCCIÓN						
19	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una postproducción competitiva?					X
20	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de postproducción competitiva?					X
DISPOSICIÓN MAQUINARIA, EQUIPOS, BIENES PARA LA COMERCIALIZACIÓN						
21	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una comercialización competitiva?					X
22	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de comercialización competitiva?					X

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Formato de cuestionario variable competitividad

Cuestionario virtual competitividad

Sexo: Masculino

Tipo de actor:

Socio (), Personal administrativo (), Servicios por terceros (), Servicio logístico / comercialización ().

Instrucciones: el siguiente cuestionario mide el nivel de competitividad de la cadena productiva del banano de cada cooperativa.

Estimado actor, se pide que por favor responda el siguiente cuestionario con sinceridad no existen respuestas correctas o incorrectas, la información será manejada de forma general por lo que su confidencialidad está protegida y podría servir de guía y apoyo en decisiones para mejoras institucionales.

Marque con un aspa según corresponda:

Totalmente desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

ITEM	COMPETITIVIDAD	1	2	3	4	5
NIVEL DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD PRODUCTIVA						
1	¿La empresa tiene un rendimiento productivo con el que pueda competir en el mercado?				X	
2	¿La empresa hace un uso adecuado de recursos en la etapa de producción?				X	
NIVEL DE LA OFERTA EXPORTABLE						
3	¿La empresa tiene una oferta exportable diversificada?				X	
4	¿La empresa tiene una oferta de productos con calidad competitiva?				X	
NIVEL DE MERMA O DESCARTE						
5	¿Las mermas en la producción de la empresa se encuentran dentro de los parámetros establecidos para ser rentables, en relación a otras organizaciones del rubro?				X	
6	¿El descarte obtenido del proceso por parte de la empresa puede ser vendido o es solicitado por el mercado?				X	
NIVEL TOTAL DE PRODUCCIÓN						
7	¿La empresa es capaz de competir con otras organizaciones en cuanto al nivel total de producción?					X
8	¿La cantidad producida por la empresa es capaz de abastecer y cumplir los contratos generados?					X
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN LA PRODUCCIÓN						
9	¿La empresa genera, aprende, o desarrolla nuevas formas, técnicas y/o métodos de producción?				X	
10	¿La empresa invierte en capacitación, maquinaria, bienes y otros recursos con el propósito de obtener nuevas formas, técnicas, métodos de producción?				X	

INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL PROCESO					
11	¿La empresa ha incluido o realizado mejoras en la etapa de procesamiento?				X
12	¿La empresa invierte o ha invertido en nuevas técnicas o métodos de proceso?				X
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL MARKETING					
13	¿Se evidencian nuevas formas de promoción, ofertas y presencia en el mercado de la empresa?			X	
14	¿Se ha implementado o planificado formas o técnicas de ventas novedosas, o nuevas formas de tener presencia en el mercado por parte de la empresa?			X	
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL ORGANIZACIONAL					
15	¿Se evidencian cambios o mejoras en la forma de organización de la empresa?				X
16	¿Se invierte en capacitaciones, reuniones u otros métodos que ayuden o mejoren el fortalecimiento organizacional?				X
DISPOSICIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y BIENES PARA LA PRODUCCIÓN.					
17	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una producción competitiva?				X
18	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de producción competitiva?			X	
DISPOSICIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y BIENES PARA LA POSTPRODUCCIÓN.					
19	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una postproducción competitiva?			X	
20	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de postproducción competitiva?				X
DISPOSICIÓN MAQUINARIA, EQUIPOS, BIENES PARA LA COMERCIALIZACIÓN.					
21	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una comercialización competitiva?			X	
22	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de comercialización competitiva?			X	

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Formato de cuestionario variable competitividad

Cuestionario virtual competitividad

Sexo: Masculino

Tipo de actor:

Socio (), Personal administrativo (), Servicios por terceros (), Servicio logístico / comercialización ().

Instrucciones: el siguiente cuestionario mide el nivel de competitividad de la cadena productiva del banano de cada cooperativa.

Estimado actor, se pide que por favor responda el siguiente cuestionario con sinceridad no existen respuestas correctas o incorrectas, la información será manejada de forma general por lo que su confidencialidad está protegida y podría servir de guía y apoyo en decisiones para mejoras institucionales.

Marque con un aspa según corresponda:

Totalmente desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

ITEM	COMPETITIVIDAD	1	2	3	4	5
NIVEL DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD PRODUCTIVA						
1	¿La empresa tiene un rendimiento productivo con el que pueda competir en el mercado?				X	
2	¿La empresa hace un uso adecuado de recursos en la etapa de producción?				X	
NIVEL DE LA OFERTA EXPORTABLE						
3	¿La empresa tiene una oferta exportable diversificada?				X	
4	¿La empresa tiene una oferta de productos con calidad competitiva?				X	
NIVEL DE MERMA O DESCARTE						
5	¿Las mermas en la producción de la empresa se encuentran dentro de los parámetros establecidos para ser rentables, en relación a otras organizaciones del rubro?				X	
6	¿El descarte obtenido del proceso por parte de la empresa puede ser vendido o es solicitado por el mercado?				X	
NIVEL TOTAL DE PRODUCCIÓN						
7	¿La empresa es capaz de competir con otras organizaciones en cuanto al nivel total de producción?				X	
8	¿La cantidad producida por la empresa es capaz de abastecer y cumplir los contratos generados?			X		
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN LA PRODUCCIÓN						
9	¿La empresa genera, aprende, o desarrolla nuevas formas, técnicas y/o métodos de producción?			X		
10	¿La empresa invierte en capacitación, maquinaria, bienes y otros recursos con el propósito de obtener nuevas formas, técnicas, métodos de producción?					X

INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL PROCESO					
11	¿La empresa ha incluido o realizado mejoras en la etapa de procesamiento?			X	
12	¿La empresa invierte o ha invertido en nuevas técnicas o métodos de proceso?			X	
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL MARKETING					
13	¿Se evidencian nuevas formas de promoción, ofertas y presencia en el mercado de la empresa?			X	
14	¿Se ha implementado o planificado formas o técnicas de ventas novedosas, o nuevas formas de tener presencia en el mercado por parte de la empresa?				X
INNOVACIONES INTRODUCIDAS EN EL ORGANIZACIONAL					
15	¿Se evidencian cambios o mejoras en la forma de organización de la empresa?				X
16	¿Se invierte en capacitaciones, reuniones u otros métodos que ayuden o mejoren el fortalecimiento organizacional?				X
DISPOSICIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y BIENES PARA LA PRODUCCIÓN.					
17	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una producción competitiva?				X
18	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de producción competitiva?			X	
DISPOSICIÓN DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y BIENES PARA LA POSTPRODUCCIÓN.					
19	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una postproducción competitiva?				X
20	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de postproducción competitiva?			X	
DISPOSICIÓN MAQUINARIA, EQUIPOS, BIENES PARA LA COMERCIALIZACIÓN.					
21	¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una comercialización competitiva?			X	
22	¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de comercialización competitiva?				X

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Formato de cuestionario variable exportación

Cuestionario virtual Exportación

Sexo: Femenino

Tipo de actor:

Socio () , Personal administrativo () , Servicios por terceros () , Servicio logístico / comercialización () .

Instrucciones: el siguiente cuestionario mide el nivel de exportaciones del banano de cada cooperativa.

Estimado actor, se pide que por favor responda el siguiente cuestionario con sinceridad no existen respuestas correctas o incorrectas, la información será manejada de forma general por lo que su confidencialidad está protegida y podría servir de guía y apoyo en decisiones para mejoras institucionales.

Marque con un aspa según corresponda:

Totalmente desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

ITEM	EXPORTACIONES	1	2	3	4	5
CAPACIDAD EXPORTABLE						
1	¿La empresa tiene una cantidad ofertada competitiva en relación con sus similares en la región?					X
2	¿La cantidad y calidad exportada satisface los requerimientos del mercado?					X
3	¿La cantidad ofrecida por la empresa ha venido creciendo competitivamente en su región?					X
SATISFACCIÓN CON EL DESEMPEÑO EXPORTADOR						
4	¿La empresa ha registrado exportaciones continuas y activas en los últimos años?					X
5	¿La empresa ha tenido un incremento sostenido de sus ventas?					X
6	¿Considera Ud. que la empresa ha logrado cumplir con sus objetivos estratégicos?					X
PERCEPCIÓN SOBRE EL COMPORTAMIENTO EXPORTADOR						
7	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con los competidores?					X
8	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus proveedores de servicios?					X
9	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus clientes?					X
CAPACIDAD PARA INCREMENTAR PARTICIPACIÓN EN LOS MERCADOS						
10	¿La empresa cuenta con una cantidad considerable de clientes?					X
11	¿Estos clientes pertenecen a diversos mercados de destino?					X
12	¿La empresa atiende pedidos extraordinarios en cuanto a su planificación anual?					X

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Formato de cuestionario variable exportación

Cuestionario virtual Exportación

Sexo: Femenino

Tipo de actor:

Socio (X), Personal administrativo (), Servicios por terceros (), Servicio logístico / comercialización ().

Instrucciones: el siguiente cuestionario mide el nivel de exportaciones del banano de cada cooperativa.

Estimado actor, se pide que por favor responda el siguiente cuestionario con sinceridad no existen respuestas correctas o incorrectas, la información será manejada de forma general por lo que su confidencialidad está protegida y podría servir de guía y apoyo en decisiones para mejoras institucionales.

Marque con un aspa según corresponda:

Totalmente desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

ÍTEM	EXPORTACIONES	1	2	3	4	5
CAPACIDAD EXPORTABLE						
1	¿La empresa tiene una cantidad ofertada competitiva en relación con sus símiles en la región?				X	
2	¿La cantidad y calidad exportada satisface los requerimientos del mercado?				X	
3	¿La cantidad ofrecida por la empresa ha venido creciendo competitivamente en su región?					X
SATISFACCIÓN CON EL DESEMPEÑO EXPORTADOR						
4	¿La empresa ha registrado exportaciones continuas y activas en los últimos años?					X
5	¿La empresa ha tenido un incremento sostenido de sus ventas?					X
6	¿Considera Ud. que la empresa ha logrado cumplir con sus objetivos estratégicos?					X
PERCEPCIÓN SOBRE EL COMPORTAMIENTO EXPORTADOR						
7	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con los competidores?					X
8	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus proveedores de servicios?					X
9	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus clientes?					X
CAPACIDAD PARA INCREMENTAR PARTICIPACIÓN EN LOS MERCADOS						
10	¿La empresa cuenta con una cantidad considerable de clientes?					X
11	¿Estos clientes pertenecen a diversos mercados de destino?					X
12	¿La empresa atiende pedidos extraordinarios en cuanto a su planificación anual?					X

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Formato de cuestionario variable exportación

Cuestionario virtual Exportación

Sexo: Masculino

Tipo de actor:

Socio (), Personal administrativo (X), Servicios por terceros (), Servicio logístico / comercialización ().

Instrucciones: el siguiente cuestionario mide el nivel de exportaciones del banano de cada cooperativa.

Estimado actor, se pide que por favor responda el siguiente cuestionario con sinceridad no existen respuestas correctas o incorrectas, la información será manejada de forma general por lo que su confidencialidad está protegida y podría servir de guía y apoyo en decisiones para mejoras institucionales.

Marque con un aspa según corresponda:

Totalmente desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

ÍTEM	EXPORTACIONES	1	2	3	4	5
CAPACIDAD EXPORTABLE						
1	¿La empresa tiene una cantidad ofertada competitiva en relación con sus similares en la región?				X	
2	¿La cantidad y calidad exportada satisface los requerimientos del mercado?					X
3	¿La cantidad ofrecida por la empresa ha venido creciendo competitivamente en su región?					X
SATISFACCIÓN CON EL DESEMPEÑO EXPORTADOR						
4	¿La empresa ha registrado exportaciones continuas y activas en los últimos años?					X
5	¿La empresa ha tenido un incremento sostenido de sus ventas?					X
6	¿Considera Ud. que la empresa ha logrado cumplir con sus objetivos estratégicos?					X
PERCEPCIÓN SOBRE EL COMPORTAMIENTO EXPORTADOR						
7	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con los competidores?					X
8	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus proveedores de servicios?					X
9	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus clientes?					X
CAPACIDAD PARA INCREMENTAR PARTICIPACIÓN EN LOS MERCADOS						
10	¿La empresa cuenta con una cantidad considerable de clientes?					X
11	¿Estos clientes pertenecen a diversos mercados de destino?				X	
12	¿La empresa atiende pedidos extraordinarios en cuanto a su planificación anual?				X	

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Formato de cuestionario variable exportación

Cuestionario virtual Exportación

Sexo: Masculino

Tipo de actor:

Socio (), Personal administrativo (X), Servicios por terceros (), Servicio logístico / comercialización ().

Instrucciones: el siguiente cuestionario mide el nivel de exportaciones del banano de cada cooperativa.

Estimado actor, se pide que por favor responda el siguiente cuestionario con sinceridad no existen respuestas correctas o incorrectas, la información será manejada de forma general por lo que su confidencialidad está protegida y podría servir de guía y apoyo en decisiones para mejoras institucionales.

Marque con un aspa según corresponda:

Totalmente desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

ÍTEM	EXPORTACIONES	1	2	3	4	5
CAPACIDAD EXPORTABLE						
1	¿La empresa tiene una cantidad ofertada competitiva en relación con sus símiles en la región?				X	
2	¿La cantidad y calidad exportada satisface los requerimientos del mercado?				X	
3	¿La cantidad ofrecida por la empresa ha venido creciendo competitivamente en su región?				X	
SATISFACCIÓN CON EL DESEMPEÑO EXPORTADOR						
4	¿La empresa ha registrado exportaciones continuas y activas en los últimos años?				X	
5	¿La empresa ha tenido un incremento sostenido de sus ventas?				X	
6	¿Considera Ud. que la empresa ha logrado cumplir con sus objetivos estratégicos?				X	
PERCEPCIÓN SOBRE EL COMPORTAMIENTO EXPORTADOR						
7	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con los competidores?				X	
8	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus proveedores de servicios?					X
9	¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus clientes?					X
CAPACIDAD PARA INCREMENTAR PARTICIPACIÓN EN LOS MERCADOS						
10	¿La empresa cuenta con una cantidad considerable de clientes?					X
11	¿Estos clientes pertenecen a diversos mercados de destino?					X
12	¿La empresa atiende pedidos extraordinarios en cuanto a su planificación anual?					X

ANEXO 8: Cuestionario Virtual

Cuestionario virtual de competitividad.

Instrucciones: el siguiente cuestionario mide el nivel de competitividad de la cadena productiva del banano de cada cooperativa.

Entiéndase por "COMPETITIVIDAD"

La capacidad para competir en el mercado, de mantenerse en el y generar ganancias. Las dimensiones, indicadores y preguntas deben entenderse según ese contexto.

Estimado actor, se pide que por favor responda el siguiente cuestionario con sinceridad no existen respuestas correctas o incorrectas, la información será manejada de forma general por lo que su confidencialidad esta protegida y podría servir de guía y apoyo en decisiones para mejoras institucionales .

Marque según corresponda:

Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), ni acuerdo ni desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

Cuestionario virtual nivel de las exportaciones

Instrucciones: el siguiente cuestionario mide el nivel de exportaciones conseguidas por cada cooperativa.

Estimado actor, se pide que por favor responda el siguiente cuestionario con sinceridad no existen respuestas correctas o incorrectas, la información será manejada de forma general por lo que su confidencialidad esta protegida y podría servir de guía y apoyo en decisiones para mejoras institucionales . Permiéndole dar su consentimiento para que las respuestas sean publicadas para fines académicos.

Marque con un aspa según corresponda:

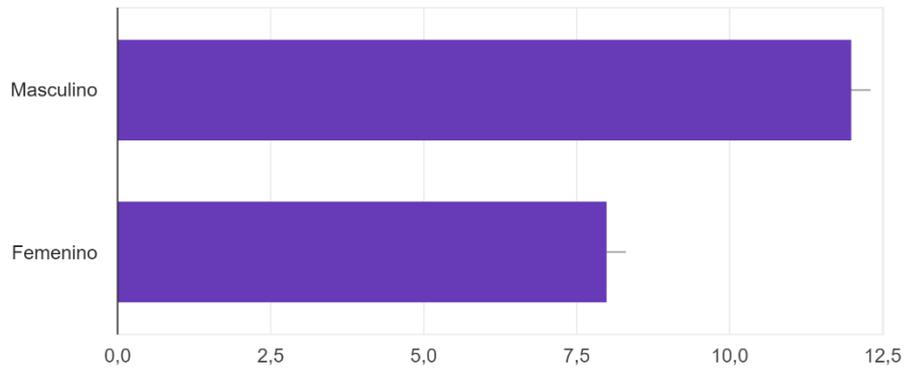
Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), ni acuerdo ni desacuerdo (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

ANEXO 9: Encuestas virtuales realizadas

Cuestionario de competitividad

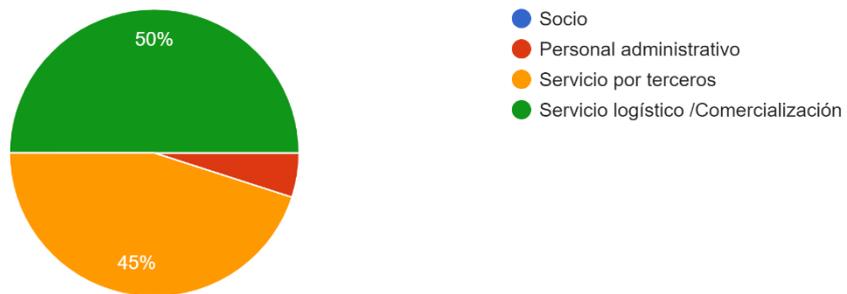
Sexo

20 respuestas



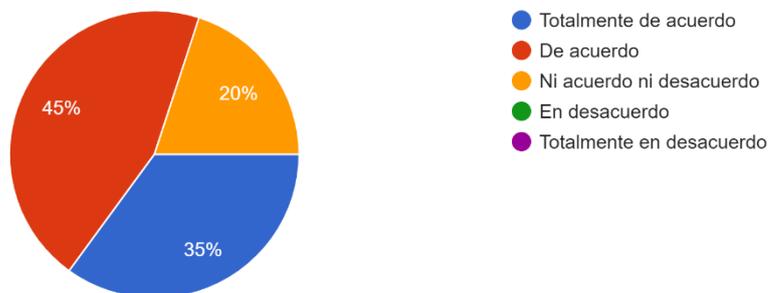
¿Cómo actor de la cadena productiva del banano Ud. es?

20 respuestas



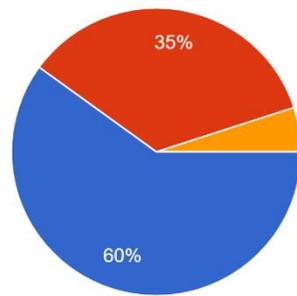
¿La empresa tiene un rendimiento productivo con el que pueda competir en el mercado?

20 respuestas



¿La empresa hace un uso adecuado de recursos en la etapa de producción?

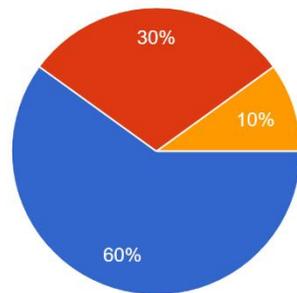
20 respuestas



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿La empresa tiene una oferta exportable diversificada ?

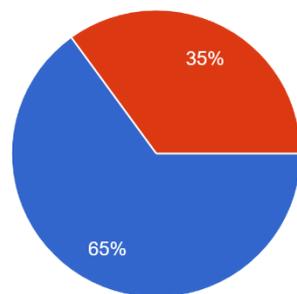
20 respuestas



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿La empresa tiene una oferta de productos con calidad competitiva?

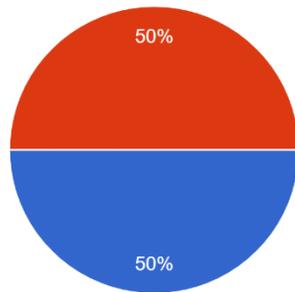
20 respuestas



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Las mermas en la producción de la empresa se encuentra dentro de los parámetros establecidos para ser rentables, en relación a otras organizaciones del rubro?

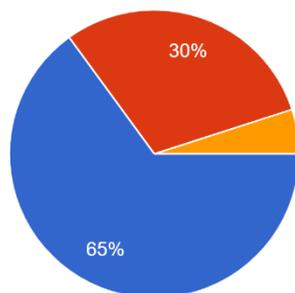
20 respuestas



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿El descarte obtenido del proceso por parte de la empresa puede ser vendido o es solicitado por el mercado?

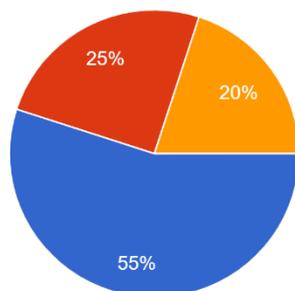
20 respuestas



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿La empresa es capaz de competir con otras organizaciones en cuanto al nivel total de producción?

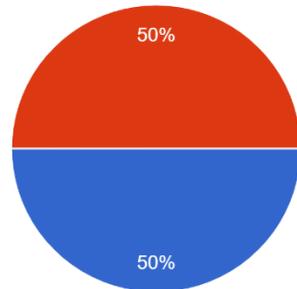
20 respuestas



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿La cantidad producida por la empresa es capaz de abastecer y cumplir los contratos generados?

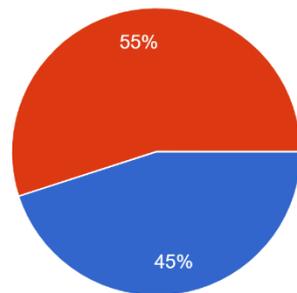
20 respuestas



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿La empresa genera, aprende, o desarrolla nuevas formas, técnicas y/o métodos de producción?

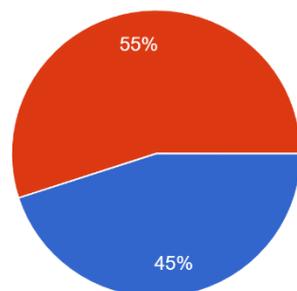
20 respuestas



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿La empresa invierte en capacitación, maquinaria, bienes y otros recursos con el propósito de obtener nuevas formas, técnicas, métodos de producción?

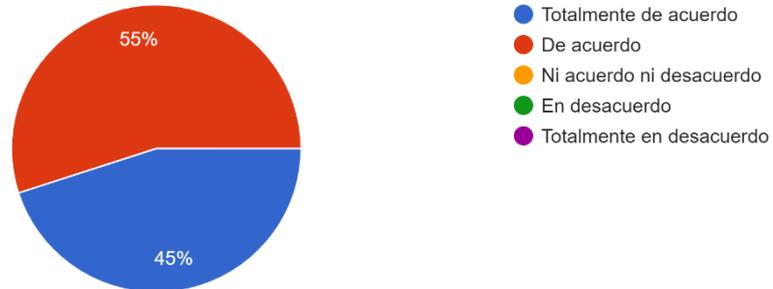
20 respuestas



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

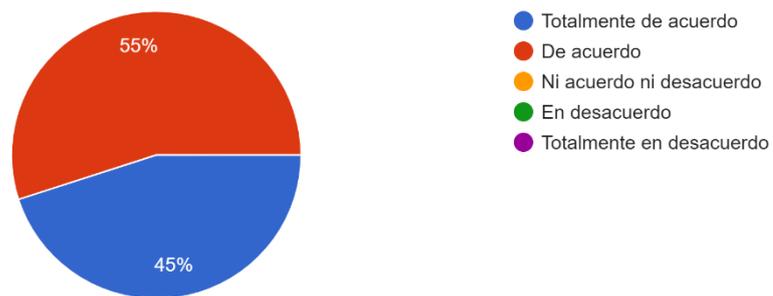
¿La empresa ha incluido o realizado mejoras en la etapa de procesamiento?

20 respuestas



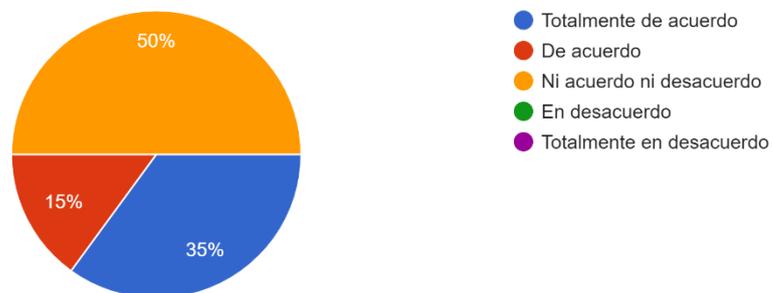
¿La empresa invierte o ha invertido en nuevas técnicas o métodos de proceso?

20 respuestas



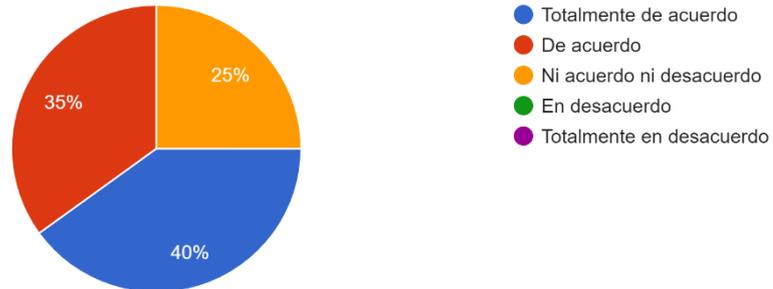
¿Se evidencia nuevas formas de promoción, ofertas y presencia en el mercado de la empresa?

20 respuestas



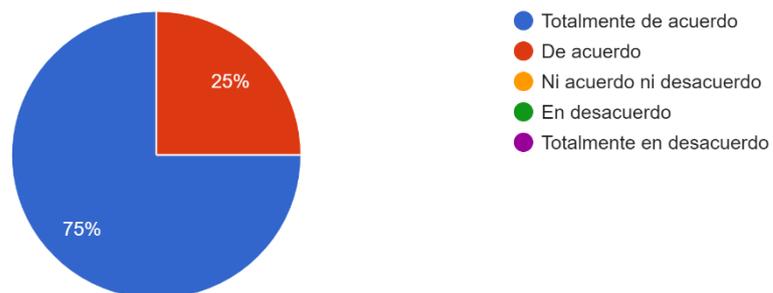
¿Se ha implementado o planificado formas o técnicas de ventas novedosas, o nuevas formas de tener presencia en el mercado por parte de la empresa ?

20 respuestas



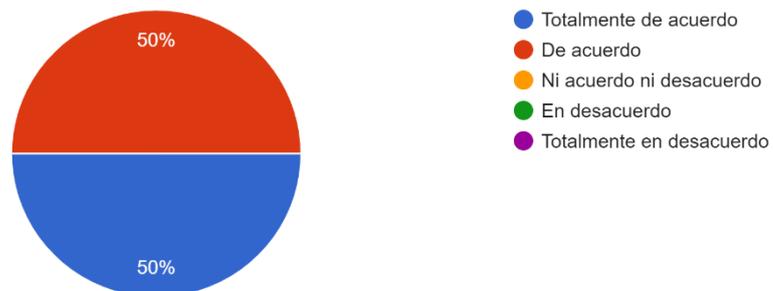
¿Se evidencia cambios o mejoras en la forma de organización de la empresa?

20 respuestas



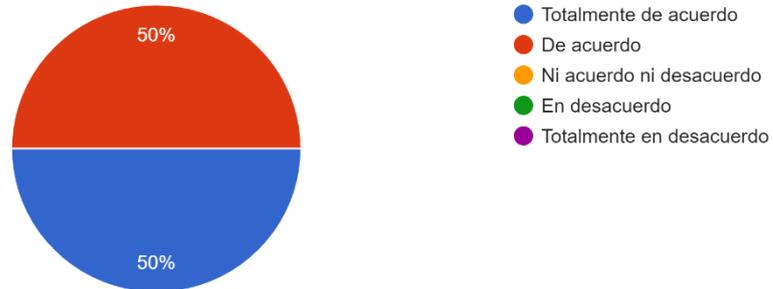
¿Se invierte en capacitaciones, reuniones u otros métodos que ayuden o mejoren el fortalecimiento organizacional?

20 respuestas



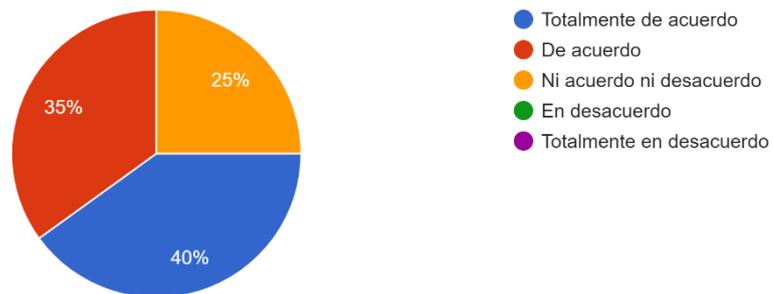
¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una producción competitiva?

20 respuestas



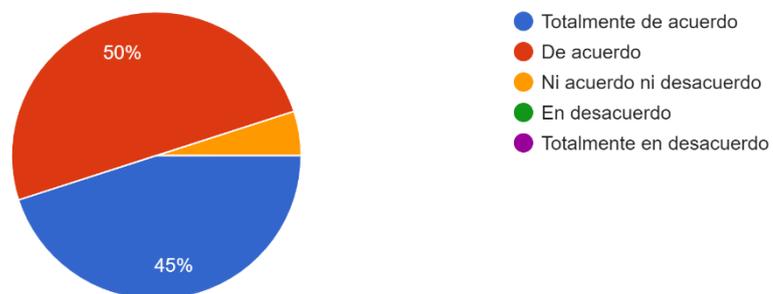
¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de producción competitiva?

20 respuestas



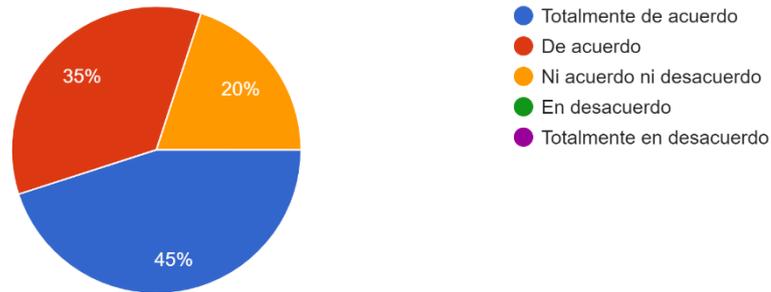
¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una postproducción competitiva?

20 respuestas



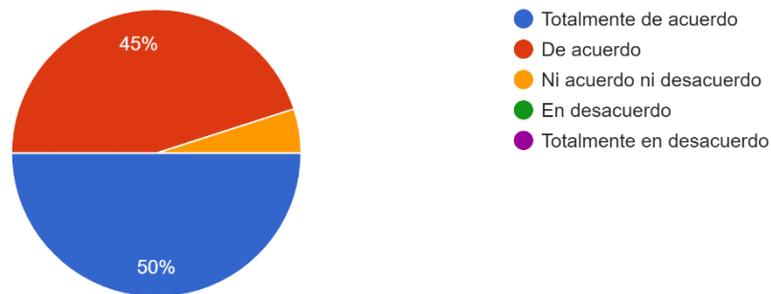
¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de postproducción competitiva?

20 respuestas



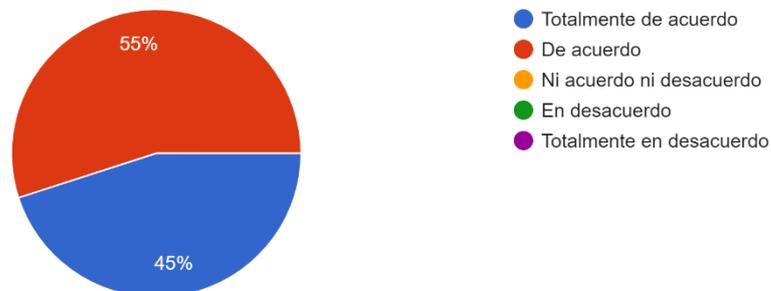
¿La empresa cuenta o dispone con los bienes para una comercialización competitiva?

20 respuestas



¿La empresa invierte o genera alianzas y compromisos que hacen posible la disposición de los bienes requeridos para un nivel de comercialización competitiva?

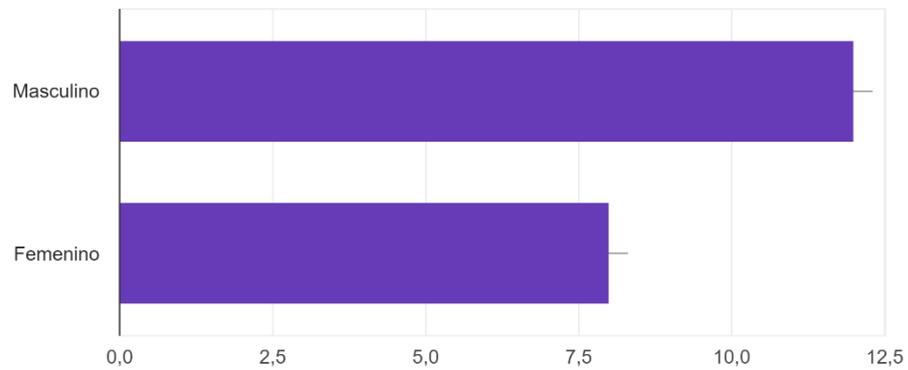
20 respuestas



Cuestionario virtual de exportación

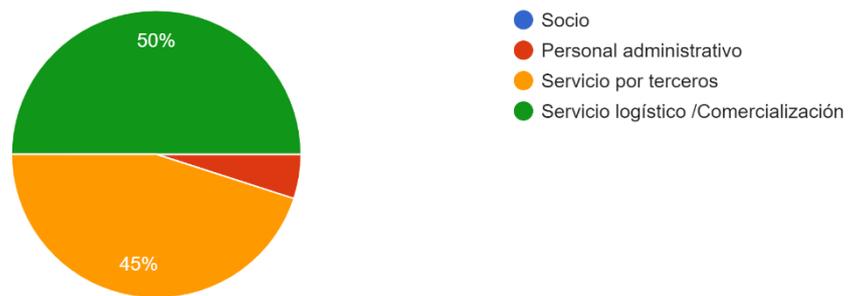
Sexo

20 respuestas



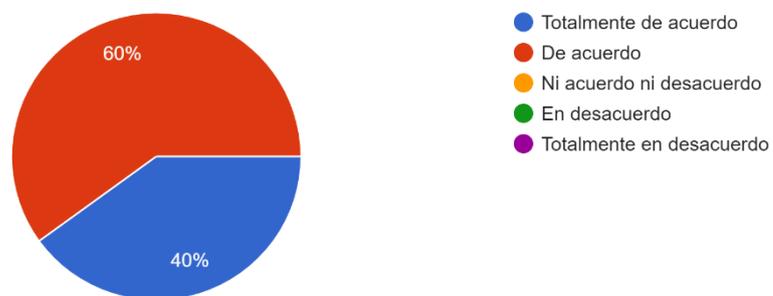
¿Cómo actor de la cadena productiva del banano Ud. es?

20 respuestas



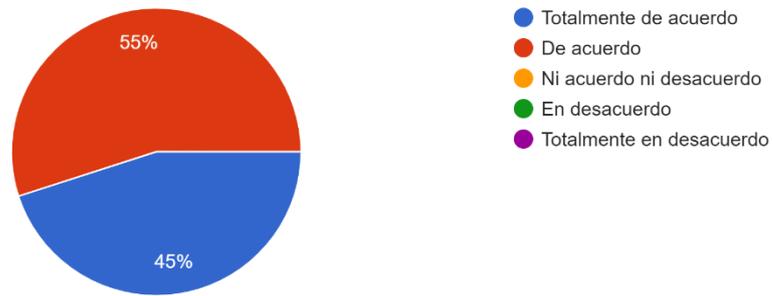
¿La empresa tiene una cantidad ofertada competitiva en relación con sus símiles en la región?

20 respuestas



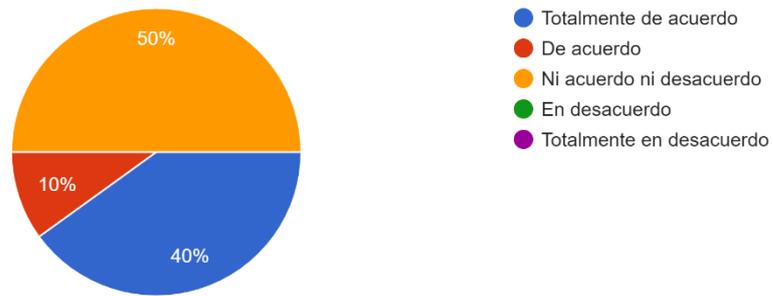
¿La cantidad y calidad exportada satisface los requerimientos del mercado?

20 respuestas



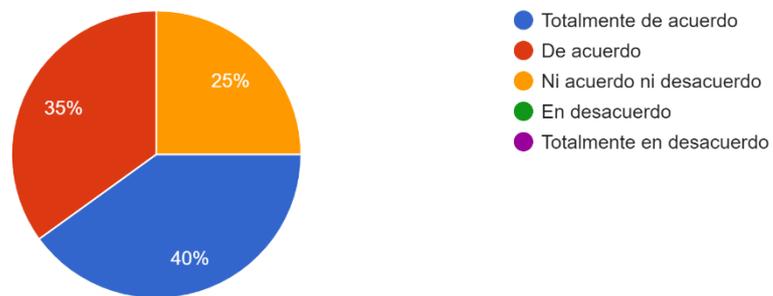
¿La cantidad ofrecida por la empresa ha venido creciendo competitivamente en su región?

20 respuestas



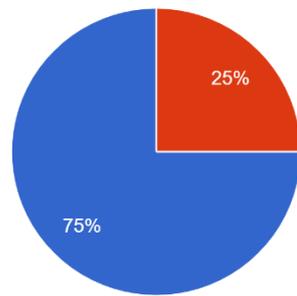
¿La empresa ha registrado exportaciones continuas y activas en los últimos años?

20 respuestas



¿La empresa ha tenido un incremento sostenido de sus ventas?

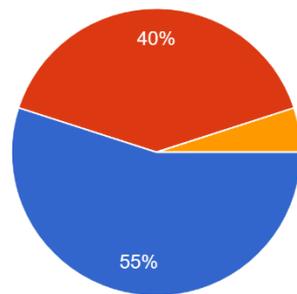
20 respuestas



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Considera Ud. que la empresa ha logrado cumplir con sus objetivos estratégicos?

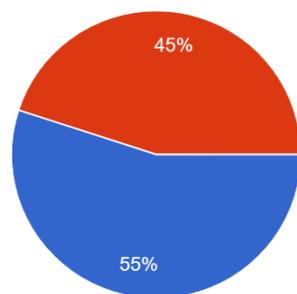
20 respuestas



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con los competidores?

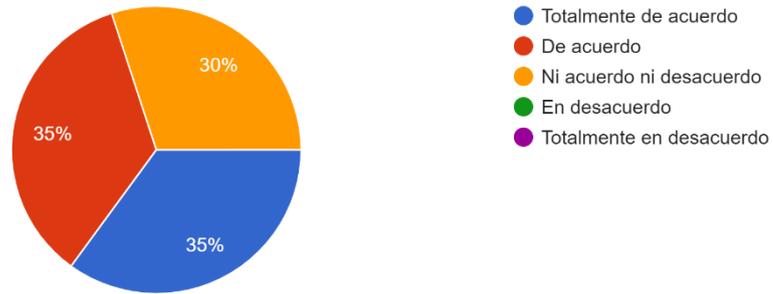
20 respuestas



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

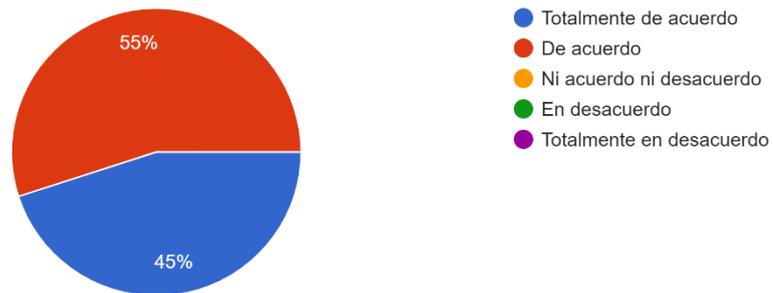
¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus proveedores de servicios?

20 respuestas



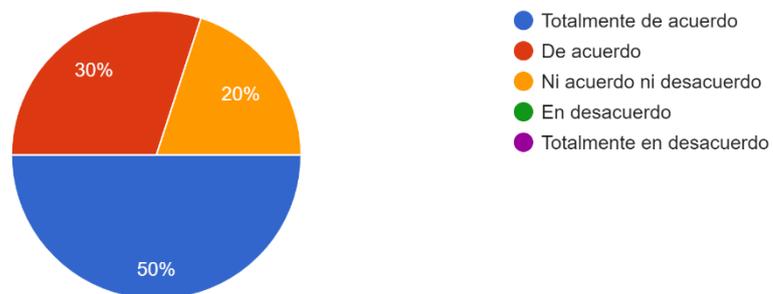
¿Consideras que el exportador cuenta con una buena reputación con sus clientes?

20 respuestas



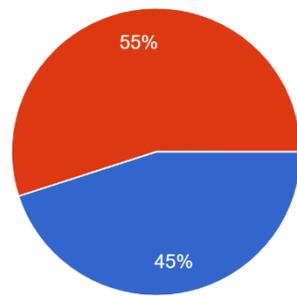
¿La empresa cuenta con una cantidad considerable de clientes?

20 respuestas



¿Estos clientes pertenecen a diversos mercados de destino?

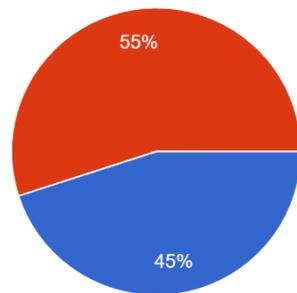
20 respuestas



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

¿La empresa atiende pedidos extraordinarios en cuanto a su planificación anual?

20 respuestas



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni acuerdo ni desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

ANEXO 10 Personal realizando encuesta virtual



Integrantes de las cooperativas respondiendo los cuestionarios



Visita a la cooperativa Agraria de Usuarios-UBOIC



Visita a la cooperativa agraria de bananeros orgánicos Huayquiquira