



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Clasificación de las estrategias para la exportación del cacao en
grano

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

AUTORAS:

Acosta Ticona, Lucero Idely (ORCID: 0000-0002-9445-5246)

Alberco Huamancusi, Elizabeth Rocio (ORCID: 0000-0002-1484-9668)

ASESORA:

Dra. Navarro Soto, Fabiola Cruz (ORCID: 0000-0003-2123-8416)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA– PERÚ

2020

Dedicatoria

Dedicamos nuestra tesis primero a Dios, a nuestros padres por el apoyo incondicional que hemos tenido a lo largo de estos 5 años de aprendizaje también a nuestros hermanos, mi abuela pues sin ellos no lo había logrado, por siempre estar ahí y fueron nuestro impulso para seguir adelante, lograr cumplir cada una de las metas y a nuestra asesora la Doctora Fabiola Navarro que nos brindó su apoyo para el desarrollo de nuestra investigación.

Agradecimiento

En primer lugar a Dios por que nos permitió culminar satisfactoriamente nuestra carrera a nuestros padres por todo el apoyo que no brindaron incondicionalmente y reconfortarnos cada día y a nuestros profesores quienes con sus conocimientos y apoyo nos guiaron en este largo camino y también a nuestros amigos.

Índice de Contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA.....	18
3.1 Tipo y diseño de investigación	19
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización apriorística.....	20
3.3 Escenario de estudio.....	21
3.4 Participantes	21
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	21
3.6 Procedimientos	21
3.7 Rigor científico	23
3.8 Método de análisis de información.....	24
3.9 Aspectos éticos.....	24
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	25
V. CONCLUSIONES.....	46
VI. RECOMENDACIONES	48
REFERENCIAS.....	50
ANEXOS.....	70

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Conceptos de Estrategia</i>	16
Tabla 2 <i>Definición de agro exportación</i>	17
Tabla 3 <i>Tipos de cacao</i>	19
Tabla 4 <i>Matriz Apriorística</i>	23
Tabla 5 <i>Resumen de criterios de búsqueda</i>	25
Tabla 6: <i>Clasificación de las estrategias para la exportación del cacao en grano por certificaciones</i>	29
Tabla 7 <i>Clasificación de las estrategias para la exportación del cacao en grano por promoción</i>	32
Tabla 8 <i>Clasificación de las estrategias para la exportación del cacao en grano por sostenibilidad</i>	35
Tabla 9 <i>Clasificación de las estrategias para la exportación del cacao en grano por trazabilidad</i>	39

Resumen

La investigación tuvo como problema general que no se ha encontrado clasificaciones de las estrategias para la exportación del cacao en grano lo que ha restringido la adecuada selección de estrategias para los exportadores del cacao en grano y como objetivo general fue clasificar las estrategias para la exportación del cacao en grano en base a criterios de certificaciones, promoción, sustentabilidad y trazabilidad por comercialización. La investigación fue de tipo aplicada, de enfoque cualitativo, con diseño de narrativo de tópico porque se analizó y recopiló con sentido crítico la información sobre estudios anteriores, se utilizó artículos, fuentes académicas como Proquest, Ebsco, etc. Como resultados se tuvo que clasificar las estrategias ambientales, de sostenibilidad, de marketing y por trazabilidad además de estar desenvueltas por el criterio con mayor peso para cada una de ellas. La conclusión fue que las exportaciones del grano han utilizado diversas estrategias de acuerdo a las necesidades de ofertantes y demandantes, cada estrategia desarrollada ha servido para brindar soluciones positivas a los problemas y mejorar su comercialización en entorno nacional y global. Se recomienda realizar más clasificaciones de estrategias de segmentación, defensivas y las integrales ayudando a impulsar las exportaciones del cacao en grano.

Palabras clave: Estrategias, cacao en grano, exportaciones, estrategia ambiental, trazabilidad

Abstract

The research had as a general problem that no classifications of the strategies for the export of cocoa beans were found, which has restricted the adequate selection of strategies for exporters of cocoa beans and as a general objective was to classify the strategies for the export of cocoa beans. cocoa. Beans. cocoa beans based on criteria of certifications, promotion, sustainability and traceability by marketing. The research was of an applied type, with a qualitative approach, with a thematic narrative design because the information from previous studies, articles and academic sources such as Proquest, Ebsco, etc. was critically analyzed and compiled, the sustainability, marketing and traceability strategies had to be classified and developed by the criterion with the greatest weight for each one of them. The conclusion was that grain exports have used various strategies according to the needs of suppliers and customers, each strategy developed has served to provide positive solutions to problems and improve their commercialization in the national and global environment. More segmentation classifications, defensive and comprehensive strategies are recommended because they help drive cocoa bean exports.

Keywords: Strategies, cocoa beans, exports, environmental strategy, traceability

I. INTRODUCCIÓN

En la presente investigación, luego de efectuar una exploración de la literatura respecto a las estrategias para la exportación del cacao en grano, así como estudios alusivos, se puede percibir la carencia de clasificaciones que permiten examinar cuales son las más convenientes en base a criterios específicos. Esta deficiencia de clasificaciones está haciendo que se tomen decisiones ineficientes de ejecución de las estrategias para la exportación del cacao en grano logrando que no se adapten a las necesidades de las empresas. Por consiguiente, el objetivo general del estudio fue clasificar las estrategias para la exportación del cacao en grano en base a criterios de certificaciones, promoción, sustentabilidad y trazabilidad por comercialización.

Ranney (2019, p. 4) mencionó que las estrategias han sido definidas como un grupo de tácticas llegando a tener un propósito positivo, fueron utilizadas como herramientas para poner en marcha las acciones, cumpliendo con las metas propuestas.

Asimismo, no todas las empresas realizaron correctamente la aplicación de estrategias, debido a que tienen una deficiencia en la planificación, diferenciación entre otras. Por ello para que las empresas logren el nivel de la competencia y tener un posicionamiento rentable con clientes satisfechos va a depender de los objetivos planteados a corto y largo período implementando un buen manejo en el control que se presenta en el ambiente competitivo desarrollando un producto atractivo al cliente (Carmona, 2018, p. 78).

Seguidamente, Sarmiento (2014, p. 111) evidencio que las estrategias internacionales ayudaron a las entidades que estaban ubicadas en las naciones en desarrollo y emergentes, llegando a tener una posición protagónica en escenarios obteniendo un resultado estratégico en el ingreso de los mercados exteriores, se utilizó este tipo de estrategias ampliando sus mercados y obteniendo una mayor participación en los diversos países, debido a que se logró promocionar las materias primas resultando ser más constantes en las actividades comerciales.

Por eso Acebo (2016, p. 3) analizó que las estrategias para la exportación en el sector del cacao, es una contribución para los emprendedores del rubro en referencia hacia los procesos indispensables impulsando la sostenibilidad e incremento las exportaciones de mercancías tradicionales.

El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MINAGRI, 2019) indicó que el principal productor de cacao en grano a nivel global es Costa de Marfil, un país del África que produjo 215 millones de toneladas de granos para el mundo (p. 9). Asimismo, en el periódico el Espectador (2020) indicó que Colombia tuvo una producción total de 60 mil toneladas aprox. a nivel país, evidenció que es la segunda más alta de la historia de este país. Por otro lado, Denegri et al. (2018) dijo que la industria mundial del cacao cuenta con una gran diversificación de productos e identificó que uno de los productos más exportados era el cacao en grano, por ello es importante que se aplique estrategias aprovechando las ventajas que posee esta industria para el grano peruano, llegando a disminuir los riesgos en el mercado exterior.

Así que Cavero y De la Cruz (2017) expresó que existen las estrategias de internacionalización en el Perú que son dirigidas por el estado especialmente para las entidades agroexportadoras, pero al mismo tiempo se mencionó que no hay un tipo de estrategias dirigidas al cacao en grano, sino que han sido formuladas de manera general (p. 27).

Por ello la producción Nacional según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2019) se llegó a producir 136 millones de toneladas de granos en el 2019, se mantuvo un aumento del 0,93% en comparación con el 2018 (p. 18).

Del mismo modo este producto se registró en el arancel de aduanas 2017, con la subpartida nacional 1801.00.19.00 (los demás); como se ha expuesto el producto que se investigó fue sobre el cacao en grano debido a que tiene una producción exuberante en el territorio que se ha desarrollado en diversos espacios geográficos. (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT], 2017, p. 55)

De la misma manera la plataforma de López et al. (2020) manifestó que en el 2019 se obtuvo un valor de USD 134 millones de exportaciones de cacao en grano que ha sido representado por 53 millones de toneladas.

Continuamente el Organismo Público Sierra y Selva Exportadora (2019, p. 11), manifestó que tenemos cuarenta y dos países que importaron el cacao en grano peruano en el año 2019, siendo el primer destino los Países Bajos con un valor de USD 36 millones, teniendo una participación del 26,2%, asimismo Indonesia con USD 35 millones desarrollando una participación del 24.8%, por último al mercado de Estados Unidos con USD 13 millones con una intervención del 9.1%, estas naciones representan más del 60% del mercado.

Por consiguiente, la entidad de Sierra y Selva exportadora (2019, p. 13), Nos expone a las principales empresas que exportaron el cacao en grano en el año 2019 son Cafetalera Amazónica S.A.C que exportó USD 20 millones, también la empresa Sumaqaq con USD 18 millones y Amazonas Trading Perú SAC con USD 16 millones.

La investigación tuvo una Justificación Social, porque beneficio a los trabajadores, estudiantes y emprendedores que deseen incursionar en el sector de agro exportación, específicamente conocer aquellas estrategias que están dirigidas a la comercialización del grano. Los datos presentados ayudarán a estudiantes respecto al análisis, además de conocer temas referentes al comercio internacional de igual manera orientar sobre el desarrollo las estrategias competitivas en una empresa. Por esta razón, Olguín (2018, p. 27) señaló que las estrategias permiten el desarrollo de lugares que producen cacao, con ello las diferentes poblaciones obtienen más información y beneficios para el desenvolvimiento de la comercialización del cacao, reduciendo los riesgos de la industria. A su vez se presentó una justificación práctica, porque se buscó resolver y despejar las incertidumbres que existe en la aplicación de las estrategias, debido a que las empresas tienen que efectuar las actividades de transacciones de la industria del cacao, aportando una diferenciación y posicionamiento de las entidades en el

mercado internacional. Herrera (2017, p. 50) mencionó que las estrategias aplicadas benefician la cobertura como también la atención en las diversas capacitaciones y la asistencia técnica mejorando la producción del cacao teniendo una relación más directa con el productor y consumidor realizando una estrategia de control de oferta y desarrollo alternativo.

Por último este estudio tiene justificación teórica debido a que se buscaron implementar conocimiento partiendo de diversas teorías en la cual refuerza y refuta, por eso para la investigación de Murrieta y Guevara (2016, p. 84), mencionó que efectúan estrategias de productos conforme a las tendencias que se exhibe en el mercado aprovechando las oportunidades que presenta el cacao en grano cumpliendo con las exigencias de los consumidores como las certificaciones, entre otros que fortalecen las exportaciones porque aporta información sobre las estrategias para la exportación del cacao que permite incorporarse al comercio internacional. Ante lo exhibido se propone el problema general: No se ha encontrado clasificaciones de las estrategias para la exportación del cacao en grano lo que ha restringido la adecuada selección de estrategias para los exportadores del cacao en grano.

Este estudio ha sido realizado con información de fuente secundaria puesto que los artículos científicos están en base a las estrategias para la exportación teniendo información real y confiable que permite el desarrollo de la tesis. Por ende, se tiene como objetivo general; Clasificar las estrategias para la exportación del cacao en grano en base a: criterios de certificaciones, promoción, sustentabilidad y trazabilidad por comercialización.

II. MARCO TEÓRICO

En las últimas décadas se ha visto que el mundo comercial ha sufrido de enormes cambios, debido a las apariciones de nuevas tendencias, que han servido para reestructurar las estrategias que se utilizaron en el campo exterior, de tal forma que durante el proceso de indagación sobre el tema enunciado se ha ido recopilando trabajos previos referente a la problemática planteada, que se han realizado en los últimos periodo llegando ser un amparo para el estudio de investigación, ante todo lo manifestado previamente, estas son las siguientes:

Balladares y Morales (2020) en su tesis tuvo como finalidad analizar el impacto de la estrategia del comercio justo en el caso de una entidad enfocada en la industria y exportación del cacao en Ecuador. Por este motivo se hizo un cuestionario semiestructurado del cacao con los especialistas, en conclusión, se demuestra que las estrategias de comercio justo facilitaron los procesos de comercialización mejorando las condiciones de trabajo como los ingresos económicos a los participantes de las actividades de producción.

Iddrisu et al. (2020) indico en su artículo tuvo como objetivo analizar las determinantes y el grado de participación de los programas de certificaciones de cacao UTZ- RA, teniendo un diseño trasversal teniendo a 296 productores de cacao en Ghana y se empleó el modelo de Cragg llegando a concluir que la certificación logro incrementar el rendimiento y los ingresos de las familias.

Consecuente, Gonzales et al. (2020) relató que el objetivo de su artículo fue desarrollar estrategias de planificación que ayudaron a enriquecer la comercialización del grano en una empresa, la indagación fue de estudio no experimental retrospectivo, transversal, estadístico, descriptivo y observacional, donde se diseñó estrategias de marketing que elevaron el nivel de ventas, por ello se concluyó que si existe una relación positiva entre la planeación estratégica y el incremento de la comercialización debido a que si hay una correcta elección de estrategias será notorio el aumento de ingresos y además el buen uso de los recursos.

Freire (2018, p. 849) en su investigación, indico que su objetivo fue aplicar un sistema de trazabilidad para conocer las materias primas, el empaque, productos en proceso, desde su origen, recepción y despacho. Teniendo como enfoque cualitativo, porque profundiza un caso en específico en el proceso de seguimiento del cacao realizando una entrevista a productores, por ello se concluye como se desarrolló la trazabilidad del cacao en grano desde la recepción para el rastreo en la comercialización del producto final.

Nelson y Phillips (2018) tuvieron como objetivo analizar la naturaleza cambiante de la sostenibilidad y la capacidad de abordar los desafíos de esta, basándose en el cacao en África Occidental, utilizando datos empíricos y revisiones de la literatura, lograron concluir que se producen importantes innovaciones y teniendo un aumento de las inversiones en el cacao en la materia de sostenibilidad ayudando a sostener la industria.

Sosa (2018) en su tesis, señaló que su propósito fue determinar las estrategias de marketing y la comercialización de cacao en la asociación de productores en la región San Martín. Por ello su método fue cuantitativo con una muestra de veinte productores, con un instrumento del cuestionario, para luego procesarlo en la plataforma del SPSS. Concluyendo que, si hay una relación favorable entre las estrategias de marketing y comercialización del cacao en la asociación de San Martín, por lo cual se recomendó que se realicen constantes charlas informativas con temas novedoso y actuales para los trabajadores tengan conocimiento de las últimas tendencias.

De otra manera, Camacho (2017) en su tesis tuvo como finalidad analizar cuál es el dominio de la competencia entre las compañías peruanas frente al desenvolvimiento de un expedidor, para ver el desempeño de las estrategias y las exportaciones, su método fue en una encuesta que se ha realizado a las diferentes entidades que ejerce dicha actividad para conocer si es compatible ambas variantes, se concluye que hay una relación en estas dos variables, mejorando el desenvolvimiento del comercio exterior, incrementando las oportunidades de empleo, fortaleciendo la productividad y los atributos del fruto.

Por otra parte, Najjar (2017) en su tesis su objetivo fue diagnosticar la correlación entre las estrategias de mercadeo y la venta al extranjero del grano, con la intención de conocer si existía una influencia entre ambas, por este motivo el método de recojo de información se basó en una encuesta que fue efectuada por los representantes de la entidad, para que puedan validar las hipótesis formuladas dando validez a su estudio. Por ello se finaliza que efectivamente existió un enlace entre las variables de estudio, dando entender lo importante que es desarrollar un plan de mercadotecnia elevando los volúmenes de venta al exterior, como también dando mayor valor a la mercancía.

Además, Gálvez et al. (2017) en su tesis su objetivo fue fijar estrategias para el desarrollo sostenible en un periodo de largo plazo y mejorar la calidad de vida de los participantes de la cadena productiva del cacao. Por lo cual este estudio fue un análisis actual de la industria del cacao en nuestra nación por medio de matrices estratégicas en conclusión el planeamiento estratégico ayuda en los puntos críticos para el crecimiento y la competitividad del sector, promoviendo la promoción del producto.

Tengey (2017) para su tesis tuvo como objetivo principal estudiar la eficacia de las normas y certificaciones de la Unión Europea sobre las exportaciones del cacao de Ghana, se empleó un enfoque mixto teniendo como recopilación a encuestados de Ghana, Dinamarca, países bajos y Reino Unido, utilizando cuestionarios y entrevistas a un total de 120 personas para el enfoque cuantitativa y 6 personas para el enfoque cualitativa, se utilizó el spss y declaraciones, llegando a la conclusión que los certificados y estándares de Europa son relevantes en la cadena de exportación del cacao consiguiendo fortalecer su relación con Ghana.

Por otra parte, Flores y Jiménez (2016) relató que su propósito fue implementar un plan estratégico para poder comercializar el cacao en la cooperativa Aprocansori, teniendo como tipo y nivel descriptivo donde se empleó una encuesta a 25 miembros de la cooperativa, teniendo como resultado positivo el poner en marcha un plan estratégico desarrollando estrategias específicas para que puedan tener mayores beneficios la cooperativa y todo aquel que lo integra.

Hernández (2016) en su tesis citó como objetivo proponer estrategias de comunicación para la capacitación agrícola en el cultivo del cacao en Pichucalco, la metodología fue aplicada con el diseño fenomenológica usando la técnica de la entrevista a los agricultores del rubro del cacao, concluyó que la estrategia de comunicación influye favorablemente en el proceso de capacitación del cultivo del grano, alcanzando con los objetivos y la toma de decisiones para la asociación.

Jaramillo y Barrezueta (2016) en su tesis, mencionó que su objetivo fue desarrollar un análisis de la sostenibilidad por medio de indicadores socioeconómicos y ambientales sobre la producción del cacao en el sector Paraíso. Su método empleado fue mixto mediante la técnica de encuestas y entrevistas a trece productores de fincas del cacao que han sido tabuladas estos datos teniendo como conclusión, que los valores de los indicadores son muy bajas porque no hay garantía en conseguir una sostenibilidad en las fincas de cacao por la falta de capacitaciones en los agricultores a la vez la escasez de formación agraria dificultando la adaptación de nuevas tecnologías.

Guarrochena y Dib (2015) fue identificar cuáles son las divergencias de las estrategias que elevaron los intercambios exteriores en las pequeñas y medianas entidades, implementando los tipos de estrategias competitivas que estaban dirigidas al mercado externo, el procedimiento de recojo de datos fue una encuesta que estuvo bajo un estudio descriptivo y correlacional, por último la innovación posee un efecto positivo, porque brindaron un mayor valor agregado al producto debido a las necesidades de los consumidores que cambian constantemente, implementando actividades de promoción, estrategias exploradoras incrementando el nivel de las exportaciones teniendo un desarrollo proactivo.

Ramírez (2013) presentó en su tesis su objetivo fue diseñar un sistema de trazabilidad en la cadena agro productiva de la asociación de productores de cacao de Atacames- APROCA, bajo un diseño cualitativo, teniendo como participantes a los productores de la asociación, culminando en la realización de un taller entre los socios y convirtiendo las ventajas comparativas manteniendo una especialidad en el cacao.

Teorías relacionadas sobre la categoría de las estrategias para la exportación que se han desarrollado a lo largo del tiempo, tratando de impulsar el potencial de las empresas en un entorno competitivo, tiene como **teoría 1**: Claver y Quer (2001) Las Estrategias de Internacionalización de la Empresa pone en evidencia que la internacionalización es un procedimiento difícil de planificar, puesto que las rutinas no son previstas sino que serán planeadas de acuerdo al mercado extranjero lo disponga, pero parte del triunfo de la entidad se vio en tener un plan justo, firme y eficaz, como finalidad de la universalización se fija en aprovechar las congruencias comerciales con las demás naciones. Ellos presentaron una estrategia de exportación que generó una gran cantidad de ventajas, promoviendo las economías de escala, porque se mantuvo una producción próspera que al final fue repartida a nivel local, para esta teoría se conoció la exportación directa e indirecta.

La **teoría 2** : Castro nos mencionó (2010 como se citó en Kotler, 1992) que las estrategias competitivas son primordiales para el funcionamiento de los objetivos consolidados, por esta razón se creó cuatro estrategias competitivas que fueron estudiadas por Philip Kotler, la primera es la estrategia de líder, que contribuye al progreso de los mercados, impulsando la obtención de una demanda global, se introduce el producto al mercado y será por medio de las estrategias defensivas u ofensivas, la primera busca la disminución de ataques y las ofensivas son para la innovación; la estrategia del retador es para las entidades que son inferiores, se emplea conociendo las fortalezas de compañías que ocupa el primer puesto, para ello existen tipos de ataques como: ataque frontal, se da para la obtención de mayores recursos frente a la competencia luego el ataque a flancos que se detectan en los puntos débiles de la competencia, la estrategia por rodeos es tener mayores medios superando a la competencia, asimismo, la estrategia del seguidor, buscó el posicionamiento y la rentabilidad, por último la estrategia de especialización, esta se concentra en un nicho de mercado (p. 266).

La **teoría 3**, conforme a Landázuri y Montenegro (2018, p. 3, como cito a Porter, 2009) explicó que las estrategias competitivas sirvieron para identificar las fortalezas de la compañía consiguiendo una ventaja competitiva, para que la

empresa obtuviera una posición defensiva en contra de los competidores, sugirió tres estrategias genéricas compatibles entre ellas, logrando una postura ofensiva en un largo periodo. La primera es liderazgo de costo, teniendo costos bajos para competir en una guerra de precios sin que le afecte en pérdidas, por eso se debe tener un mayor control y una constante supervisión con reportes sobre los costos. La segunda es la diferenciación que depende de la originalidad e ingenio de la empresa ofreciendo un producto especial que debe percibir el comprador desde la imagen y el diseño innovador de la marca hasta el contenido de calidad, resaltando de la competencia. La tercera es el enfoque o concentración que se dirige a un segmento con ciertas características comunes por la línea de producto, el precio, la funcionalidad del producto teniendo un excelente servicio con mayor atención a los que pertenecen a este grupo.

La **teoría 4**: para Contreras (2013 como se citó en Chandler, 2003) evidenció que las estrategias son las metas u objetivos de una entidad que son vistas a largo plazo, hechos que se emprenden en la asignación de mercancía que son importantes para cumplir con las metas trazadas. Por otro lado, el teórico Alfred indicó que una compañía no puede obtener una organización de un día a otro, puesto que es un proceso para obtener la madurez necesaria (p. 161).

La **teoría 5** donde los autores Bıçakcıođlu et al. (2019 como se citó a Chan, 2010, Buysse y Verbeke, 2003) indicó que es vital utilizar e incorporar las estrategias ecológicas debido a que gracias a ellas se puede tener mejores niveles de desempeño en el mercado internacional debido que actualmente dicha estrategia está siendo más pronunciada puesto que hay un crecimiento en las presiones regulatorias e inquietudes de las personas es por ello las entidades están adaptándose a estas nuevas medidas de protección al medio ambiente (p.57).

La **teoría 6** representada por Fuchs y Köstner (2016, p. 329) teniendo como teórico a Leonidou et al. (2002) manifestó que la adecuación de los productos a las peculiaridades del mercado mundial tuvo una relación indudable con los resultados de las exportaciones se basan en ventas además que la estrategia de adaptación

mantenga una relación efectiva con la estrategia de adaptación tendrán un efecto positivo en el desarrollo y magnitud de los intercambios comerciales.

La **teoría 7** que según el autor Hout (1996) indicó que las estrategias de desarrollo son necesario para cada sector económico, político y social influyendo positivamente en conseguir beneficios positivos en las inversiones extranjeras directas y en las exportaciones de los diferentes productos de los países emergentes obteniendo un crecimiento económico sostenible en el tiempo.

La **teoría 8** el autor Hunt (2018) expresa que tiene como teórico al autor Webster (1990) nos indica que la estrategia orientada al mercado se refiere que no solo se deberían enfocar en los clientes, aunque es el principal motivo, aun así, es necesario observar a los competidores, las ofertas, las necesidades que se presenta en la industria para conseguir unos rendimientos superiores ante los demás.

Teoría 9 que fue estudiada por Coudounaris (2018 como se citó a Leonidou et al. 2011) donde presenta a cuatro componentes primordiales como son las estrategias de comercialización de las exportaciones, la ventaja competitiva de la mercancía, los resultados y financieros de las exportaciones, estas se encuentran enlazadas positivamente, puesto que cada componente es se presenta como estable y válido para diversos estudios teniendo como consecuencia un efecto positivo e influyente en las exportaciones como las capacitaciones que se realizan para esta actividad comercial (p.77).

Dentro del marco conceptual se tiene al **concepto 1**

Tabla 1

Conceptos de Estrategia

AUTOR	ESTRATEGIAS
Terlato (2019, p. 3)	Son un conjunto de planes que tienen una base fija de las metas y aquellas metas son de una compañía, puede ser desarrollada a largo plazo y utilizada con diversos recursos desarrollando los objetivos
Castro (2018, p. 157)	La estrategia es una planeación con el uso de los bienes de la empresa alcanzando la meta y creciendo en su entorno por eso existen diferentes estrategias para distintos escenarios.
Bojórquez y Valdez (2017, p. 114)	Las estrategias identifican los objetivos que tiene la compañía donde se plantea las alternativas estratégicas que se emplea para alcanzar los propósitos y así tener la mejor elección, se da en un tiempo determinado
Gómez (2017, p. 4)	Estrategia se define como aquellas decisiones que son importantes debido a que afectan de manera positiva como negativa para el desarrollo de una empresa, en ella se da la búsqueda de diversas alternativas que velan por las necesidades del consumidor.
Maldonado et al. (2017, p. 26)	La estrategia diseña la trayectoria consiguiendo el objetivo favorablemente, pero que sean controlables para la competencia.
Pérez, et al. (2016, p. 292)	Es definida para poner en práctica las tácticas, para la empresa a los resultados deseados con una planificación dentro de una serie de actividades.
Slusarczyk y Morales (2016, p. 31)	Se utilizaron para los recursos de la empresa para que logren los objetivos, establecieron metas y adelantaron conductas de los competidores por medio de acciones de la compañía.
Blanco (2014, p. 12)	La estrategia tiene el concepto de ser un desarrollo formal donde se puede describe pasos consiguiendo los objetivos planteados, esto se puede producir de manera secuencial y a media o largo plazo.

Nota: Elaboración propia

Por otro lado, se tiene como **concepto 2: Agro exportación**

Tabla 2

Definición de agro exportación

AUTORES	AGROEXPORTACIÓN
Salas (2020, p. 9)	Actividad comercial orientada en comercializar productos agrícolas en diferentes partes del mundo, además está constituida por mercancías no tradicionales.
Arceo et al. (2019, p. 3)	Actividad de exportar productos de origen agropecuario con las condiciones agroecológicas hacia territorios internacionales.
Campos (2019, p. 8)	Guía resistente en la producción que tiene con el propósito del intercambio exterior, que es definida como el valor de los mercados de aquellos bienes y/o servicios culminados fabricados en un estado.
Castillo et al. (2019, p. 228)	Actividad donde se involucra la tierra, tecnología, innovaciones, ayudó a incrementar la producción permitiendo fortalecer la economía y mejorar la competitividad con los naciones.
Larrea et al. (2018)	La agro exportación es un modelo de producción relacionado en el sector primario que antepone los bienes agrícolas para el consumo a través del comercio internacional.
Luna (2016, p. 1)	Mencionan que las agro exportaciones son productos agrícolas que están siendo trasladados a diferentes partes del mundo además evidenciaron que es un sector en crecimiento.
Galunets (2019, p. 79)	Indican que la agro exportación es un procedimiento económico que tiene como principal fuente la producción conjuntamente con la exportación de los bienes que están vinculados con los productos agro.
Arroyo et al. (2016, p.140)	Esta una actividad que se desarrollo por naciones por el intercambio de diversos productos agro generando un crecimiento para estos estaods.

Nota: Elaboración por los investigadores

En tal sentido como **Concepto 3:** Cacao en grano

Barrezueta et al. (2017) mencionó que el cacao en grano proviene de un árbol llamado Theobroma, cada una de estas contiene dos cotiledones adicionalmente una planta, estos granos están compuestos de grasa que actualmente son reconocidas como la manteca de cacao, es importante detallar que pesa la mitad de la semilla seca. Resaltando que el cacao en grano cuenta con más de 18 proteínas (p.274).

Por otro lado, el cacao producido en el Perú se destaca porque tiene un sabor peculiar teniendo un sabor dulce, es menos amargo a comparación de otra naciones adicionalmente por sus componentes nutricionales debido a que cuenta con un gran porcentaje de antioxidantes además de diversas proteínas, como también calcio, fósforo, hierro, fibra, vitamina C y demás compuestos, considerando que es un alimento muy enriquecedor para la salud de los consumidores convirtiéndose en un producto muy particular a comparación de otros productos naturales (Prom Perú, 2020).

En este caso Disdado y Méndez (2018) presenta cuáles son los beneficios de este grano exquisito, es por ello que el especialista Armando indicó que el cacao en grano posee grandes aportes minerales como el magnesio, potasio, además aviva el sistema nervioso, debido a que actúan como estimulantes, también comunica que beneficia la parte estética, ayudando a hidratar el cabello y la piel hay una simplificación en la aparición de celulitis, conquistando al mundo (p. 1).

El Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA, 2019) sostiene que el clima es fundamental para el óptimo desarrollo del cacao por este motivo la gran parte de la producciones del grano en el nación están ubicadas en la selva y en la parte occidental de la sierra, como también en las regiones cálidas y húmedas pero mayormente se producen en las zonas secas, es importante saber a qué temperatura debe ser producido y es de 25°C y mínimo de 23°C asimismo los suelos deben ser fértiles con nutrientes orgánicos, el grano también es producido

en los suelos arcillosos, por eso el subsuelo debe facilitar la entrada de la raíz pivotante.

Para Fedecacao (pp. 35-39) menciona, que existen tres tipos de cacao que a continuación son presentadas:

Tabla 3

Tipos de cacao

TIPO	CARACTERÍSTICAS
CRIOLLO	Tiene un exquisito sabor y posee un aroma delicioso, se caracteriza por su forma alargada como también el grano tiene esta misma presentación, el fruto es muy rugoso, su cáscara es delgada y fácil de quebrar.
FORASTEROS	Son aquellos que tienen menor calidad como también en sabor y su aroma, se caracteriza por tener una presentación redonda de cáscara dura. El tamaño de sus granos es más pequeño que los otros tipos.
TRINITARIO	Cuenta con un amplio sabor, es aromático, debido a la combinación de los dos tipos anteriores, son productos redondos pero la cáscara es dura y su presentación es de granos aplanados.

Nota: Elaboración por autores

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Para la investigación el tipo ha sido aplicado, permitiendo un estudio de forma eficiente. De acuerdo a Cano (2019) conceptualizó a la investigación aplicada como la búsqueda de conocimientos auténticos y reales para profundizar y aplicarlas en las posibles soluciones de los problemas de la sociedad para enriquecer el ámbito científico. Por eso es aplicada, buscando mayores conocimientos sobre la categoría de estudio analizando con las teorías de las estrategias.

La investigación fue de diseño narrativo de tópicos teniendo una gran cantidad de información empleada en los documentos de referencia, demostrada en el contenido de la revisión sistemática, encontrando informes comparativos. Por esto Herrera et al. (2015) manifestó que el diseño narrativo de tópico el investigador está enfocado en una determinada temática, también de sucesos o algunos fenómenos donde se ha recolectado información del relato de los participantes, archivos entre otras más, donde se tiene el objeto principal analizando algún acontecimiento (p. 490). Por esta razón el estudio bajo este diseño es la recolección de datos realizando una descripción y al mismo tiempo analizarla rigurosamente teniendo la atención del público.

Se precisó el enfoque de la investigación para la obtención de los resultados, por esto Torres et al. (2017, p. 17) nos indicaron que el enfoque cualitativo es un modelo interactivo, flexible, indagando la expansión de los datos que se recopila de las entrevistas, registros de forma escrita o hablada, etc. Para la interpretación del investigador averiguando su significado a más detalle, en tal sentido el enfoque es cualitativo porque se reunió datos relacionados en artículos sobre estrategias para la exportación del cacao en grano.

3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización apriorística

Para el siguiente estudio se ha construido la matriz apriorística identificando los criterios de Certificaciones, promoción, sustentabilidad y trazabilidad por comercialización con los indicadores para su elaboración. (ANEXO 2)

Tabla 4

Matriz Apriorística

Categoría	Criterio	Indicador	Indicador	Indicador	Indicador	Indicador	Indicador	Indicador	Indicador	Indicador	Indicador
	Certificaciones (Opoku, 2018)	Buenas prácticas (Gil et al. 2019)	Certificado orgánico (CBI, 2020)	Comercio Justo (Thorlakson, 2018)	Certificado UTZ (Cely, 2017)	Certificado de Origen (Ángel et al. 2016)	Certificado Demeter (Carrasco, 2015)	Certificado Bio Suisse (Bravo, et al. 2018)	Codex Alimentarius (Jimenes, 2015)	Certificado Fitosanitario (Ministerios de producción, 2019)	Certificación en sello Rainforest Alliance (Espinel, 2018)
	Promoción (Cabello et al. 2016)	Programas Gubernamentales (Viteri, 2016)	Ferias internacionales (Salinas y Ramo, 2019)	Marca país (Ojeda, et al, 2018)	Eventos nacionales (Macias, 2016)	E- Commerce (Espinoza y Esquivéz, 2019)					
Estrategias	Sustentabilidad (Durán, 2016)	Proveedores (Asare, 2019)	Bajo niveles de Producción (Okke, 2018)	SCPP (Schaad y Fromm, 2018)	Sinergia (Pawana, 2019)	Estándares de sostenibilidad voluntarios (Voora, Bermúdez y Larrea, 2019)	Iniciativas corporativas individuales (Imgram, et al., 2018)	Herramienta para la sostenibilidad (Agbongiarhuoyi et al. 2020)	Socioeconómico (Sjauw, 2018)	Economía sostenible en el cacao (Quintero et al. 2017)	Tecnología SE (Arifin, 2013)
	Trazabilidad por comercialización (Morales et al. 2015)	Gestión (Astina et al. 2019)	Confidencialidad (Mathew, 2020)	Control (Paz, 2020)	Seguridad Alimentaria (Berg,201)	Tecnología Blockchain (Chong et al. 2019)	Calidad (Ríos et al. 2017)	Autenticidad (Pérez et al. 2020)	Inocuidad (Córdova y Daquilema, 2019)	Trazabilidad en código de Barras (Beltrán et al. 2018)	Trazabilidad Descendente (Castillo y Rezabala, 2018)

Nota: Elaboración propia

3.3 Escenario de estudio

El escenario de estudio que se utilizó fueron diversos documentos hallados en las plataformas virtuales, se empleó artículos científicos entre otros que permitieron tener información importante visualizando cual ha sido el comportamiento de las estrategias en las exportaciones del cacao en grano.

3.4 Participantes

Para el siguiente estudio los participantes que intervinieron han sido las diversas fuentes bibliográficas que permitieron obtener datos verídicos, tales como: libros virtuales, artículos científicos como: ProQuest, Scielo, EBSCO Host, Dialnet entre otras además se obtuvo datos de diferentes estudios previos que fortalecieron y enriquecieron la investigación desarrollada.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En esta tesis se utilizó la técnica de Análisis documental que para los autores Hernández y Tobón (2016, p. 401), definió al análisis documental como una serie de operaciones que tiene como objetivo manifestar la información de un documento de forma sintética, estructurada y con un análisis, donde se interpretará a un nuevo documento donde se hace más fácil su difusión y acceso.

También se utilizó el instrumento de matrices de referencias donde Castro (2015, p. 1) donde se manifestó que son aquellas matrices que plasman información necesaria de manera ordenada y clasificada teniendo alcance para el estudio, por lo cual la recolección de datos de las estrategias para la exportación del cacao en grano en matrices considerando los criterios identificados en la sección siguiente. (ANEXO 3)

3.6 Procedimientos

En la presente investigación se desarrolló las clasificaciones de estrategias para las exportaciones, por ello se utilizó investigaciones, documentos virtuales, artículos

científicos, como la búsqueda por las palabras claves como: Strategies, strategies and exports cocoa beans, estrategias para exportación del cacao en grano, export cocoa beans, exports, cocoa beans, asimismo se realiza la revisión sistemática de la base de datos académica como Google Académico, Ebsco Discovery service, Dialnet, Scielo entre otros, teniendo en cuenta la antigüedad de esta información.

Tabla 5
Resumen de criterios de búsqueda

Tipo de documento	Documentos Referidos	Cantidad	Palabras claves de Búsqueda	Criterios de Inclusión	Criterios de exclusión
Artículos	Tipos de estrategia de cacao	33	Strategies		
Periódico	Cocoa beans	1	Strategies		
Artículos	Estrategias	12	Strategies and exports cocoa beans		
Tesis	Exportación del cacao	17	Export cocoa beans		
Informes	Cacao en grano y estrategias de exportación	9	Estrategias para exportación del cacao en grano		
Libros	Metodología, cualitativa	2	Strategies		
Artículos	Tipos de certificaciones	13	Exports	Enfoque Cualitativa	
Tesis	Estrategias para la exportación del grano	20	Cocoa beans	Enfoque Cualitativa	
Artículos	Metodología	6	Strategies		

Nota: Elaboración propia

3.7 Rigor científico

En este informe de investigación para saber la excelencia de sí misma se necesitó que el rigor científico garantice la calidad del estudio del enfoque cualitativo por medio de los criterios de la credibilidad, transferencia, dependencia y conformabilidad entre otros, por todo lo mencionado anteriormente el Centro de Estudios Estratégicos CEEAG (2017) nos presenta que el rigor científico es el medio por el cual un estudio pueda ser comprobado como creíble se necesitó la búsqueda de explicaciones confiables que se demostró en los resultados basado en la concordancia de la investigación (p. 124).

Seguidamente en el estudio se seleccionó estos cuatro criterios de rigor científico que conforme a Valera y Vivez (2016, p. 194) nos dice que el criterio de credibilidad es el valor de la verdad por los sujetos, es decir, fijar la confianza de sus conocimientos compartidos para la investigación a través de una aproximación previa para la comprensión de la entidad de estudio con el análisis de documentos como también la triangulación de datos, entre otros.

Por consiguiente, Díaz (2019, p. 39) define el rigor de transferibilidad como la probabilidad de poder transferir los hallazgos de la investigación a otros entornos evaluando qué tanto se adaptan los resultados en otros contextos, además la transferencia no lo ejecuta el investigador, sino el lector determina si se transfiere los resultados a un contexto diferente.

Para Sánchez et al. (2020) se refirió a rigor científico de dependencia como la estabilidad de datos que se han ido recopilando a lo largo de la investigación, aunque está sea difícil de conseguir, por ello se pide que aquellos datos sean analizados e interpretados de manera independiente de otras. Por esta razón para esta investigación se obtuvo la información más precisa que se pueda tener debido a que ayuda a tener mejores resultados.

Noreña et al. (2012, p. 268) indicó que el rigor de confirmabilidad o también llamado neutralidad bajo este rigor se demuestra la veracidad de las descripciones

indicadas por los participantes, en ella se puede detectar qué papel tiene el investigador en el proceso del estudio asimismo se identificó los alcances, por esto la investigación está bajo este rigor debido a que se mostró la descripción verídica de la información.

3.8 Método de análisis de información

El análisis de datos se extrajo mediante fuentes que se trabajó con programas de Excel, Microsoft Office y Drive lo que ayudó a tener información sobre la categoría de estrategias para la exportación de cacao en grano donde se examinó que tipos de estrategias impulsaron las exportaciones del cacao grano.

3.9 Aspectos éticos

Según el código de Ética de la Universidad César Vallejo (2020) evidenció que las investigaciones cumplen con los máximos estándares del rigor científico como la responsabilidad y honestidad considerando la exactitud de los saberes científicos, protegiendo los derechos de los aportantes en el proceso de la investigación (p. 1).

Para el estudio se respetó las propiedades intelectuales de los autores, asimismo se mostró la veracidad de la información sin manipular los resultados, además para el desarrollo se debió utilizar libros como artículos científicos virtuales de fuentes confiables que han sido citadas y referenciadas apropiadamente de acuerdo a las Normas Apa 7ma edición. Mediante el uso de la plataforma Turnitin se identificará el porcentaje de similitud que obtenga el presente estudio para mayor autenticidad.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se muestra las tablas de clasificación que se establecieron por los criterios de certificaciones, promoción , sustentabilidad y trazabilidad por comercialización, los cuales son identificados en el objetivo general, a través de un enfoque cualitativo bajo el diseño de narrativo tópico.

Tabla 6:

Clasificación de las estrategias para la exportación del cacao en grano por certificaciones

Estrategia	Criterio con más peso	Indicadores	País	Aporte
		Buenas prácticas (Gil et al. 2019, p. 6)	Colombia	Es la aplicación de conocimientos para utilizarlos de manera sostenible en los recursos naturales a la producción de productos alimenticios y no alimenticios, procura la viabilidad económica y estabilidad social.
Estrategia Ambiental (Acuña, 2017, p. 146)	Certificaciones (Opoku, 2018, p. 34)	Certificado orgánico (CBI, 2020)	Chile	Su propósito es mantener la salud de los pobladores y del ecosistema, requiere que el cacao haya sido cultivado sin ningún tipo de nutriente sintético usando métodos de protección de plantas y conservación del suelo, en la UE, lo encontramos en la legislación.
		Comercio Justo (Thorlakson, 2018, p. 1659)	Estado Unidos	Impulsa a elevar los niveles de vida de la sociedad, por ello la certificación se deberá demostrar que no hay trabajo infantil, tener los estándares de calidad, procesos rentables, gracias a esto incrementa las exportaciones del cacao.

Nota: Elaboración propia

Estrategia	Criterio con más peso	Indicadores	País	Aporte
Estrategia Ambiental (Acuña, 2017, p. 146)	Certificaciones (Opoku, 2018, p. 34)	Certificado UTZ (Cely, 2017, p. 193)	Colombia	Es una certificación que ha fijado estándares para la producción del cacao que se haya realizado de manera responsable y respetando a los productores en la calidad de vida mediante la salud, alimentación, etc. También el medio ambiente en el uso moderado de fertilizantes y pesticidas satisfaciendo las exigencias de los consumidores.
		Certificado de Origen (Ángel et al. 2016, p. 43)	El Salvador	Es uno de los requisitos más importante para el ingreso del cacao a los países, además debe contar con la descripción de los orígenes de la mercancía e identifica al producto remitido.
		Certificado Demeter (Carrasco, 2015, p. 16)	República Dominicana	Es para productos orgánicos que han sido producidas por expertos en una agricultura biodinámica, por eso algunas asociaciones cuentan con esta certificación Internacional para el cacao biodinámico.

Nota Elaborado por los investigadores

Estrategia	Criterio con más peso	Indicadores	País	Aporte
Estrategia Ambiental (Acuña, 2017, p. 146)	Certificaciones (Opoku, 2018, p. 34)	Certificado Bio Suisse (Bravo et al. 2018, p. 104)	Venezuela	Es un certificado ambiental y recolecciones silvestres necesario para Suiza que indica que el producto agrícola es orgánico para la comercialización en ese país llevando el sello en sus empaques, a pesar de tener otras certificaciones ambientales.
		Codex Alimentarius (Jimenes, 2015, p. 94)	Colombia	Conjunto de normas que protegen la salud, debido a que garantiza la inocuidad de los alimentos nacionales e internacionales, verifica los niveles de metales pesados máximos que debe tener la mercadería como el cadmio que hay en el cacao y sus derivados.
		Certificado Fitosanitario (Ministerios de producción, 2019, p. 46)	Ecuador	Documento difundido por la Agencia de Regulación y Control Fito Zoosanitario para el traslado de plantas, etc. además autentifica los pedidos que estén sin plagas, es fundamental puesto que determina los requerimientos fitosanitarios exhortados por el ofertante.
		Certificación en sello Rainforest Alliance (Espinel, 2018, p. 17)	Colombia	Refuerza la posición de los pequeños productores de cacao, capacitándolos para preservar los recursos naturales, mejora la productividad y las condiciones de vida, laborales dignas, garantizando en las exportaciones mejores precios

Nota: Elaboración propia

En la revisión de las diversas investigaciones científicas de diferentes autores, se procedió a elaborar la tabla 6 que tiene como referencia a la estrategia ambiental obteniendo el criterio con mayor peso a las certificaciones que utilizaron los productores como exportadores respecto a la exportación del grano.

Dado los estudios científicos se presentó las certificaciones más comunes para la exportación del grano siendo estas las siguientes: Buenas prácticas, Certificado orgánica, Comercio Justo, Certificado UTZ, Certificado de Origen, Certificado Bio Suisse, Certificado Demeter, Codex Alimentarius, Certificado Fitosanitario, Certificación en sello Rainforest Alliance.

Como resultado de esta clasificación de certificaciones que se encontraron dentro de las estrategias ambientales, se identificaron que 4 de ellas que estuvieron dirigidas específicamente para los agricultores y 5 están enfocadas para los exportadores, asimismo indico que existe un certificado que puede ser empleado por ambas partes, como el Certificado de comercio justo, siendo un total de 10 certificaciones asimismo para obtener estas certificaciones se añade una inversión para las empresas que se están dedicando en este rubro, pero es necesario porque el producto se vuelve mas competitivo en el mercado, en el caso de Perú estas certificaciones se realizan en Senasa (Servicio Nacional de Sanidad Agraria), o en entidades privadas como Bio Latina Perú, Control Unión entre otras, pero con las exigencias indicadas de la institución otorgando las certificaciones orgánicas.

Se concluye que en la tabla 7 existe una variedad de certificaciones que se presentan en la exportación del grano dentro de las cuales se pudo identificar aquellas que se emplean para ambos participantes, por lo cual se refleja la diferencia de certificaciones que existe entre ambas, porque tienen diversos propósitos. Las cuales fueron semejantes a los resultados de los autores como Balladars y Morales (2020), Bıçakcıoğlu, Theoharakis, Tanyeri, (2019), Tengey (2017) y Iddrisu, et al. (2020), puesto que encontraron el certificado de comercio justo y las certificaciones ambientales porque benefician, mejorando el estilo de vida del productor y el desempeño en el mercado internacional y se pudo verificar la procedencia del cacao.

Tabla 7

Clasificación de las estrategias para la exportación del cacao en grano por promoción

Estrategia	Criterio con más peso	Indicador	País	Aporte
Estrategias Marketing (Villanueva, 2019 p. 37)	Promoción (Cabello et al. 2016, p. 38)	Programas Gubernamentales (Njinyah, 2017, p. 198)	Reino Unido	Estos programas ayudaron a superar los obstáculos de la exportación además que son fundamentales logrando mejorar el desempeño de las pequeñas y medianas empresas exportadoras del cacao
		Ferias internacionales (Salinas y Ramo, 2019, p. 33)	Perú	Ayudan a los emprendedores del cacao exponer al público las variedades de calidad, aroma, dependiendo del comprador en los diferentes eventos, facilita las negociaciones y conocer las nuevas tendencias para expandir el producto y diversificar la cartera de clientes potenciales.

Nota: Elaboración Propia

Estrategia	Criterio con más peso	Indicador	País	Aporte
Estrategias Marketing (Villanueva, 2019 p. 37)	Promoción (Cabello et al. 2016, p. 38)	Marca país (Ojeda et al. 2018, p. 79)	Colombia	Es una herramienta que tiene una nación para poder promocionar y vender sus productos agroindustriales en el mercado global, esta marca comunica y resalta los atractivos de la republica diferenciándolo de otras, mostrando su identidad para impulsar sus exportaciones.
		Eventos nacionales (Macias, 2016, p. IX)	Ecuador	El crecimiento de las ventas del cacao en grano es debido a los diferentes eventos locales, siendo actividades de promociones, ante ello indica que se debería implementar estrategias de promoción permanente adquirir resultados favorables para los exportadores.
		E- Commerce (Espinoza y Esquivez, 2019, p. 71)	Perú	El comercio electrónico su finalidad es realizar compras y ventas de productos mediante el internet promoviendo la comercialización a mayor escala, siendo las herramientas los centros virtuales como Business to Business y Business to Consumer.

Nota: Elaboración propia

Dentro de la tabla 3 se tomaron como referencia 5 estrategias de marketing, dentro de las cuales se implementan con mayor frecuencia en la exportación del cacao en grano. Asimismo, cada una de estas estrategias cuentan con diversos aportes que tienen beneficios para la comercialización del grano. Por ello, las estrategias de marketing se clasificaron según el criterio de promoción como resultados se obtuvieron:

De todas las estrategias planteadas de promoción, 5 de ellas están enfocadas en impulsar el comercio internacional del cacao en grano, desarrollando un mayor reconocimiento del producto a nivel mundial, lo cual es importante reconocer los diferentes beneficios de dichas estrategias debido a que forma parte del objetivo de las empresas exportadoras, logrando mayores volúmenes de venta e incremento de la comercialización del grano.

Las estrategias de promoción que están enfocadas en el aumento de la comercialización internacional son: Programas Gubernamentales, Ferias internacionales, Marca país, Eventos nacionales, E- Commerce.

Sin embargo, las estrategias de promoción están contribuyendo en las exportaciones del grano, por ello las estrategias influyen satisfactoriamente de los objetivos. Sin embargo, las estrategias que están enfocadas directamente mejorando las exportaciones como las promociones internacionales. Con esta investigación se obtuvo 3 estrategias que están a favor del incremento de la comercialización mundial que son: Marca país, Ferias internacionales y E- Commerce, por otro lado, se encontró 2 estrategias: Programas Gubernamentales como los Eventos nacionales que ayudan a elevar el nivel del cacao como también refuerzan a las empresas nacionales tanto en su producción y comercialización. Adicionalmente, un beneficio extra es que se logra ser más reconocida la nación por medio de las estrategias planteadas.

Los resultados de la investigación fueron reunir diferentes estrategias de promoción que más resaltan para la exportación del cacao en grano a su vez este estudio específico el aporte que produce cada uno de ellos y se clasifican según el

beneficio que brinda un comercio electrónico debido a que facilita al comercio dentro de las negociaciones, desarrollarnos en ferias de otros países reconociendo el país de origen del producto y la calidad con la que se produce, se exporto bajo la marca del país logrando que el consumidor se sientan con mayor confianza al momento de consumirlo fortaleciendo la industria del cacao en grano y cada uno de los indicadores está amparado por artículos científicos que avalan esta información recolectada consiguiendo que las estrategias estén ofreciendo más de dos beneficios que son implementadas por los exportadores.

Asimismo, el resultado de la investigación es parecido a los estudios descritos a los autores Gonzáles (2020), Sosa (2018), Najjar (2017) y Guarrochena y Dib (2015), quienes encontraron respectivamente estrategias de mercadotecnia que promovieron y mejoraron el comercio del grano donde se pudo obtener diversos aportes con diferentes estrategias de promoción que ayudaron a crecer los niveles de ventas a nivel internacional. Entre estas investigaciones se tuvieron conclusiones positivas para el cacao, siendo uno de los granos más solicitado en el mundo.

Tabla 8

Clasificación de las estrategias para la exportación del cacao en grano por Sostenibilidad

Estrategia	Criterio con más peso	Indicador	País	Aporte
Sostenibilidad (Durán, 2016, p. 5)	Sustentabilidad (Asare, 2019, p. 19)	Proveedores (Okke, 2018, p. 13)	Países Bajos	La mejora de relación con los proveedores ecológicos es vital para elevar la sostenibilidad del mercado del cacao, por eso las empresas solicitan compras con ciertos estándares sostenibles que garantiza la calidad, los empresarios realizan beneficios sociales de manera ética teniendo buenas relaciones entre ambos
		Bajo niveles de Producción (Geoffrey, 2018, p. 23)	Finlandia	Los agricultores recurren a mecanismos de plantar y replantar las plantas del cacao para incrementar la plantación y rendimiento de la tierra, además de aplicar fertilizantes de forma eficiente y constante en la siembra para revitalizar los nutrientes, teniendo mejor crecimiento convirtiéndose en una producción sostenible.

Nota: Elaboración de los investigadores

Estrategia	Criterio con más peso	Indicador	País	Aporte
		SCPP (Schaad y Fromm, 2018, p. 5)	Suiza	Es un programa para los productores del cacao en grano porque elevan el nivel de productividad, participación y rendimiento en un periodo de largo plazo, facilitando así el acceso al mercado para los agricultores de este grano.
Sostenibilidad (Durán, 2016, p. 5)	Sustentabilidad (Asare, 2019, p. 19)	Sinergia (Pawana, 2019, p. 5)	Reino Unido	Dentro de este programa se implementa la supervisión de las actividades y promover la difusión de la tecnología del cultivo del cacao desde el inicio hasta el final, también fomentar y orientar a los agricultores para que tenga mayor acceso de la tecnología hacia los datos de las aplicaciones y lograr penetrar en los mercados.
		Estándares de sostenibilidad voluntarios (Voorra et al. 2019, p. 3)	Canadá	La finalidad es brindar a los clientes opciones de compra de cacao más sostenibles, ofreciendo a los agricultores una etiqueta para la diferenciación de sus mercancías logrando que el consumidor pueda distinguir, el etiquetado es para aquellos que adopten prácticas específicas

Nota: Elaboración por los investigadores

Estrategia	Criterio con más peso	Indicador	País	Aporte
		Iniciativas corporativas individuales (Imgram et al. 2018, p. 3)	Países Bajos	Se desarrolla en las empresas para monitorear y el cumplimiento activo de las leyes, las normas nacionales o exteriores, para promover el bien social o ambiental, han sido utilizados por los comerciantes que han organizado a los agricultores en grupos asegurando que el cacao es de calidad.
Sostenibilidad (Durán, 2016, p. 5)	Sustentabilidad (Asare, 2019, p. 19)	Herramienta para la sostenibilidad (Agbongiarhuoyi, et al. 2020, p. 48)	Nigeria	Una de las herramientas que utilizan los agricultores para tener información más relevante de los precios del cacao en grano, el mercado, entre otros temas referentes al producto en el entorno internacional es el teléfono móvil, porque fortalece la sostenibilidad de las actividades de agronegocios.
		Socioeconómico (Sjauw, 2018, p. 214)	Países Bajos	Los costos realizados en la producción del cacao en grano ayudan a disminuir el trabajo infantil, mejorando así las condiciones laborales de los agricultores que son mano de obra contratada para mejorar el nivel de vida.

Nota: Elaboración propia

Estrategia	Criterio con más peso	Indicador	País	Aporte
Sostenibilidad (Durán, 2016, p. 5)	Sustentabilidad (Asare, 2019, p. 19)	Economía sostenible en el cacao (Quintero et al. 2017, p. 43)	Venezuela	Los consumidores de los países desarrollados cuentan con una mayor conciencia de las circunstancias ambientales y profesionales en las que se produjeron el cacao y derivados además las personas actualmente están pagando un mayor precio por aquellos productos certificados
		Tecnología SE (Arifin, 2013, p. 95)	Indonesia	Esta técnica Biotecnológica ayuda a los agricultores en el rendimiento del cacao en el futuro, contribuye con la reactivación de la industria del cacao sostenible en el país de Indonesia, porque rejuvenece la planta facilitando la multiplicación del cacao, manejando las enfermedades con las técnicas de injerto y de poda ecológica

Nota: Elaboración propia

Conforme al estudio que se desarrolló anteriormente, se realizó la elaboración de la tabla 8 en base a la estrategia de sostenibilidad con el criterio de sustentabilidad subdividiéndose en 10 indicadores tales como Proveedores, Bajo niveles de Producción, SCPP, Sinergia, Estándares de sostenibilidad voluntarios, Iniciativas corporativas individuales, Herramienta para la sostenibilidad, Socioeconómico, Economía sostenible en el cacao y Tecnología SE, porque beneficiaron a los productores y exportadores a mantener un cacao sostenible en el mercado internacional.

Por lo cual los resultados de estudio fueron hallar las variedades de estrategias de sostenibilidad que son más empleadas para la exportación del grano de cacao obteniendo un aporte positivo, debido a que tuvieron diversos beneficios puesto que la sostenibilidad ayudo a tener una producción más controlada, llegando a proteger a los agricultores y empresarios, por ello cada uno de los indicadores presentados están amparadas por artículos científicos que respaldan esta data recogida, consiguiendo que las estrategias sean usadas con mayor frecuencia en el ámbito internacional.

Por otro lado, los resultados de la investigación son similares a los trabajos descritos por los autores Nelson y Phillips (2018) y Gálvez et al. (2017), debido a que hallaron estrategias para el desarrollo sostenible del cacao en grano, intensificando la productividad del cacao, se consiguió diversos beneficios como elevar la calidad de vida de los cultivadores bajo el aspecto laboral, social entre otros, además de tener mayores conocimientos de herramientas tecnológicas para la producción del grano. Se tuvo conclusiones favorables para el cacao sea un producto aún más llamativo en el entorno nacional e internacional.

Sin embargo, los resultados de la investigación fueron diferentes a los del estudio de los autores Jaramillo y Barrezueta (2016), obtuvieron como resultado que la estrategia de sostenibilidad no ayuda a tener una sustentabilidad a las fincas del cacao por motivo que los indicadores sociales, económicos y ambientales fueron negativos para ellos por la reducción de capacitaciones e información referentes a las modernas tecnologías agrarias.

Tabla 9

Clasificación de las estrategias para la exportación del cacao en grano por Trazabilidad

Estrategia	Criterio con más peso	Indicador	País	Aporte
		Gestión (Astina et al. 2019, p. 36)	Indonesia	La gestión es administrar la información del proceso de las transacciones relacionadas con los requerimientos del cacao en grano específicas por el cliente y conocer los proveedores potenciales para los compradores.
Estrategias Trazabilidad (Morales et al. 2015, p. 22)	Trazabilidad por comercialización (Urbaska et al. 2017, p. 86)	Confidencialidad (Mathew, 2020, p. 14)	Canadá	La confidencialidad es fundamental porque protege los datos adquiridos durante el proceso de trazabilidad del producto en cualquier etapa por eso no debe divulgarse a beneficio personal.
		Control (Paz, 2020, p. 99)	Perú	El control de calidad tiene una influencia en la trazabilidad debido ya que con ella se podrá tener el producto del cacao en grano de buena calidad y además se podría evitar los riesgos.

Nota: Elaboración por los autores

Estrategia	Criterio con más peso	Indicador	País	Aporte
		Seguridad Alimentaria (Berg, 2017, p. 17)	Ghana	La seguridad alimentaria se refiere a la disponibilidad de tener acceso a alimentos nutritivos de calidad adecuada, inocuos que complazcan las necesidades y preferencias alimentarias de los consumidores.
Estrategias Trazabilidad (Morales et al. 2015, p. 22)	Trazabilidad por comercialización (Urbaska et al. 2017, p. 86)	Tecnología Blockchain (Chong et al. 2019, p. 323)	Estados Unidos	Es un sistema de data que acopia información cronológicamente de procesos interconectados, es parecido a un libro digital donde los productores detallaran el origen de los granos de cacao y los insumos utilizados en el proceso, se obtendrá información desde el nombre de los proveedores hasta la fecha de recepción.
		Calidad (Ríos et al. 2017, p. 41)	Colombia	La calidad depende de las exigencias que requiere cada comprador, por ello el mercado de cacao en grano está enfocado en los atributos de calidad desde su origen siendo un producto muy comercializado a nivel internacional que permite cumplir con la trazabilidad.

Nota: Elaboración de investigadores

Estrategia	Criterio con más peso	Indicador	País	Aporte
Estrategias Trazabilidad (Morales et al. 2015, p. 22)	Trazabilidad por comercialización (Urbaska et al. 2017, p. 86)	Autenticidad (Pérez et al. 2020, p. 9)	España	Confirma la validez de los datos ubicados en la etiqueta del producto, desde el origen, el método de producción y las tecnologías del proceso, además protege al consumidor demostrando seguridad y la calidad del grano y protege a las marcas.
		Inocuidad (Córdova y Daquilema, 2019, p. 27)	Ecuador	Es la protección que deben poseer los productos de la contaminación de manera intencional o no, adulteración en los alimentos en el proceso de producción, distribución, almacenamiento que provocan enfermedades, se realiza un monitoreo para asegurar los alimentos.
		Trazabilidad en código de Barras (Beltrán et al. 2018, p. 56)	Perú	Herramienta para la trazabilidad porque aporta información concisa sobre el proceso del producto desde la producción hasta el cliente, da un monitoreo de cada saco de cacao, en caso de alguna muestra que ha sido analizado se presencia de componentes químicos no permitidos, ayuda ubicar al productor que pertenece la muestra.
		Trazabilidad Descendente (Castillo y Rezabala, 2018, p. 28)	Ecuador	Se encuentra información acerca del destino que han tomado los productos que salieron de la fábrica, es decir la data del paradero de la mercancía embarcada al lugar del pedido (clientes-destino).

Nota: Elaboración por los autores

Acorde a la investigación que se ha ido realizando previamente, se originó la tabla 9 sobre la estrategia de trazabilidad con el criterio de trazabilidad por comercialización dividiéndose en 10 indicadores como Gestión, Confidencialidad, Control, Seguridad Alimentaria, Tecnología Blockchain, Calidad, Autenticidad, Inocuidad, Trazabilidad en código de Barras, Trazabilidad Descendente beneficiando a los agricultores y entidades exportadoras reforzando la trazabilidad en grano de oro en el entorno global.

De tal forma los resultados de esta investigación fueron encontrar las distintas estrategias de trazabilidad que son las más empleadas para la exportación del cacao en grano alcanzando una contribución efectiva para los participantes de esta actividad comercial porque son beneficios que ayudaron a conocer el recorrido desde el origen, distribución y comercialización del producto hasta las manos del cliente final teniendo un control del rastreo del cacao para la seguridad alimentaria, salud, ambiental y social, pero hay una inversión que se en algunos países productores trabaja juntamente con el gobierno de su país para poder optimizar los costos además, la trazabilidad va de la mano con los sembríos haciéndola más estricta en su producción como cosecha, protegiendo a las personas que se dedican a dicha actividad, cada uno de los indicadores formulados están amparadas por artículos científicos que apoyan los datos recopilados. Por ello según Quintero et al. (2019) mencionó que los procesos tecnológicos son el sendero de la agricultura tradicional hacia la precisa, puesto que mejoran la productividad de los granos, porque la aplicación de la tecnología tiene una ventaja en las transiciones de cultivo generando un nivel alto de rendimiento (p. 68).

Los resultados de los estudios son semejantes a las investigaciones de los autores Freire (2018) y Ramírez (2013) por que encontraron estrategias para el desenvolvimiento de la trazabilidad en el cacao en grano, aumentando los árboles del cacao para su venta, donde obtuvieron distintos beneficios dirigidos a los agricultores y empresarios dedicados al mundo del cacao en grano. Se llegó a la conclusión de que la trazabilidad juega un papel importante dentro del cacao en grano mejorando los procesos de cultivos del cacao en grano en el mundo para que el cliente pueda seleccionar productos de calidad y confiables en el consumo

V.CONCLUSIONES

1. En esta investigación se ha realizado una clasificación de las estrategias para la exportación del cacao en grano. Lo más importante ha sido la estrategia de trazabilidad es una ventaja significativa porque ofrece oportunidades a los productores, exportadores y clientes teniendo conocimiento del proceso a detalle de cada etapa como el origen, despacho, etc. con un mayor control y rastreo implementando el uso de herramientas adecuadas consiguiendo un cacao en grano de calidad y confiabilidad para los clientes en el consumo y venta del producto, logrando una imagen favorable en los mercados internacionales. Lo más complicado en el estudio de las clasificaciones fue realizar una revisión exhaustiva de todas las estrategias que existe en el mercado para las exportaciones y seleccionar las que tienen un rol fundamental para la exportación del grano.
2. La estrategia ambiental resalta la certificación de Demeter porque asegura una producción biodinámica que es la responsabilidad de los agricultores, evitando la explotación de la tierra, respetando las temporadas de producción, impulsando el uso de compostas naturales para los suelos.
3. La estrategia de marketing destaca al e-commerce que reduce los costos y tiempos de la negociación en la compra del producto, porque fideliza al consumidor con la marca del cacao frente a las demás alcanzando un posicionamiento favorable en el mercado nacional e internacional.
4. Para la estrategia de sostenibilidad se enfatiza la tecnología SE que trabaja conjuntamente con el gobierno de Indonesia porque existe una gran demanda del cacao, por eso aplicaron métodos de renovación y germinación de clones del grano mejorando la producción para los próximos años.
5. La estrategia de trazabilidad sobresale la Tecnología Blockchain porque permite recolectar la data de las actividades de producción hasta el consumidor final asegurando la transparencia por eso garantizando la calidad del cacao en grano.

VI. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones para posteriores estudios son las subsiguientes:

1. Para los próximos estudios se recomienda realizar clasificaciones de diversas estrategias que promueven la exportación del grano como la estrategia de segmentación, defensivas y las integrales puesto que impulsan las exportaciones utilizando artículos indexados de los últimos 5 años porque los datos sufren constantes cambios en el mercado nacional e internacional.
2. Se recomienda a los países productores del cacao en grano a realizar más investigaciones sobre el uso de las estrategias ambientales, dándole mayor énfasis a la certificación demeter debido a que es solicitada por los clientes y existe poca revisión de la literatura con respecto a este tipo de certificado.
3. Se sugiere realizar capacitaciones y talleres relacionados al e-commerce para su correcta aplicación para los exportadores del grano, estas serán dirigidas por el estado, además de adquirir conocimientos de la compra y venta que se da en las plataformas digitales en este mercado volátil actual.
4. Desarrollar programas con distintos especialistas enfocados en la tecnología SE tanto para las instituciones nacionales como privadas de agricultura para poder así demostrar la correcta aplicación de la tecnología SE, obteniendo un mayor abastecimiento para la demanda del cacao en grano.
5. Se recomienda crear cursos para los productores como exportadores del grano de cacao direccionados en conocer a la Tecnología Blockchain debido a que su aplicación se está volviendo muy común en el Perú además que se volvió en un requisito para las exportaciones del producto de estudio.

REFERENCIAS

- Acebo, Plaza, M. (2016). *Estudios industriales orientación estratégica para la toma de decisiones: Industria del cacao*. Recuperado de: <http://infocafes.com/portal/wpcontent/uploads/2017/02/industriacacao.pdf>
- Acuña, N, Figueroa, L y Wilchez, M. (2017). *Influencia de los Sistemas de Gestión Ambiental ISO 14001 en las organizaciones: caso estudio empresas manufactureras de Barranquilla*. 25 (1). (pp.143-153). https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo%3Fcodigo%3D2774945&ved=2ahUKEwjJvI7eyqvsAhWGH7kGHZZTApQQFjACegQIChAB&usq=AOvVaw21lyXgNRyBZV2_PEGUQqO7
- Agbongiarhuoyi, A., Thomas, K., Uwagboe, E., y Famuyiwa, B. (2020). *Utilization of Icts in Accessing Cocoa Beans Market Information by Cross River State Farmers*. Scientific Papers: Management, Economic Engineering in Agriculture & Rural Development, 20(3), 45–51. Recuperado de: http://managementjournal.usamv.ro/pdf/vol.20_3/Art4.pdf
- Angel, J., Rivera, B. y Solis, G. (2016) *Plan de exportación de cacao organico havia el mercaddo de la unión europea caso ilustrativo cáritas el salvador*. [Grado licenciado, Universidad del Salvador]. Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://core.ac.uk/download/pdf/31086867.pdf&ved=2ahUKEwi1jcST6JLTAhVFuVvKkHSVwC9YQFjAAegQIAxAB&usq=AOvVaw3Yh-2IDT-dVypbwffDDS3T>
- Arceo, N., Fernández, A. y González, M. (2019). *El mercado de trabajo en el modelo agroexportador en Argentina: la función de la inmigración*. América Latina en la Historia Económica, 26(3), e 952. DOI: <https://doi.org/10.18232/alhe.952>

- Arifin, Bustanul. (2013). *On the Competitiveness and Sustainability of the Indonesian Agricultural Export Commodities*. pp. 81-100. ISSN 2338-9710
Recuperado de <http://repository.lppm.unila.ac.id/8432/1/6.pdf>
- Arroyo, P., Rojas, M. y Kleeberg, F. (2016). Diversificación productiva para mejorar la competitividad en los acuerdos comerciales del sector agroindustrial en el Perú. *Ingeniería Industrial*. (137-163). Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/3374/337450992007.pdf>
- Asare, K. (2019). *The Sustainability Of The Cocoa Industry Taking Production And Consumption Perspectives*. [Master Thesis, University of Ghana].
Recuperado de:
<http://ugspace.ug.edu.gh/bitstream/handle/123456789/32843/The%20Sustainability%20of%20The%20Cocoa%20Industry%20Taking%20Production%20%26%20Consumption%20Perspectives.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Astina, J., Fariyanti, A. (2019). *Typology of Cocoa Value Chain Governance in West Sulawesi*. *Int. J. Agr. Syst.* 7(1): 27-38. Recuperado de:
<http://pasca.unhas.ac.id/ojs/index.php/ijas/article/view/1764>
- Balladares, K. y Morales, W. (2020). Impacto de la estrategia de comercio justo en la exportación de cacao: caso aplicado a la Corporación Fortaleza del Valle en el período 2013-2017. Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Economista. Carrera de Economía. Quito: UCE. Recuperado de:
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/21279>
- Barrezueta, S., Prado, E. y Jimbo, R. (2017). Características Del Comercio De Cacao A Nivel Intermediario En La Provincia De El Oro-Ecuador. *European Scientific Journal*. Vol.13, N°.16 ISSN: 1857. Recuperado de:
[URL:http://dx.doi.org/10.19044/esj.2017.v13n16p273](http://dx.doi.org/10.19044/esj.2017.v13n16p273)

- Blanco, E. (2014). *Estrategia: Conceptos y Vínculos*. Debates IESA, 19(1), 36–39. Recuperado de <http://web.b.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=22&sid=f7ed9424-3333-42d8-897a-48e855c10c15%40pdc-v-sessmgr06>
- Bravo, M., Ruiz, M. y Sablón, N. (2020). *Prospectivas de la economía circular en la cadena agroalimentaria del cacao ecológico fino de aroma en la provincia de Manabí*. Revista de la Facultad de Agronomía. 71. 10. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/341804720> Prospectivas de la economía circular en la cadena agroalimentaria del cacao ecologico fino de aroma en la provincia de Manabi
- Beltrán, L., Jaico, J. y Rosello, M. (2018). Modelo de gestión de abastecimiento confiable y sostenido de cacao orgánico como materia prima. [Tesis de Maestría, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]Lima, Perú. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10757/625473>
- Berg, T. (2017). *Corporate sustainability and food security: The impact of Foreign Direct Investments on the livelihoods of smallholder farmers in Ghana*. [Master Thesis, University Utrecht]. Recuperado de: <http://dspace.library.uu.nl/handle/1874/350932>
- Bıçakcıoğlu, N., Theoharakis, V., y Tanyeri, M. (2019). *Green business strategy and export performance*. *International Marketing Review*, 36(1), 56-75. <http://dx.doi.org/10.1108/IMR-11-2018-0317>
- Bojórquez, M. y Valdez, O. (2017). El comercio electrónico como estrategia de internacionalización de las PYMES. Vol. 5, N°. 17. Recuperado de: <https://www.riti.es/ojs2018/inicio/index.php/riti/article/view/71>
- Cabello, M. y Parra, U. (2016). *Estrategia de promoción del cacao Macuare como atractivo turístico*. [Tesis de Grado de Administración de Empresas

- Turísticas, Universidad Nueva Esparta]. Venezuela. Recuperado de:
<http://miunespace.une.edu.ve/jspui/handle/123456789/2948>
- Camacho, M. (2017). *La competitividad empresarial y el desempeño exportador de las empresas peruanas de mango*. [Tesis de licenciatura, Universidad Usil]. Recuperado de: <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2910>
- Campos, S. (2019). *La agroexportación y su influencia en el producto bruto interno del Departamento de Cajamarca 2009 - 2017*. Recuperado de :
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.5E91AFAA&lang=es&site=eds-live>
- Cano, P. (2019): “*Dos visiones diferentes de entender la investigación, para la formación en educación superior*”, Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (julio 2019). Recuperado de:
<https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/07/investigacion-educacion-superior.html>
- Carmona de Ríos, C. (2018). *¿Cuál es la importancia de implementar estrategias en las organizaciones?*. Revista Científica Anfibios, 1(1), 71-79.
<https://doi.org/10.37979/afb.2018v1n1.20>
- Carrasco, I. (2015). *Propuesta para el uso de tipos de secado de cacao con su incidencia en la calidad del grano*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña]. Recuperado de:
<http://repositorio.unphu.edu.do/handle/123456789/1278>
- Castilla, K y Rezabala, A. (2018). *Modelo logístico para la exportación de pasta de cacao amargo romel al mercado de Alemania*. [Tesis de título, Universidad de Guayaquil]. Recuperado de:
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repositorio.u-g.edu.ec/bitstream/reduq/38829/1/TESIS%2520KLEBER-%2520ALEXA%2520ANILLADO%2520CORRECCIONES.pdf&ved=2ahUK>

[Ewjz_mXjJvtAhUqSjABHV8bDLQQFjABegQIJRAC&usg=AOvVaw08b-POGhT6m_LI0hAyWmsH](http://mXjJvtAhUqSjABHV8bDLQQFjABegQIJRAC&usg=AOvVaw08b-POGhT6m_LI0hAyWmsH)

Castillo, B., Carhuanchu, I. y Moreno, R. (2019). Políticas en la agricultura familiar, Cañete –2018. Vol. 5, N°1 (pp. 218-233). Recuperado de: <file:///C:/Users/pvea/AppData/Local/Temp/Dialnet-PoliticasEnLaAgriculturaFamiliarCanete2018-7475490.pdf>

Castro del Río Ceballos, I. (2018). *Marketing, estrategia y supervivencia: etología de la seducción*. Revista CIFE: Lecturas de Economía Social, ISSN-e 2248-4914, Vol. 19, N° 31. https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?querry=Dismax.DOCUMENTA_L_TODO=Marketing%2C+estrategia+y+supervivencia%3A

Castro, E. (2010). *Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas*. *Ciencias económicas*, 28 (1). Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/download/7073/6758/0&ved=2ahUKEwi1mayKjajqAhWlBkGHdXIAwoQFjAAegQIBBAB&usg=AOvVaw2NYVfRTA-SAQMPx01rRytf>

Castro de Reyes, A. (2015). *Recolección de datos: Fichas*. [Archivo PDF]. Recuperado de: <https://melp025.files.wordpress.com/2015/03/lasfichas-amycastro14215.pdf>

Cavero, J y De la Cruz, S. (2017). *Estrategia de inserción del cacao peruano hacia el mercado italiano*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Recuperado de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/>

CBI Ministerio de relaciones exteriores. (2020). El potencial del mercado europeo del cacao certificado. Recuperado de: <https://www.cbi.eu/market-information/cocoa-cocoa-products/certified-cocoa/market-potential>

Cely, L. (2017). Oferta productiva del cacao colombiano en el posconflicto. Estrategias para el aprovechamiento de oportunidades comerciales en el marco del acuerdo comercial Colombia-Unión Europea. *Equidad & Desarrollo*, (28), 167-195. Recuperado de: <file:///C:/Users/pvea/AppData/Local/Temp/Dialnet-OfertaProductivaDelCacaoColombianoEnElPosconflicto-6070466.pdf>

Centro de Estudios Estratégicos CEEAG (2017) INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS MILITARES, Chile, Recuperado de: <http://www.ceeag.cl/wp-content/uploads/2020/06/Libro-INVESTIGACION-EN-CIENCIAS-MILITARES-Claves-Methodologicas.pdf#page=114>

Chong, M., Pérez, E y Castilla, J. (2020). Blockchain Technology Applied to the Cocoa Export Supply Chain: A Latin America Case Handbook of Research on Emerging Technologies for Effective Project Management, 323-339. Recuperado de: https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=chong+%2C+blockchain+y+trazabilidad++2019&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3D3elxkLUIEJEJ

Claver, E y Quer, D. (2001). *La dirección estratégica de la internacionalización de la empresa propuesta de un marco teórico integrado*. *Dialnet*. (741), 37-60. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=12631>

Contreras, E. (2013). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. *Redalyc*, (35), 152-181. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf&ved=2ahUKEwiEzKecgaDsAhV1GbkGHcJ-DHQQFjABegQIARAB&usg=AOvVaw1XbBUDXU8PslwDTzgWjJfn>

Córdova, J. y Daquilema, E. (2019). *Diseño de un plan de seguridad alimentaria aplicando la metodología HACCP en una exportadora de cacao de la ciudad*

- de Guayaquil. [Tesis de Licenciatura, Universidad de Guayaquil]. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/47284>
- Coudounaris, D. N. (2018). *Export promotion programmes for assisting SMEs. Review of International Business and Strategy*, 28(1), 77-109. <https://search.proquest.com/docview/2011284272?accountid=37408>
- Denegri, C., Galán, M., Gómez, J y Raffo, C. (2018). *Planeamiento estratégico para la industria del cacao peruana*. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12856>
- Díaz, C. (2019). *Las estrategias para asegurar la calidad de la investigación cualitativa*. El caso de los artículos publicados en revistas de educación. *Revista Lusófona de Educação* 44, 29-45 Recuperado de: <https://revistas.ulusofona.pt/index.php/rleducacao/article/view/6859>
- Diosdado, M. y Méndez, E. (2018). *CACAO: MANJAR DE DIOSES, ELIXIR DE VIDA PARA LOS MORTALES*. México. Recuperado de : <https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/48640/202-CYL-180918.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Durán, G y Salazar, V. y Meza, T. (2016). *Estrategias de trazabilidad para la exportación de cacao*. *Revista Publicando*, 3(8), 375-389. Recuperado a partir de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/231>
- Escobar, C., Gallego, J., Herrera, C. y Tamayo, S. (2018). *Implementación de buenas prácticas agrícolas en cultivos de cacao Theobroma cacao L. como estrategia para prevenir la presencia de cadmio en la cadena cacaotera*. Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Centro Pecuario y Agroempresarial. Recuperado de: <https://repositorio.sena.edu.co/handle/11404/5250>

- Espinel, G. (2018). Proceso de certificación en sello Rainforest Alliance de la norma de la red de agricultura sostenible- ras, mediante el aislamiento de fincas de familias cacaoteras del municipio de tibú en norte de Santander. *Universidad Nacional Abierta y a distancia UNAD*. Recuperado de: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/20831/60433854.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Espinoza, S., y Esquivés, M. (2019). *Proyecto de Inversión: Comercialización de manteca de cacao del Perú hacia New York - Estados Unidos*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte] Perú. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11537/23118>
- Fedecacao. *Guía para el cultivo del cacao*. (pp. 35-39). Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://bibliotecadigital.agronet.gov.co/bitstream/11348/3666/2/031.2.pdf&ved=2ahUKEwjeh5SV3ZLhAhXDxFkKHTULDQMQFjAAegQIARAB&usg=AOvVaw1a6YyHNB35JMnEUx2ESPso>
- Flores, N y Jiménez, T. (2018). *Plan estratégico para la comercialización de cacao de la Cooperativa Aprocanorsi, de la provincia de San Ignacio – 2016*. Recuperado de: <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/5256>
- Freire, D. (26 de noviembre del 2018). Sistema de trazabilidad del cacao fino de aroma theobroma cacao para el desarrollo de productos con valor agregado. *Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*. ISSN 1390-9150. 5. (Número especial). pp.849-861. Recuperado de: <http://45.238.216.13/ojs/index.php/EPISTEME/article/view/1549/761>
- Fuchs, M. y Köstner, M. (2016). *Antecedents and consequences of firm's export marketing strategy: An empirical study of Austrian SMEs (a contingency perspective)*. *Management Research Review*, 39(3), 329-355. <https://search.proquest.com/docview/1772810076?accountid=37408>

- Gálvez, J., Gonzales, C., Silva, N y Mercado, C. (2017). *Planeamiento estratégico del cacao Trabajo para la obtención del Grado de Magister Administración Estratégica de empresas*. [tesis pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Recuperado a partir: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/8719>
- Galunets, N. (2019). Place of the Ukrainian agricultural exports on the world food market. *Agricultural and Resource Economics* 5 (4), 79-94. Recuperado de: <http://are-journal.com/are/article/view/269>
- Geoffrey B. (2018). *ECONOMIC SUSTAINABILITY OF COCOA PRODUCTION IN GHANA*. [Tesis de Licenciatura, Helsinki Metropolia University of Applied Sciences] Finlandia, Recuperado de: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/150229/GEOFFREY_BILSON.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gil, A., León, A, Aguirre, C. et al. (2019). *BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS EN EL CULTIVO, BENEFICIO Y COMERCIALIZACIÓN DE CACAO*. Compañía nacional de Chocolates S.A.S. (3^a ed). Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.chocolates.com.co/wp-content/uploads/2019/04/buenas-practicas-agricolas.pdf&ved=2ahUKEwjX1ZP64JLtAhXiwVkKHV1YBx4QFjAAeqQIBxAB&usq=AOvVaw3euBduYKmzH96yL5-qFXyF>
- Gómez, I. (2017). *El proceso estratégico: ¿Qué hacer si está pensando en diseñar su estrategia de negocios?*. *IEEM Revista de Negocios*, 20(3), 64–72.
- González, Baque, L. y Mendoza, M. (2020). *Planeación estratégica para mejorar la comercialización de cacao en la empresa Agroalava del Empalme*. (Spanish). *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 7, 1–16.
- Guarrochena, M y Dib, J. (2015). *Las relaciones de las estrategias en el resultado exportador en pequeñas y medianas empresas*. *Dialnet*, 5 (1), 111-139. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5443980>

- Herrera, H. (2017). *La producción del cacao y el desarrollo humano local de Tocache - San Martín. 2006 - 2015*.
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8653/herreraponce_hitler.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy&ved=2ahUKEwiKn5XzoaHsAhUhD7kGHWeCAW04ChAWMAR6BAqGEAE&usq=AOvVaw2o1YFsJBUD-0oTsVEIOE96
- Hernández, C. (2016). *Propuesta de estrategia de comunicación en el proceso de capacitación agrícola: caso cultivos de cacao, Pichucalco, Chiapas*. Trabajo para a la obtención del Grado de Magister.Mexico:
<http://repositorioinstitucional.buap.mx/bitstream/handle/20.500.12371/2352/416216T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Herrera, J., Guevara, Emma. Y Munster de la Rosa, H. (2015). Los diseños y estrategias para los estudios cualitativos. Un acercamiento teórico-metodológico. *Gaceta Médica Espirituana*, 17(2), 120-134. Recuperado de:
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1608-89212015000200013&lng=es&tlng=es.
- Hernández, H y Tobón, S. (2016). *Análisis documental del proceso de inclusión en la educación*. Redalyc. 12 (6), 399-420.
<https://www.redalyc.org/pdf/461/46148194028.pdf>
- Hout, W. (1996). *Development strategies and economic performance in Third World countries, 1965-92*. *Third World Quarterly*, 17(4), 603–624.
<https://doi.org/10.1080/01436599615281>
- Hunt, S. D. (2018). Advancing marketing strategy in the marketing discipline and beyond: from promise, to neglect, to prominence, to fragment (to promise?). *Journal of Marketing Management*, 34 (1/2), 16–51. Recuperado de:
<https://doi.org/10.1080/0267257X.2017.1326973>

Iddrisu, M., Aidoo, R. y Abawiera, C. (2020). *Participation in UTZ.RA voluntary cocoa certification scheme and its impact on smallholder welfare: Evidence from Ghana*. *World Development Perspectives* 20, 100244. 20. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2452292920300643>

Ingram, V., Rijn, F., Watearts, Y y Gilhuis, H. (2018). *The Impacts of cocoa sustainability Initiatives in West Africa*. MDPI. Recuperado de: <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/11/4249>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020). *Producción Nacional*. Recuperado de: <http://m.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/produccion-nacional/1/#lista>

Instituto Nacional de Innovación Agraria (2019). *Sistematización de los subproyectos de cacao financiados por el instituto nacional de innovación agraria a través del programa nacional de innovación agraria*. [Archivo PDF]. Recuperado de: <https://www.pnia.gob.pe/wp-content/uploads/2019/06/cacao.pdf>

Jaramillo, L. y Barrezueta, S. (2016) *Uso de indicadores para medir la sostenibilidad en finca con cacao theobroma cacao sector paraíso cantón el Guabo Ecuador*. (Trabajo de titulación). UTMACH, Unidad Académica de Ciencias Agropecuarias, Machala, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/7627>

Jiménez, C. (2015). *Estado legal mundial del cadmio en cacao (Theobroma cacao): fantasía o realidad*.10. N° 01 – 89-104. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-04552015000100009

Landázuri, S. y Montenegro, N. (2018). *El Enfoque Estratégico de Michael Porter Aplicado a las Mipymes: Caso Ibarra –Ecuador*. *Revista Científica Hallazgos* 21.

3(Suplemento Especial). Recuperado de:
<http://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/>

Larrea, H., Ugaz, C, y Flórez, M. (2018). EL SISTEMA DE AGRONEGOCIOS EN EL PERU: DE LA AGRICULTURA FAMILIAR AL NEGOCIO AGROALIMENTARIO. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 43,1-16. ISSN: 1405-9282. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=141/14158242001>

López , Y., Cunias, M. y Carrasco, Y. (2020). El cacao peruano y su impacto en la economía nacional. *Universidad y Sociedad*, 12(3), 344-352. Recuperado de:
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300344&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Luna, J. (2019). Agroexportación: dinamismo y formalización. *Seminario COMEX PERU*. 836. Recuperado de:
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.comexperu.org.pe/media/files/semanario/semanario%2520comexperu%2520863.pdf&ved=2ahUKEwigp9ql1pLtAhWEzIkKHSkZAZAQFjAAegQIAxAB&usq=AOvVaw0N67xztu4I7JXTw-Vo0m-V>

Macías, E. (2016). DIAGNÓSTICO DE LAS EXPORTACIONES DE CACAO 2010-2014 Y LA IMPORTANCIA DE LA PROMOCIÓN PERMANENTE CASO: ANECACAO. [Tesis para título, Universidad de Guayaquil]. Recuperado de:
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repositorio.uq.edu.ec/bitstream/redug/17223/1/DIAGN%25C3%2593STICO%2520DE%2520LAS%2520EXPORTACIONES%2520DE%2520CACAO%25202010%25202014%2520Y%2520LA%2520IMPORTANCIA%2520DE%2520LA%2520PROMOCI%25C3%2593N%2520PERMANENTE%2520CASO%2520ANECACAO%2520%2520ERIKA%2520MACIAS.pdf&ved=2ahUKEwiE48GxxJftAhXaDABHQ0rBAcQFjAKegQIBxAB&usq=AOvVaw1CKpBa8XSQJSn3vw-n08cf>

Maldonado, B., Benavides, K. y Buenaño, J. (2017). *Análisis dimensional del concepto de estrategias*. Revista Ciencia Unemi, ISSN-e 1390-4272, Vol. 10, N°. 25. Recuperado de: https://dialnet.unirioja.es/buscar/documentos?query=Dismax.DOCUMENTA_L_TODO=+An%C3%A1lisis+dimensional+del+concepto+de+estrategia

Mathew, B. (2020). *Attributes of Commodity Supply Chains: Feasibility of Blockchain Technology for Responsible Sourcing*. [Master Thesis, University of Waterloo]. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10012/16004>

MINISTERIO DE PRODUCCION, COMERCIO EXTERIOR, INVERSIONES Y PESCA. (2019). Protocolo técnico, logístico y de seguridad para la exportación de cacao. Recuperado de: http://logistica.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/PTLS-Cacao_2019_compressed.pdf

Morales, O., Borda A., Argandoña, A., Farach, R., García, L. y Lazo, K. (2015). *La Alianza Cacao Perú y la cadena productiva del cacao fino de aroma*. Universidad ESAN, Cecosami Prerensa e Impresión Digital S. A. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2015/08/17/La%20Alianza%20Cacao%20Per%C3%BA%20para%20web.pdf>

Murrieta, M. y Hernández, G. (2018). *Análisis de las estrategias de marketing internacional y su influencia en las exportaciones de las cooperativas cacaoteras de la Región San Martín, periodo 2014*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM)], Lima, Perú. Recuperado de: <http://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/2605>

Najar, W. (2017). *Estrategias de Marketing Internacional en la exportación de cacao de la Cooperativa Agroindustrial Cacao Alto Huallaga - Tingo María, 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repositorio.u>

cv.edu.pe/handle/20.500.12692/23916&ved=2ahUKEwjbspOA_Z_sAhULH7kGHTHaADQQFjAAegQICBAC&usq=AOvVaw3NZXxNaUqct4v4JDUBuNxq

Nelson, V y Phillips, D. (2018). Sector, landscape or rural transformations? Exploring the limits and potential of agricultural sustainability initiatives through a cocoa case study. *Business Strategy and the Environment*. 27 (2), 252-262. Recuperado de:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/bse.2014>

Njinyah, Sam. (2017). Un examen crítico de los efectos directos e indirectos de las políticas gubernamentales sobre la promoción de las exportaciones en el desempeño exportador de los exportadores de cacao de tamaño pequeño y mediano (PYME) en Camerún. [Tesis doctoral, Universidad de Gales Trinity Saint David]. Recuperado de: <http://repository.uwtsd.ac.uk/id/eprint/780>

Noreña, A., Alcaraz, N., Rojas, J. y Rebolledo, D. (2012). *Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa*. 12, (3), (263-274). Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/aqui/v12n3/v12n3a06.pdf>

Ojeda, R., Perea, M. y Puerto, A. (2018). ESTRATEGIA DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE MARCA PAÍS EN COLOMBIA: RECORRIDO HISTÓRICO, ENFOQUES Y TEORÍAS.. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (4), 78-94. Recuperado de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2550-67222018000300078&lng=es&tlng=es.

Olguín, L.(2018). Plan de negocio de exportación de cacao en grano seco al mercado de Estados Unidos -Juanjuí, San Martín. *Horizonte empresarial*, VOL.5, N°2, ISSN 2313-3414, Recuperado de [:http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/960/812](http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/960/812)

- Okke, k. (2018). *A search for sustainability in cocoa supply chain business models*. [Tesis para Licenciatura, Universidad Wageningen]. Recuperado de: <https://edepot.wur.nl/455081>
- OPoKu, E. (2019). *Strategies to Obtain Certification for Cocoa Bean Production*. Walden, [Tesis para Doctorado Universidad Estados Unidos]. Recuperado de: <https://scholarworks.waldenu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=7921&context=dissertations>
- Pawana, N, Eko N y Syarif, I. (2019). Agribusiness Strategy of Cocoa Farmer's in Jemb. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. Recuperado de: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/347/1/012116/meta>
- Paz, M. (2020). Gestión de almacén y control de la trazabilidad del cacao en la empresa cafetalera amazónica s.a.c. de la ciudad de tingo maría - 2018. [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Recuperado de <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/2432>
- Pérez, L., Vilariño, C. y Ronda, G. (2016). *El cambio organizacional como herramienta para coadyuvar la implementación de la estrategia*. Ingeniería Industrial, 37(3), 286-294. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362016000300007&lng=es&tlng=es.
- Pérez, M., Lopez, A. y Vallverdú. (2020). Traceability, authenticity and sustainability of cocoa and chocolate products: a challenge for the chocolate industry. Recuperado de : <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10408398.2020.1819769?scroll=top&needAccess=true>

Prom Perú (2020). Super Cacao, Recuperado de: <https://peru.info/es-pe/superfoods/detalle/super-cacao>

Quintero, M., Anido, J y Azuaje, A. (2017). El consumo de cacao en Venezuela y en el mundo desde una perspectiva sostenible (1960- 2014). Recuperado de: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6463509.pdf&ved=2ahUKEwig_YvLhffsAhWj1FkKHUx0Be4QFjACegQIAxAB&usg=AOvVaw0PErjBkewCP-nU_mfFXXPt

Ramirez, E. (2013). *Diseño de un sistema de trazabilidad en la cadena agroproductiva de la Asociación de Productores de Cacao (Theobroma cacao L.) de Atacames -Aproca. (tesis para título, Universidad Tecnológica Equinoccial).* Recuperado de: <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/5026>

Ranney, Y. (2019). *Estrategias de mercadotecnia en la agricultura (1/3): Con los métodos adecuados, el mercadeo en la agricultura puede ayudarte a incrementar la rentabilidad de tu producción.* Productores de Hortalizas, 2, 28–30. Recuperado de: <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=25&sid=42ee872d-fa38-46fb-bd53-7ba2d198cde4%40sdc-v-sessmgr02>

Redacción, E. (22 de enero del 2020). *Colombia produjo 59.665 toneladas.* EL ESPECTADOR. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/economia/colombia-produjo-59665-toneladas-de-cacao-en-2019-articulo-901007/>

Resolución N° 0126 de 2017 [Universidad César Vallejo]. Código de ética en investigación de la universidad César Vallejo. 13 de mayo de 2017. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.ucv.edu.pe/wpcontent/uploads/2020/09/C%25C3%2593DIGODE%25C3%2589TICA1.pdf&ved=2ahUKEwismJzLm5XtAhUfRzABHSBYDzoQFjAAegQIAxAB&usg=AOvVaw3IzlomjUkDEB0c6mGtuE-x>

- Ríos, F., Ruiz, A., Lecaro, J., Rehpani C. (2017). *Estrategias país para la oferta de cacao especiales -Políticas e iniciativas privadas exitosas en el Perú, Ecuador, Colombia y República Dominicana*. Fundación Swisscontact Colombia. Bogotá. Recuperado de : [https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Colombia/Documents/Cadena de Valor Cacao.pdf](https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Colombia/Documents/Cadena_de_valor_Cacao.pdf)
- Salas, H. (2020). *Agroexportaciones no tradicionales y su contribución al desarrollo económico peruano*. Revista Científica Dominio de las ciencias, 6 (1). Recuperado de: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiU6vfg76bsAhW0IbkGHUAqBgcQFjABegQIARAC&url=https%3A%2F%2F Dialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F7539771.pdf&usq=AOvVaw145sV8N_4vDCbSw7ILiabC
- Salinas C. y Ramos F. (2019). *Apertura comercial en el marco del Acuerdo de Integración Comercial Perú - México, para la expansión de mercados de las empresas exportadoras de cacao, mediante la participación en ferias internacionales*. [Título de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. Recuperado de: <http://repositorio.utp.edu.pe/handle/UTP/2915>
- Sánchez, I., Gonzáles, L., y Simón, E. (2020). *Metodologías cualitativas en la investigación educativa*. https://books.google.com.pe/books?id=xLP_DwAAQBAJ&pg=PT110&dq=rigor+cientifico+de+la+investigacion+cualitativa&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjn9OrvvZvsAhVMLLkGHADTBIMQ6AEwAXoECAEQAg#v=onepage&q=rigor%20cientifico%20de%20la%20investigacion%20cualitativa&f=false
- Sarmiento, S. (2014). *Estrategias de internacionalización y globales para países en desarrollo y emergentes*. Revista Dimensión Empresarial, vol. 12, núm. 1, p. 111-138. Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.scielo.>

org.co/pdf/diem/v12n1/v12n1a10.pdf&ved=2ahUKEwjOk82qwpLtAhWDxFkKHUBGAd4QFjABegQIEBAB&usq=AOvVaw0EuUYHMAHPkAMfBIFDIXd8

Schaad, N., Fromm, Ingrid (2018). *Sustainable Cocoa Production Program (SCPP): Analysis of cocoa beans processing and quality in post-harvest in South East Sulawesi in Indonesia* *Asia Pacific Journal of Sustainable Agriculture Food and Energy*, 6(1), pp. 1-6. Asia Pacific Network for Sustainable Agriculture, Food and Energy Network (SAFE Network). Recuperado de: <https://arbor.bfh.ch/id/eprint/6827>

Sjauw, A. (2018). *Constructing a Multinationals' Inclusive Sourcing Indicator for Impacting Farmer Business Models: Application in Cocoa Cases*. Management Studies Group, School of Social Sciences, Wageningen University, The Netherlands. Recuperado de: <http://centmapress.ilb.uni-bonn.de/ojs/index.php/fsd/article/view/931/785>

Sierra y Selva exportadora (2019). Reportes estadísticos del cacao. Recuperado de: https://issuu.com/exportadorasierselva/docs/reporte_estadistico_cacao_diciembre

Sosa, D. (2018). *Estrategias de marketing y comercialización de cacao en la asociación de productores en la región San Martín, 2017-2018*. [Tesis para título Profesional. Universidad Cesar Vallejo]. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/32696>

Slusarczyk, M. y Morales N. (2016). *ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Y DE LAS TIC*. 3C Empresa, 5 (1), 29-46. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2016.050125.29-46>

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2017) Recuperado de: <http://www.aduanet.gob.pe/cl-aditestadispartida/resumenPPaisS01Alias>

- Tengey, S. (2017). Effectiveness of EU Standards and Certifications on Cocoa Exports from Ghana. *Vaasan ammattikorkeakoulu*. Recuperado de: <https://www.theseus.fi/handle/10024/138150>
- Terlato, A. (2019). *Estrategia y Decisiones en ambientes VICA*. Implicancias de este entorno para las empresas. Serie Documentos de Trabajo. Recuperado de: <https://ucema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/699.pdf>
- Torres, C., Rojas, R. y Cabrera, C. (2017). Análisis de la percepción de los artículos de lujo en jóvenes universitarios. Recuperado de : <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6325876>
- Thorlakson, T. (2018). *A move beyond sustainability certification: The evolution of the chocolate industry's sustainable sourcing practices*. *Business Strategy & the Environment*, 27(8), 1653–1665. Recuperado de: <https://doi.org/10.1002/bse.2230>
- Urbańska, B., Miarka, D y Kowalska, J.(2018). SUPPLY CHAIN AND TRACEABILITY IN THE PROCESSING OF COCOA BEANS. *Zeszyty Problemowe Postępów Nauk Rolniczych*, N° 59, 99–111. Recuperado de: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.researchgate.net/publication/330119327_Supply_chain_and_traceability_in_the_processing_of_cocoa_beans&ved=2ahUKEwjEIP_wZbtAhU6VzABHUH0Bb0QFjABegQIAhAB&usq=AOvVaw2TDZh--GkZuxHPTCp5mVIL
- Varela, R. y Vivez V. (2016) *Autenticidad y calidad en la investigación educativa cualitativa: multivocalidad*. Recuperado de: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2007505716300072?token=3C65E293A87630DD318C11D8673534F1B52A8ED59FCF0AB2A562CDC4F202223F949CFF78856FF892743FFCEB9EF8FDDA>

Villanueva, N. (2019). Packaging, estrategia de Marketing Verde para una empresa agroindustrial de cacao: Caso Finca Madre Selva de Chazuta, San Martín – 2018. [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. Recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38321>

Voora, V. Bermúdez, S y Larrea, C. (2019). Global Market Report: Cocoa. Sustainable commodities marketplace series 2019. Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.iisd.org/system/files/publications/ssi-global-market-report-cocoa.pdf&ved=2ahUKEwiiqqg1yvLsAhVhxFkKHfhDBucQFjAAegQIAxAB&usq=AOvVaw2CFvdQZxe1uNUGYqUPCKJq>

ANEXOS

Apéndice 1: Glosario de términos

MINAGRI: Ministerio de desarrollo Agricultura y Riego del Perú, es una institución pública encargada de la seguridad alimentaria y gestión del sector agrario.

INEI: Instituto nacional de estadística e información, organismo técnico especializado en brinda datos estadísticos.

SUNAT: Superintendencia nacional de aduana y de administración tributaria organismo público dedicado a la recolección de tributos internos y aduaneros

PROMPERU: Comisión de promoción del Perú para la exportación y turismo, dedicado a la promoción en materia de exportaciones, turismo e imagen.

INIA: Instituto Nacional de Innovación Agraria, realiza actividades de investigación, transferencia de tecnología y producción.

COMEXPERÚ: Sociedad de comercio exterior del Perú, es un gremio empresarial, junta a las entidades exportadoras, importadoras para generar trabajo.

SCPP: Sustainable Cocoa Production Program, programa para productores del cacao, ayuda a subir el nivel de productividad

Tecnología SE: Técnica Biotecnológica científica de desarrollo de embriones de célula vegetal.

ANEXO 2

Matriz de operacionalización apriorística

N°	Problema General	Objetivo General	Categoría	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4
1	No se ha encontrado clasificaciones de las estrategias para la exportación del cacao en grano lo que ha restringido la adecuada selección de estrategias para los exportadores del cacao en grano	Clasificar las estrategias para la exportación del cacao en grano en base a: criterios de certificaciones, promoción, sustentabilidad y trazabilidad por comercialización.	Clasificación de estrategias para la exportación	Certificaciones (Opoku, 2018)	Promoción (Cabello et al., 2016)	Sustentabilidad (Durán, 2016)	Trazabilidad por comercialización (Morales et al., 2015)

Nota: Elaboración propia

ANEXO 3

Modelo de Instrumento

Referencia	Objetivo	Población	Muestra	Variable	Dimensiones	Indicadores	Hipótesis	Resultado	Conclusiones	Recomendaciones	Capítulo
<p>Herrera, H. (2017).</p> <p>La producción del cacao y el desarrollo humano local de Tocache - San Martín. 2006 - 2015.</p>	<p>Determinar la relación de la producción del cacao y el desarrollo Humano Local en la provincia de Tocache-San Martín. 2006-2015</p>	<p>Las Series Cronológicas anuales de la producción de cacao y del Índice de desarrollo humano local en la provincia de Tocache, en el periodo 2003-2015.</p>	<p>Las Series Cronológicas anuales de la producción de cacao y del Índice de desarrollo humano local en la provincia de Tocache, en el periodo 2006-2015.</p>	Variable Independiente	Producción	Kilogramos/ área cosechada	<p>La producción del cacao se relaciona positivamente con el desarrollo humano local en la provincia de Tocache-San Martín. 2006-2015</p>	<p>Contrasto la hipótesis de que la a producción del cacao tiene una relación positiva con el desarrollo Humano local en la provincia de Tocache</p>	<p>La presente investigación concluye que la Producción de Cacao influye positivamente en el Desarrollo Humano Local de la provincia de Tocache en el periodo comprendido del año 2006 al año 2015.</p>	<p>Utilizar el estudio para orientar esfuerzos desde el ámbito público, a fin de optimizar las acciones, de forma que: se establezca una estrategia de control de oferta y/o desarrollo alternativo que permita garantizar el desarrollo económico de los productores/as agropecuarios/as; se mejore la cobertura y estrategia de atención de los programas de capacitación y asistencia técnica para mejorar la producción del cacao.</p>	<p>Marco Teórico</p>
				Producción del cacao	Rendimiento Agrícola	Kilogramos / hectáreas					
					Rentabilidad						
				Variable Dependiente	Vida larga y saludable	Precio de venta-Costo de producción					
				Índice desarrollo Humano Local	Educación						
					Nivel de vida digno	Índice de Desarrollo Humano					

Nota: Elaboración de autores