



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Producción y Exportación de anillos de calamar de las empresas de
Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

Nizama Vidales, Fiorela Estefany (ORCID: 0000-0001-8687-6625)

ASESOR:

Dr. Mori Paredes, Manuel Alberto (ORCID: 0000-0002-9687-492X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

Lima – Perú

2020

Dedicatoria

El presente trabajo; en primer lugar, esta dedidaco a Dios ya que sin el nada puede hacerse realidad; en segundo lugar, a mi gran amigo Alfredo Palomino Huanca, quien este año partió a la presencia del señor; a sus padres ya que lo acompañaron en cada paso de su vida y sé que a él le hubiera encantado compartir este gran logro con ustedes...Hasta pronto Alfred!

En tercer lugar; va dedicado a mis padres Vilma y Eduardo, a mis papitos María y Buenaventura, a mi hermano Daniel quien me guardó el secreto de mi titulación ya que el camino fue un poco largo, pero se llegó. Porque cuando te propongas metas y lo anheles de corazón; trabaja muy duro, tan duro que no descanses, porque al final, los grandes resultados no tienen precio.

Agradecimiento

De igual manera; primero agradecer a Dios por siempre cuidar de mí, de mis familiares y todas las personas, por los conocimientos dados que me ayudan a desarrollarme día a día. Segundo lugar, agradecer a nuestra amiga Jessy Bohórquez quien estuvo desde el principio ayudándonos y guiándonos con algunos puntos que no sabíamos, pero ella con sus conocimientos y su experiencia nos pudo guiar. Así también, agradecer a las personas, docentes que estuvieron pendientes para que la tesis tenga los resultados deseados.

No olvidar que el propósito y el tiempo de Dios, siempre serán los mejores.

Índice

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	iv
Índice de figuras	v
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	12
III.METODOLOGIA	17
3.1 Tipo y diseño de investigación	17
3.2 Variables y operacionalización	18
3.3. Población, muestra y muestreo	23
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	24
3.6. Método de análisis de datos	27
3.7. Aspectos éticos	27
IV.RESULTADOS	28
V. DISCUSIÓN	32
VI.CONCLUSIONES	36
VII.RECOMENDACIONES	37
REFERENCIAS	39
ANEXOS	

Resumen

El trabajo de investigación titulado “Producción y Exportación de anillos de calamar de las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019” tuvo como objetivo principal determinar qué relación existe entre la producción de anillos de calamar con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019. Asimismo, se consideró como primera variable a la producción con sus dimensiones: Volumen de producción, valor de producción y costo de producción y como segunda variable a la exportación con sus dimensiones: Volumen de exportación, valor de exportación y funciones del departamento de exportación. El enfoque utilizado es cuantitativo, de tipo aplicada, con diseño no experimental, de nivel descriptivo - correlacional. La población participante de la investigación son 45 empresas productoras y exportadoras de calamar, como muestra 9; el instrumento utilizado fue el cuestionario validado por juicio de expertos para luego demostrar la confiabilidad con el Alfa de Crombach. Para la primera variable se consideró 20 preguntas y para la segunda variable 18 preguntas.

Palabras Clave: Producción, Exportación, Volumen de producción, Volumen de exportación, Funciones del departamento de exportación.

Abstract

The main objective of the research work entitled "Production and Export of squid rings of the companies of Metropolitan Lima to the Moroccan market in 2019" had as its main objective to determine what relationship exists between the production of squid rings with the export of the companies of Metropolitan Lima to the Moroccan market in 2019. Likewise, the first variable was considered to be production with its dimensions: Production volume, production value and production cost, and as the second export variable with its dimensions: Export volume, export value and functions of the export department. The approach used is quantitative, applied type, with a non-experimental design, descriptive-correlational level. The population participating in the research is 45 squid producing and exporting companies, as sample 9; The instrument used was the questionnaire validated by expert judgment to later demonstrate the reliability with the Crombach Alpha. For the first variable, 20 questions were considered and for the second variable 18 questions.

Keywords: Production, Export, Production volume, Export volume, Export department functions.

I. INTRODUCCIÓN

Se supo que hubo una decaída económica para el sector pesquero ya que había sido afectado por el fenómeno del niño en el año 2017, Gestión (2019a). Para el año 2018, la pota fue la más exportada fijando como esencial exportador al Perú en todo América Latina; según informes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), El Comercio (2018a).

El Comercio (2018b) “Las exportaciones de pota crecieron 57% impulsadas por un mayor volumen y precio FOB, además de la creciente demanda de este recurso por parte de España, primer importador mundial de pota”. Aproximadamente en sus cinco meses iniciales la producción pesquera en el Perú obtuvo un incremento significativo en exportaciones en los últimos años. Según el Ministerio de la Producción (PRODUCE), la actividad pesquera más importante de nuestro país la producción de pota o también conocido como calamar gigante, El Comercio (2018c). A partir del año 2014, el calamar ha sido un producto para la producción y exportación en el Perú según las Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas (TRADE MAP). Gestión (2019b), refiere que la pota fue ganando mucho más acogida en los mercados internacionales gracias a que presentaba mucha variedad en referencia a sus presentaciones.

PRODUCE acentuó “la descarga del calamar será de 7,600 a 30,000 toneladas ya que la reapertura del mercado chino nos ha favorecido”; quiere decir una estimación en exportaciones, teniendo un incremento que alcanzaría US\$ 20 millones superando el récord del año 2015 que fue de US\$ 18 millones, Gestión (2019). De esta manera, Andina (2019a) hizo referencia que las exportaciones de los productos elaborados a base de calamar en el 2019 excedieron los 860 millones de dólares; estimaciones que fueron dadas por el presidente de la delegación de la administración sustentable del calamar gigante (Calamasur) Alfonso Miranda Eyzaguirre. A si mismo, indicó que se genera empleo directo e indirecto para unas 100,000 personas del Perú. Andina (2019b) Eyzaguirre hizo referencia sobre la Organización Regional de la Ordenación Pesquera del Pacífico Sur (OROP-PS) en la 8va reunión anual dado en la Republica de Vanuatu (Oceanía) publicaron “la primera medida en favor de manejo y conservación del Calamar Gigante o Pota” la cual entraría en vigencia en Enero del 2021.

Pero sin duda alguna, para algunos de nosotros la pota ha sido una especie poco conocida y a su vez fue la más valorada en el mercado internacional como Estados Unidos, España, China, Japón entre otros países que lo prefieren por su elevado valor nutricional.

Figura 1

10 principales países exportadores

Nº	País	%Var 18-17	%Part 18	Total Exp. 2018 (millon US\$)
1	China	8%	36%	1,080.12
2	Tailandia	1%	12%	382.61
3	India	-0%	10%	328.85
4	Perú	3%	7%	230.63
5	España	-9%	7%	250.85
6	Estados Unidos	-16%	5%	208.37
7	Corea del Sur	-36%	4%	179.95
8	Hong Kong	140%	3%	37.72
9	Indonesia	12%	3%	78.26
10	Nueva Zelanda	-17%	2%	82.75
1000	Otros Países (90)	-48%	12%	784.78

Fuente: CONTRADE – SIICEX

El Perú, ocupó el puesto cuarto de las exportaciones de calamar, en todo el mundo según TRADE MAP y SIICEX; teniendo como competidor principal al país de China e India, ocupando el primer y segundo puesto respectivamente en exportación de calamar a nivel mundial. MINCETUR realizó un destaque correspondiente a los primeros cinco meses del año 2018, asegurando que la pota era la segunda producción del sector pesquero más exportado con 23% ya que después estaba la harina de pescado con un 41%. La mayor de las exportaciones se han realizado como pota congelada, luego le siguen en conservas y secos (Gestión, 2018).

Según Andina y el diario Gestión, el calamar gigante con nombre científico (*Dosidicus Gigas*) pertenece a los moluscos, presenta un ciclo muy corto de vida, cerca de dos años; se ha ido detectando la aparición de dos familias más; sus

crecimientos son hasta los 97 centímetros correspondientes a su manto y 37 kilos en su peso.

Figura 2

Partida arancelaria

PARTIDA	DESCRIPCIÓN DE LA PARTIDA	FOB-19	%Var19-18
0307490000	DEMÁS JIBIAS, GLOBITOS, CALAMARES Y POTAS, CONGELADAS, SECAS, SALADAS O EN SALMUERA	25,635,354	1%

Fuente: SIICEX

La Secretaría de Economía SIICEX (2020a) hace referencia que la partida arancelaria del producto en los remotos años “0307490000 - DEMÁS JIBIAS, GLOBITOS, CALAMARES Y POTAS, CONGELADAS, SECAS, SALADAS O EN SALMUERA”. Según la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo PROMPERÚ (2014a) la pota congelada se suele agrupar en 10 formas diferentes, las cuales pueden ser (1) Filete pre-cocido, (2) Filete seco, (3) Filete crudo, (4) Alas pre – cocidas, (5) Alas crudas, (6) Tentáculo pre – cocido, (7) Tentáculo crudo, (8) Pulpa, (9) Anilla cruda y (10) Trozos y recortes.

Entre los beneficios que se encontró al consumir el molusco está: ayuda a disminuir el colesterol en la sangre proporcionando mucha proteína ya que cuenta con vitaminas del grupo B que el cuerpo necesita y taurina (aminoácidos) que regula la presión sanguínea, perfecciona la visión y además ejerce antioxidantes. A sí mismo, comprende minerales tales como: zinc, magnesio, calcio y potasio (Andina, 2015).

El mercado africano es considerado una población de alta demanda en pescado y marisco a nivel mundial (PROMPERÚ, 2017) debido al crecimiento de su mercado pesquero. Según PROMPERÚ (2014b) la economía de Marruecos es la más sólida del norte de África, cuyo comportamiento comercial con nuestro país ha ido consolidándose en los últimos años.

Marruecos es un nuevo mercado de exportación para los productores y los productos peruanos, principalmente porque los consumidores marroquíes presentaron mucha aceptación por el consumo de procesados y empacados pues cuidan mucho el tema de la higiene y sanidad alimenticia. Por ello la actividad pesquera presenta un alto consumo y popularidad entre los consumidores ya que

tienden a considerarla como productos de primera necesidad por su valor nutricional en yodo, hierro, calcio (SIICEX, 2016).

Según Andina (2014):

La firma de un acuerdo comercial entre Marruecos y Perú formará parte de la agenda común que diseñarán ambos países tras elevar la relación bilateral, y que comenzará a discutirse en el primer trimestre del próximo año informó hoy el ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación de la nación africana, Salaheddine Mezouar.

Pese actualmente no se ha tenido un acuerdo comercial entre ambos países, Marruecos ha sido un primordial socio comercial del Perú en África. Si bien es cierto, no ha existido un acuerdo comercial entre Perú y Marruecos, se sabe según MINCETUR (s.f) que Perú fue y es actualmente parte de la Organización Mundial del Comercio (OMC) desde 1 enero 1995. Asimismo, la OMC (s.f) hizo referencia que “Marruecos es miembro de la OMC desde el 1 enero 1995 y miembro del GATT desde el 17 junio 1987”. Lo cual fue favorable para poder realizar los intercambios comerciales entre ambos países.

Figura 3

Intercambio Comercial Marruecos – Perú

Comercio Exterior	2011	2012	2013	2014	2015	Var % Promedio	Var% 2015/2014
Exportaciones	21	25	3	2	4	-32,4	85,9
Importaciones	14	24	18	18	30	21,8	71,5
Balanza Comercial	7	1	-16	-15	-26	-	-
Intercambio Comercial	34	48	21	20	35	0,2	73,2

Fuente: SUNAT – SIICEX – PROMPERU

Como se pudo observar, referente a las exportaciones del Perú hacia el mercado marroquí, empezó a existir una disminución puesto a que los envíos del plomo disminuyeron. Para 2015 alcanzaron 85,9% a diferencia del 2014 ambas con referencia a exportaciones pues los productos no tradicionales incrementaron (SIICEX, 2016).

Figura 4*Sectores tradicionales y no tradicionales – Exportaciones*

SECTOR	Valor en Miles US\$		Var % 2015/2014
	2014	2015	
TRADICIONAL	0	0	-
NO TRADICIONAL	2 317	4 306	85,9
Siderometalúrgico	1 190	1 667	40,1
Pesquero	754	1 589	110,8
Agropecuario	254	721	183,4
Químico	51	182	257,1
Metal - Mecánico	-	61	-
Minería No Metálica	-	55	-
Maderas y Papeles	-	29	-
TOTAL	2 317	4 306	85,9

Fuente: SUNAT – PROMPERU - SIICEX

Se apreció que los sectores de productos no tradicionales presentaron gran crecimiento en comparación con el año 2014; en los que se rescata para el sector pesquero US\$1,5 millones por la demanda de anchovetas, pota congelada en cortes, SIICEX (2016).

Figura 5*Principales productos no tradicionales*

Partida	Descripción	Valor en Miles de US\$					Var% Promedio	Var% 2015/2014	% Part 2015
		2011	2012	2013	2014	2015			
7905000091	Discos hexágonos de cinc	1 722	966	2 153	1 190	1 667	-0,8	40,1	39
0305630000	Anchovetas saladas sin secar	-	-	277	590	1 044	-	76,9	24
0804400000	Paltas frescas	1 122	35	77	65	717	-10,6	1 004,4	17
0307490000	Cortes de pota congelada	157	44	25	164	444	29,7	170,2	10
0303890000	Anchovetas enteras congeladas	-	-	-	-	84	-	-	2
3305900000	Preparaciones capilares	-	-	-	30	71	-	137,1	2
5112901000	Tejidos de lana peinada	-	-	-	67	61	-	-9,1	1
3205000000	Lacas colorantes	22	-	-	-	59	28,2	-	1
3305100000	Champús	-	-	-	5	37	-	579,3	1
2508500000	Andalucitas	-	-	-	-	29	-	-	1
	Otros	60	61	158	205	93	11,8	-54,4	2
	Total	3 083	1 106	2 688	2 317	4 306	8,7	85,9	100

Fuente: SUNAT – PROMPERU – SIICEX

Para el 2015 se registraron casi 10 partidas que hicieron envíos hacia Marruecos, las cuales resaltan la partida 7905000091 US\$1.6 millones, siguiendo 0305630000 US\$1,0 millones, 0804400000 US\$717 mil, 0307490000 US\$444 mil y así sucesivamente; dando a entender que fueron quienes elevaron sus ventas SIICEX (2016).

El nombre oficial de Marruecos o Reino de Marruecos (Al Mamlaka al Magribiyya) es un país de ingresos mediano bajo; sus ciudades como “Casablanca, Fez, Marrakech, Salé, Tánger, Meknez, Agadir, Tetuán”; de diversas religiones musulmanes, cristianos, judíos y otras religiones, siendo la primera con mayor índice en la población, la forma de estado que se tiene fue Monarquía constitucional democrática, parlamentaria y social (MINCETUR, 2016a, p.1) posee el idioma árabe – Bereber, tiene como capital Rabat, el tipo de moneda es el Dírham marroquí (2.57 DH) (equivalente 1 dírham marroquí = 0.39 sol peruano) (equivalente 1 dírham marroquí = 1 dólar estadounidense) de religión musulmana, según la Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores. La población de 36.471.769 Grupo Banco Mundial (s.f). Producto bruto interno (PBI) per cápita US\$ 3. 249 según SIICEX.

MINCETUR (2016b) Marruecos ha ido situando por sectores emergentes puesto a que liberaba su economía y se adaptaban en el camino de Zona de Libre Comercio en la UE. Las exportaciones marroquíes han sido compuestas por fosfato y derivados de fertilizantes, automóviles, productos del mar, etcétera. Referente a las relaciones económicas de Marruecos y Perú, alcanzaron “US\$ 51 millones y US\$ 48 millones en 2010 y 2012, respectivamente” debido a que para el año 2013 se dejaron de exportar cobre y plomo refinado ya que representaban un 96%; los productos no característicos presentaron crecimiento del 128,8% para el 2013, tras grandes exportaciones de agropecuarios, pesqueros y metalúrgicos.

Singular actividad se mostró para el 2015 con la venta de las paltas frescas o secas obteniendo sumas de US\$ 77 millones año 2013, haciendo que Perú sea el proveedor número uno del producto hacia Marruecos. La tendencia fue manteniéndose hasta los años 2016; también maca procesada destaca en US\$ 39 millones y la gelatinizada en cápsulas en US\$ 21 millones.

Si se hablaba de impuestos aduaneros, eran medidos en relación al ad valorem sobre valor CIF dependiendo de cada mercancía fueron siendo aplicados para todas las importaciones con excepción de contratos con acuerdos comerciales. Han existidos cuatro diferentes tipos de aranceles para paridas acordadas en la “Carta de Inversiones: 0%, 2%, 5% y 10%” también se han encontrado muchos privilegios con los productos agrícolas “arancel NMF medio: 40,7%”, las prendas de vestir “arancel NMF medio: 24,8%”. Por ello, los aranceles son una barrera con gran

obstáculo para las importaciones por precios mínimos, pero para los marroquíes fueron tomadas como medidas de alineaciones ante subfacturaciones dadas por algunos importadores.

En referencia del etiquetado, todos los alimentos en lata, envasados, medicamentos, bebida y mercadería peligrosa debían de poseer su etiquetado ya que quedo estipuló por el instituto Marroquí de Embalaje y Acondicionamiento (IMEC); en 2006 entró con vigencia el Decreto n°4 795/311 donde se refería al etiquetado de los alimentos; que deberían contener en sus rotulados todo el informe sobre el producto con el lenguaje francés - árabe, excluyendo bebidas alcohólicas, productos religiosos, materia prima que pasará por alguna transformación (p.6). El etiquetado debía incluir lo siguiente: El nombre del producto, la razón social, dirección del importador, listado de los insumos, peso neto – cantidad, fecha fabricación y su fecha de caducidad, procedencia o el lugar de origen; también es válido la re etiquetación en lengua árabe en la importación con en pequeño lote antes solicitado el permiso en aduanas (p.7).

Marruecos contó con siete vigentes acuerdos de comercio con cincuenta y cinco países. Destacando tratados de grupos EFTA, Unión Europea, Liga Árabe; también con “Estados Unidos, Turquía, Guinea, Chad, Argelia, Libia, Mauritania y Senegal”. Para mercados con otro origen como lo ha sido Perú, se aplican los aranceles NMF. En caso de no ser bien no agrícola, el arancel es de 23%, para los productos agroindustriales 42% ya que existía acuerdos preferencia arancelaria y aduanera preventiva de todo.

Perú es el 68 proveedor de Marruecos según fuentes de Office des Changes del gobierno de Marruecos (2014) – MINCETUR (2016c). A su vez los productos agroindustriales peruanos deberían cumplir con la Certificación Halal, queriendo decir que no deben contener nada ilícito según leyes islámicas. El sector pesquero es una atracción para el mercado marroquí ya que presentan muchas expectativas de las mismas y son considerados como productos de primera necesidad; para las conservas de pescados y mariscos constatar la información de alérgenos es muy importante.

Como se sabe el Perú se posicionó con respecto a la exportación de pescado, crustáceo, moluscos, invertebrado acuático; teniendo como tasa crecimiento anual en valor entre 2015-2019, %, p.a de 55” según refirió TRADE MAP (s.f). El comercio

(2016) sostuvo que los puertos del Perú obtuvieron 3.131 embarcaciones para el 2015 los cuales fueron distribuidos: Paita (Piura) 1,311, Chimbote (Áncash) 708, Parachique (Piura) 812, Puerto Rico (Piura) 225, Atico (Arequipa) 75. Dentro de los recursos encontrados fueron la pota, caballa, pulpo, etcétera. Pese a que Perú esté dentro del ranking de los cinco primeros puestos SIICEX (2020b), ya que el primero es ocupado por China, Tailandia, India y luego Perú de exportación mundial de calamar, aún se tiene que seguir incentivando su consumo al nivel nacional e internacional; pudiendo lograrlo con ayuda del estado conjunto a PRODUCE y MINCETUR ya que las empresas pesqueras se sentirán más incentivadas a seguir comercializando el calamar. Gestión (2020a) hizo referencia que los pescadores artesanales debieron formalizar para que se les permitiera pescar en aguas internacionales. Manuel Rey Purizaca, pescador artesanal del Centro Poblado La Tortuga- Paita-Piura. Comentó que en su centro poblado son casi siete mil habitantes dedicados a realizar pesca de la pota que se encuentra en el océano Pacífico, la pota es muy buena en ceviche, chicharrón; por ello ha sido exportado en países China y Japón.

Muchas veces la falta de recursos económicos hace que dichas empresas no impulsen sus productos hacia la exportación, convirtiéndose así en un gran obstáculo comercial. Asimismo, la informalidad ha sido un factor clave en donde los productores no están informados de todas las modalidades que existen para que sus productos sean introducidos y aceptados al mercado internacional.

Gestión (2020b) Rey, mencionó que la pota ha sido la más producida, siguiéndole la anchoveta tanto así que se batió record en exportaciones años pasados. Para realizar la extracción de los calamares, se necesita mucha mano de obra quienes recorren más de 200 millas en el litoral porque no es tan fácil encontrar la materia prima; todo ello ha ido siendo muy beneficiosos para muchas familias norteñas y todo lo extraído son han sido vendidos a plantas procesadoras ya que después de limpiar y filetearlo se exportan US\$ 850 millones de pota congelada; por ello es estrella en exportaciones en productos de consumo directo. Por lo tanto, promover la exportación de anillos de calamar hacia el mercado marroquí sería de muy buena idea. Es necesario que nuestro país desarrolle buenos vínculos de comercio exterior con los demás países con la finalidad de expandir y fomentar el crecimiento comercial y empresarial. Gestión (2020c) también recaudó la siguiente información:

Así como el calamar se puede encontrar en el Océano Pacífico demorando de 15 a 20 días en su captura recaudando quince y veinte toneladas, pero también puede estar fuera de ello puesto a que por su alimentación se van extendiendo. Para verano, abunda en grandes cantidades, pero para invierno suelen migrar fuera de las 200 millas demorando un aproximado de un mes.

El Perú fue un gran productor y exportador de los productos pesqueros en las que se incluyeron la harina y aceite de pescado. Para el año 2018 las exportaciones fueron de US\$ 3.306 millones (p. 12). Como se tiene conocimiento, Perú sostuvo economía abierta ya que presentaba aranceles económicos, pocas limitaciones para el comercio internacional; para 2018 las importaciones y/o exportaciones mantuvieron relación de un PBI 48,0% (p. 8) OMC (2019).

Con todo ello, la OMC (2019a) acentuó que Perú continuó incentivando el comienzo de nuevos mercados con el fin de mantener una economía global ya que cada acuerdo comercial multilateral, bilateral, regional ejecutan grandes logros con el solo fin de buscar mejorar las condiciones de acceso a nuevos mercados exteriores, ya que se plasman reglas claras siendo atractiva para inversiones privadas (p.8).

La OMC (2019b) en su examen de políticas comerciales, (p.13) refirió a que la oferta exportable fue importante en la variación y la competitividad por todos los productos peruanos ya que prioriza se cumpla con certificaciones internacionales como lo son: “Certificado de producción orgánica, Global GAP, Rainforest Alliance, entre otros” los cuales permitieron la diferencia del producto peruano en los mercados internacionales. PROMPERÚ contó con la Ruta Productiva Exportadora, junto con el Ministerio de la Producción y financiada por el programa SeCompetitivo de la Cooperación Suiza - SECO en los años 2019-2022 buscaron tener por finalidad que las empresas MYPES y con potenciales exportadores puedan internacionalizarse, tal ruta estuvo constituida de cuatro ciclos importantes: Capacitación, la orientación, promoción y la asistencia empresarial. Todo ello en base a las evoluciones y las exigencias de los mercados ya que se debe mantener formas de las Rutas especializadas que van por el producto y las Rutas Especializadas que son de mercados y productos (p.15).

Asimismo, el Perú fue implementando varios proyectos para mejorar la productividad, diversificación productiva y exportadora; donde se buscaba: que se participe en las ferias presentadas por diferentes países fortaleciendo la capacidad,

conocimiento y el uso de las plataformas electrónicas para lograr la internacionalidad, fortaleciendo la economía de la juventud, las mujeres y las PYME, para ello se contó con Corea, Estados Unidos, Suiza, Australia, Canadá y la Unión Europea, etcétera; también contribuyeron en Banco Mundial, FAO, BID, PNUD (p.16).

En el Plan Estratégico Nacional Exportador al 2025 (PENX 2025) estuvo orientado con enfoques competitivos para fortalecer capacidades sostenibles a largo plazo hasta lograr las internacionalizaciones de las empresas peruanas; en ello establecieron estrategias para el comercio incluyendo el compromiso y trabajo de los gobiernos regionales. Entre los objetivos se priorizaron: la profundización de que las empresas se internacionalicen, creciendo de manera justificada sus exportaciones conteniendo valores agregados en sus productos o servicios para así mejorar la competencia exportadora (p. 7). También establecieron cuatro grandes pilares importantes:

- a. Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados: su principal misión es el apoyo a las empresas peruanas para que puedan ser partícipe de la economía en diferentes países, con la finalidad de sacar provecho todos los acuerdos que han sido suscritos por Perú.
- b. Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible: Consolida con mucho énfasis exportaciones no tradicionales y de servicios.
- c. Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional: Reduce costos de las transacciones que van asociados a operaciones del comercio exterior, incluyen aspectos de normativa, procedente, logístico, financiero.
- d. Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora: Fortalece toda capacidad empresarial exportadora consolidando mercados, producto, servicio nuevo. (p.7)

En el desempeño de la investigación se preparó el proyecto y el desarrollo del mismo; todo ello se inició con una formulación de pregunta o problema que se buscó dar respuesta, solución o contribución a la misma. Es por ello que, los problemas formulados fueron los siguientes: Problema general ¿Qué relación existe entre la producción de anillos de calamar con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019? De igual manera, como

problema específicos (1) ¿De qué manera el volumen de producción de anillos de calamar se relaciona con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019? como problema específico (2) ¿De qué manera el valor de producción de anillos de calamar se relaciona con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019? Y como problema específico (3) ¿De qué manera el costo de producción de anillos de calamar se relaciona con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019?

A la vez la presente investigación tuvo una; justificación teórica ya que dio a conocer la producción y exportación del calamar en el Perú en base a los estudios que se realizaron, práctica porque en base a los resultados que se obtuvieron, sirvió para que las empresas produzcan y comercialicen - exporten más este producto a tal punto de generar mayor empleo; y metodológica, porque en base a métodos, técnicas e instrumentos se validó por tres juicios de experto comprobando su confiabilidad de la investigación.

Así mismo, los objetivos que se formularon fueron: Objetivo general Determinar qué relación existe entre la producción de anillos de calamar con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019. Seguidamente se tiene como objetivos específicos (1) Determinar de qué manera el volumen de producción de anillos de calamar se relaciona con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019, de igual forma el objetivo específico (2) Determinar de qué manera el valor de producción de anillos de calamar se relaciona con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019 y como objetivos específicos (3) Determinar de qué manera el costo de producción de anillos de calamar se relaciona con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019.

En la investigación se planteó la hipótesis general: Existe relación entre la producción de anillos de calamar con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019. Igual manera se tiene hipótesis específica (1): Existe relación entre el volumen de producción de anillos de calamar con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019. Seguidamente la hipótesis (2): Existe relación entre el valor

de producción de anillos de calamar con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019. Concluyendo con la hipótesis (3): Existe relación entre el costo de producción de anillos de calamar con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019.

II. MARCO TEÓRICO

Escandón et al. (2013) “Las exportaciones, son una forma de participación de las empresas en el mercado internacional, que requiere una inversión de recursos pero que flexibiliza las actividades de las empresas” (p.40).

En la investigación se tomaron los posteriores trabajos previos nacionales, los cuales fueron:

Cueva (2017) en tesis de licenciatura titulada “Plan de negocios para la exportación de snack a base a calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L, 2017” planteó de objetivo principal elaboración de plan de negocios para la exportación de snack a base a calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L. Utilizó una metodología observacional, con diseño descriptivo – no experimental. Y finiquitó que el plan de negocio fue viable para los países asiáticos por la alta demanda que presentaba.

Por su parte, Quispe (2017) la tesis para Maestro en Administración de Negocios presentó “Exportación de uva Red Globe peruana a Estados Unidos 2006 – 2015” tuvo como objetivo principal determinación de la evolución de la exportación de la una Red Globe peruana a Estados Unidos durante el periodo 2006-2015. Utilizó enfoque cuantitativo, metodología técnica revisión documental, con diseño no experimental de tipo descriptivo. Se concluyó que existió relación positiva entre: volumen de exportación y tiempo.

Así mismo, Romero (2017) en su tesis de licenciatura titulada “Producción y exportación de la piña peruana 2008 – 2015” tuvo como objetivo principal determinar qué relación ha ido existiendo entre la producción y la exportación de la piña peruana. De diseño no experimental, tipo correlacional. Concluyó que no existió ninguna relación entre valor de producción y el valor de exportación de la piña peruana durante el periodo 2008 – 2015.

A su vez, Ramos (2018) tesis de licenciatura “Producción de espárragos y las exportaciones en el periodo 2010 – 2017” presentó objetivo de determinar la producción de espárragos y las exportaciones en el periodo 2010 – 2017. Diseño que utilizó no experimental, aquel trabajo no requería población ni muestra, instrumento de datos expo – facto. Llegó a la conclusión que la evolución de la producción de espárragos y las exportaciones en el periodo 2010 – 2017 fue positivo.

Seguidamente, Atauje y Salvatierra (2019) en tesis para obtener la licenciatura titulada “Factores de éxito que influyeron en el crecimiento de las exportaciones de calamar gigante congelado al mercado español durante el periodo 2012-2016” tuvo como objetivo principal determinar cuáles han sido los factores influyentes en el crecimiento de las exportaciones en calamar gigante congelado al mercado español durante los años 2012-2016. El enfoque utilizado cualitativo, metodología descriptiva y explicativa; se utilizó el cuestionario para obtener datos. Concluyeron que los factores de éxito que influyeron en el crecimiento de las exportaciones de calamar gigante al mercado español fueron, gubernamentales, industriales y climáticos.

Mamani (2019) en tesis para obtener el grado de licenciatura titulada “Producción y exportación de ají paprika de las empresas productoras de Lima Metropolitana al mercado estadounidense en el año 2017” buscó determinar la relación existente entre la producción y la exportación respectivamente, presentó enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal, tipo aplicada y de nivel correlacional; para su recolección de datos plasmó la encuesta y al cuestionario como instrumento. Concluyendo que sí se halló relación entre las variables, y que ello era positiva y significativa.

Huaraz (2019) para tesis de licenciatura “Producción y exportación de arándanos de la región de La Libertad al mercado de Canadá, periodo 2014-2017” presentó el objetivo principal, determinar cómo fue la producción y exportación de arándanos de la región de La Libertad al mercado de Canadá, periodo 2014-2017 fueron propicios para el Perú. Tipo de investigación aplicada, nivel tipo descriptivo, enfoque cuantitativo, utilizó tablas y gráficos gracias a los datos recolectados ya que desarrolló el método estadístico para su organización. Finalmente concluyó que, respecto a la producción en coherencia con volumen y valor de producción

contaron una gran alta importante en relación a los años comprendidos 2014-2017, por el otro lado, la exportación mostrada en volumen y valor de exportación, tuvieron un gran alcance frente al volumen de exportación; en cambio, el valor de exportación presentó decadencia y sobre aumentó su espacio promedio.

Con relación a los trabajos previos internacionales se tomaron los siguientes:

Orona et al. (2013) en su artículo de investigación titulado “Production and marketing of pecan nuts (*Carya illinoensis* Koch) in northern Coahuila, México” – Producción y comercialización de nuez pecanera (*Carya illinoensis* Koch) en el norte de Coahuila, México. El propósito de la investigación fue de realizar un estudio del proceso productivo, comercialización de la nuez y sostuvieron que la producción y comercialización de la nuez es de alta rentabilidad por la expansiva superficie de producción que posee el producto.

Seguidamente, Andrade (2014) en la tesis de licenciatura “Plan de exportación de café a Hamburgo, Alemania” sustentado en la ciudad de Xalapa – México. Objetivo de dicha investigación fue proponer la realización de un plan de exportación de café al mercado alemán. La investigación que realizó fue tipo descriptivo, utilizó selección estadística y para la recolección de datos - encuestas. Y concluyó que el café es un producto que se puede exportar por su calidad y por su alta producción en Veracruz. Asimismo, se decidió exportar por su alto consumo e importación de este producto hacia la ciudad de Hamburgo.

Quintero (2015) en su tesis doctoral titulado “Productos básicos agrícolas y desarrollo: producción y comercialización de cacao en Venezuela” sustentado en Caracas – Venezuela. Su objetivo principal era el análisis de cadena agroalimentaria del cacao en Venezuela y sus perspectivas, especialmente la producción primaria, procesamiento y comercialización como el motor del desarrollo territorial. Realizó investigación nivel descriptivo y explicativo, tipo cuantitativo y cualitativo; concluyendo que la producción de cacao en Venezuela fue muy productiva tanto para su comercialización y la exportación.

Seguidamente, Pacheco y Utreras (2017) tesis para optar título de ingeniería en comercio exterior titulado “Modelo de negocio para la producción y comercialización de cubitos de concentrado de pesacados y mariscos en la ciudad de Guayaquil para su futura exportación al mercado Estadounidense” con la finalidad de dar a conocer a los interesados referencia de todos los beneficios obtenidos de los desperdicios

en ciertas industrias del sector, se realizó la recopilación de datos mediante el uso de la encuesta; finaliza con el plan de exportación el cual abarcó los permisos y requisitos del proceso; la tesis fue sustentada en Guayaquil – Ecuador.

Ortuño (2018) en la tesis de licenciatura “Plan de negocio para la producción y exportación de chocolate vegano a Estados Unidos” sustentado en la ciudad Quito – Ecuador. El objetivo de la investigación fue de comprobar la viabilidad de comercializar chocolates veganos al mercado estadounidense. Y concluyó que si fue viable comercializar la línea de chocolates hacia EE. UU por el alto consumo de chocolates que presentaba dicho país.

Por otro lado, Rosero y Guevara (2018) en su tesis de Ingenieros en Comercio y Negocios Internacionales titulado “Exportación de harina de quinua hacia Alemania de la asociación de productores de quinua del Carchi Cantón Espejo, previa importación de maquinaria para su producción” sustentado en Ibarra – Ecuador, su objetivo general diseñar el plan de exportación de harina de quinua hacia el mercado alemán para la Asociación de productores de quinua del Carchi, Cantón Espejo, provincia Carchi. Utilizaron su técnica para recolección de los datos; su instrumento se basó en 80 encuestas, se concluyó que se contaba con infraestructura adecuada para el procesamiento de la quinua en cantidades demandadas para su exportación, pero necesitaban de maquinaria para mejorar el procedimiento de la harina de quinua.

Se consideró como teorías relacionadas al tema de investigación que pudieron formar parte de la base teórica para el estudio de la primera variable independiente: Producción; Nicholson (2008) se refiere a que la empresa transforma la materia prima en bienes ya que los compradores, consumidores e inversionistas eligen para satisfacer sus objetivos, también hace mención con un ejemplo para relacionar la producción con los bienes “ $Q=f(k, 1, m, \dots)$ (7.1) donde q hace representación de la producción de un determinado bien durante un periodo, k representa la maquinaria (es decir, el capital) utilizada durante el periodo, 1 representa las horas de trabajo, m representa las materias primas empleadas, y la flotación indica la posibilidad de que otras variables afecten el proceso de producción. Suponemos que la ecuación 7.1 presenta la solución [...] para fabricar el producto” (p.183)

Cuatrecasas (2011) indica que la producción es un sistema mediante el cual un producto es transformado, implicando actividades del proceso productivo para el

producto. Por otro lado, Rosales (2000) define a la producción como un proceso de transformación de factores para obtener otros bienes. Gómez (s.f) define a la teoría de la producción como el resultado de los factores de la producción, que está clasificado en cuatro categorías: la tierra, el capital, el trabajo y la organización. Según el artículo De la cruz et al. (2007) menciona que la extracción de calamar es una actividad sostenible y rentable en cuanto a producción en el sector pesquero que es fuente generadora de empleo. Así mismo, el mercado influye en el dinamismo de la producción sostenido del producto.

Continuando con las teorías relacionadas al tema, el estudio para la variable dependiente: Exportación, para Sabino (1991) la exportación se refiere la venta de producto, bienes y servicios fuera del país origen de su producción. A su vez. De la Hoz (2013a, p.40) indica que la exportación es un grado de competitividad de un país. Y define como al valor de los bienes y los servicios que han producido internamente un país para ser adquiridos por otros fuera del territorio. Linklater y Osterling (2016) define exportación definitiva y exportación temporal todo habilitado por la Ley General de Aduanas en donde; la exportación definitiva accede la salida de los artículos nacionales para el consumo exterior (no esta sujeta a tributos) y la exportación temporal quiere decir la salida por temporadas del lugar aduanero con la finalidad de volver a su lugar de origen en un plazo establecido. A su vez, se consideraron tres teorías más, ya que cuentan con relación al tema de investigación: La primera es la teoría sobre la ventaja absoluta, De la Hoz (2013b) sostuvo que dicha teoría era a gran importancia porque promovía el comercio entre países. Lo que menciona que un país tendría una ventaja absoluta si produce un bien o servicio de manera eficiente que el otro país. La segunda hace referencia a la teoría ventaja comparativa, Hill (2011) sostuvo que una empresa u organización debía especializarse en un producto o servicio que tenga mayor eficiencia y comprar a otras organizaciones aquellos productos que produzcan con menos eficiencia. Catellanos et al. (2019) en su trabajo realizado hace referencia a teoría de Porter – cinco fuerzas, las cuales nos ayudan a mejora los recursos y diferenciarnos de la competencia, la primera es rivalidad entre competidores ya que será quien defina la rentabilidad de un sector determinado, quiere decir a menos competencia mayor es la rentabilidad, la segunda amenaza de entrada de nuevos competidores se podría detener siempre y cuando los productores produzcan en

mayor cantidad, con precios accesibles para satisfacer la necesidad de los consumidores, la tercera amenaza de productos sustitutos refiriéndose a que un consumidor sustituya el producto, servicio por algo malo o mejor dependiendo del consumidor, el cuarto es el poder de negociación con los proveedores permitirá la formulación de estrategias permitiéndole tener control sobre ellas y la quinta, el poder de los consumidores ello dependerá mucho de los consumidores ya que como se ha ido aplicando en casi todos, cada consumidor pagará lo que ellos vean necesario, mas no lo que la empresa pueda disponer.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación: Se realizó la investigación del tipo aplicada ya que se tomó como referencia a trabajos de investigación y a la vez se buscó dar solución a la problemática de la investigación.

Namakforoosh (2000) en el libro de metodología de la investigación indicó que la investigación aplicada está hecha para tomar acciones e implantar estrategias, lo que caracteriza a este tipo de investigación es el énfasis de resolver problemas.

Gallegos et al.(2017) En su artículo *“Estudio de métodos para disminuir el índice de morosidad en una empresa prestadora de servicio de cobranza”* también indicó que es bueno realizar un pre y un post-test donde se concierne al realizar una medición previa para la variable dependiente antes de proyectar la variable independiente (p.4).

El nivel de investigación fue correlacional – descriptivo para poder saber la asociación entre las variables, presentó un enfoque de investigación cuantitativo.

En el estudio descriptivo se pueden hacer un presagio y según Hernández et al. (2010a) “Los estudios correlacionales, pretenden responder a preguntas de investigación, asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población” (p.104); quiere decir que se miden las variables que posiblemente puedan estar relacionadas, luego las cuantifica y finalmente analizan el vínculo estimando el grado asociativo.

Según Hernández et al. (2010b) hace referencia que el enfoque cuantitativo es una recopilación de datos numéricos para poder corroborar la hipótesis a través de una estadística (p.100). De igual manera, se sabe que el enfoque cuantitativo analiza los datos y da respuesta a todas las preguntas planteadas en investigación; al igual, buscar la probabilidad entre las hipótesis Moreno (2019a).

Diseño de la investigación: El diseño de la investigación fue no experimental.

Quiere decir, nos permitió hacer recolección de datos los cuales ayudaron a solucionar los problemas de la investigación (Moreno, 2019b).

Asimismo, Hernández et al. (2010c) mencionó que el diseño de investigación no experimental es no manipulación de variables, su estudio se debe realizar cual sucedieron los hechos.

3.2 Variables y operacionalización

Se tuvieron a las variables estudiadas y desarrolladas de la investigación cuantitativa de la siguiente manera:

Variable 1 independiente: Se consideró a la producción.

Pindyck & Rubinfeld (2009) hace mención que la producción es una transformación de todo factor de la producción, una transformación del bien o del servicio final. Ricoy (2005) en su artículo de investigación hace referencia a los estudiado por Adam Smith acerca de la producción, que es el eje central donde se genera riqueza y para obtenerlo se debe de enfocar en el punto central. La expansión de los mercados y aumento de la demanda influyen y generan directamente el aumento de la producción.

La variable producción presentó tres dimensiones:

- Dimensión 1, Volumen de producción; BCRP (2019) nos indica que el sector agropecuario ha tenido un crecimiento de 5,3 por ciento en marzo del año en curso, pero ello no es tan favorable para la actividad pesquera ya que registra una caída de 7,4 por ciento a causa de la caza de anchovetas, seguido del bonito ambos para el consumo humano. Para Hall & Taylor (1992) define al volumen de producción como la ración total del trabajo realizado sobre un bien o servicio e incorporándole

el capital requerido. Según Díaz y Ley (2001) menciona que es considerado también como la oferta total, en otras palabras, es la cantidad total de productos que ofrece una empresa en el mercado. En tal caso cuando se habla de volumen de producción se hace referencia a la demanda que será producida, ya que dependerá del nivel de infraestructura, los aspectos económicos que se posea; de ello dependerá si el volumen se realizará en corto o largo plazo. Será primordial el uso de la mano de obra, la estacionalidad del producto. Smith (1998) en su *“Teorías del valor y de la distribución”*, hace mención la importancia que se le debe tener a la mano de obra como él lo menciona “es la noción del capital entendido como un adelanto en el tiempo, es decir; un anticipo a la producción” quiere decir que se debe respetar la remuneración a cada trabajador por sus servicios ofrecidos (p.57); asimismo nos dice que depende de cada empresa contar con la indumentaria, empleados que serán útiles para el desarrollo laboral.

- Dimensión 2, Valor de producción; Hurtado (2003) en su artículo de revista *“La teoría del valor de Adam Smith: La cuestión de los precios naturales y sus interpretaciones”* se resaltó que la teoría dice:

El precio de mercado de cada mercancía particular está determinado por la proporción entre la cantidad presente de esta mercancía en el mercado y las demandas de aquellos que están dispuestos a pagar el precio natural o el valor completo de las rentas, beneficios y salarios que se deben pagar para traerla al mercado [Smith 1981 (1776), I.vii.8] (p.17).

Según el BCR, nos dice que el PBI pesquero se obtiene de la suma del valor de la producción pesquera lo cual está definida por Oficina general de tecnología de la Información y Estadística del Ministerio de la Producción, quienes juntan la información sobre los volúmenes de las 24 especies y son valorizados a precios actuales.

- Dimensión 3, Costo de producción; Rus (s.f) hizo mención que el costo de producción o también llamado costo de operación es el gasto que se efectúa para la fabricación o generación de un bien o servicio quedando ausentes los gastos financieros. Se incluyen los gastos de materia prima y aprovisionamiento, sabiendo que ello son los materiales que fueron transformados en el proceso y el segundo no se puede transformar pero son muy necesarios; mano de obra directa está implicada en todo el proceso productivo; y los costos indirectos también se tendrá

a la mano de obra indirecta, el alquiler, etcetera (gastos que sean necesarios). Chilibingua y Vallejos (2017) en su libro hacen mención sobre contabilidad de costos aduciendo que es una sistematización diferente ya que su objetivo primordial es la sumistración solo de elementos pertinentes para la realización de los cálculos, el control y el análisis sobre costos de la producción de un servicio o bien (p.5). Ello quiere decir que nos permite acceder a todos los valores del costo de producción para luego pactar el precio unitario del bien o servicio. Asimismo definen al costo “El conjunto de todos los valores incurridos en determinado periodo, que han sido identificados con el producto fabricado; recalando que el costo siempre será recuperable” (p.8)

Para poder medir la producción, se tuvo que hacer el estudio en donde se aplicó la encuesta como técnica, el cuestionario como el instrumento; así mismo se tomarán los indicadores y las dimensiones de la teoría principal relacionadas al tema.

Variable 2 dependiente: Se consideró a la exportación

Daniels et al. (2004) hace mención a la exportación como el envío fuera del país de una mercancía que se convierte en una transacción económica. Al igual Medina et al. (2014) en su artículo de revista “*Factores determinantes para la exportación en las empresas cooperativas oleícolas andaluzas*” podemos resaltar que las exportaciones proponen a las empresas la gran posibilidad de desafiar a un mercado mas grande y con superioridad en las posibilidades comerciales siendo una opción muy rentable para los recursos, todo ello favorece ya que la economía es más elevada. Algunos de los requisitos para que las empresas puedan exportar un bien o servicio son la antigüedad o tambien el tamaño de la empresa. Para aportar, León y Noboa (2018) antes de realizar las exportaciones se debe cumplir con algunos procedimientos y documentación como son los certificados, aranceles, restricciones y los impuestos de los productos y/o servicios siguiendo las normas de acuerdo al país de ingreso(p.19).

La variable exportación presentó tres dimensiones:

- Dimensión 1, Volumen de exportación, Pérez (2016) en su artículo científico cita a Thomas Robert Malthus (1766-1834) donde plantea que “la creciente económica se ha visto friccionado por cada conducta que la población ha mostrado”, pudiendo deducir que el incremento de la población es quien delimitará

la producción de alimentos. En todo caso, fue favorable aplicar la teoría ya que dependía del volumen de exportación que se genere. El Banco de Reserva del Perú (BCRP) lo define “Export volumen” que son exportaciones expresadas en toneladas, a su vez menciona que ello se puede medir mediante las fluctuaciones de un bien o servicio de un periodo determinado. León y Marconi (1999) lo define como una unidad de medición física de la cantidad de productos manufacturados.

- Dimensión 2, Valor de exportación, Para Daniels et al. (2004) el valor de exportación es el dinero que se paga por el valor de un producto o servicio vendido fuera del país de origen. El BCRP el valor que será obtenido por un determinado por la persona exportadora adicionando los costes que esta le generen. Dobb (1974) se resalta una nota de la teoría de Smith que dice “Se ha pensado que el precio del grano regula el precio de todas las demás cosas [...] si el precio del grano es afectado por el alza o caída [...] entonces los precios de las mercancías también serán afectadas” quiere decir que todo eso puede pasar solo que la diferencia será el valor de la moneda y no por el valor del producto y/o servicio. Hay una clara diferencia en ello ya que las mercancías no pueden ni subir ni bajar de precio con relación a la moneda ya que los costos de producción deberían mantenerse.

- Dimensión 3, funciones del departamento de exportación; CERTUS (2017) menciona que “Cuando una empresa está en proceso de internacionalización-, las acciones pasan por el área de comercio exterior” ellas mismas se encargarán de ver la apertura de los nuevos mercados en los países extranjeros así como también la diversificación del negocio hacia nuevos horizontes; es ahí cuando el departamento de exportación empieza a trabajar ya que se deberá encargarse de analizar y escoger los mejores mercados para el producto o servicio y ver si el negocio se adaptará a ello, cuidan los financiamientos en el exterior, estar pendientes de todos los tratados internacionales que pudieran existir entre países y/o ciudades, estimulan promociones, tienen conocimiento legal de los posibles nuevos mercados y regulariza la distribución del producto o servicio a tratar.

Para Mondragón (2017) este departamento agrupa actividades como la planificación porque presenta un cronograma de embarques con referencia a los pedidos previo comunicación con los clientes habituales y con los clientes condicionales, ello se realiza una vez por año ya que dependerá según la estacionalidad y políticas de la empresa; el monitoreo, son aquella actividad de los

controles cuales informará sobre contiguidad de cada embarque, formalidad de toda documentación, planificar envíos a muelle, consignar agentes aduaneros, control del despacho y carga de la nave y post-embarque se da luego de haber completado el embarque del producto, como es la remisión, recaudación, tramitación necesaria para acogerse a estímulos de la exportación como por ejemplo saldo a favor por el exportador, también puede estar considerado el drawback (p.62). Cabe recalcar que es importante contar con información de datos históricos para así ser reducidos al momento de la toma de decisiones.

Los departamentos como los son de producción, control de calidad han cumplido roles muy importantes; por los cuales se etalla a continuación: la primera tuvo por finalidad comunicar sobre la capacidad productiva manteniendo un compromiso con el cliente, la segunda es la encargada de verificar el cumplimiento de todas las precisiones de calidad requeridas por el cliente; una vez realizado ello, se deberá contar con la aceptación del plan de exportaciones en la que también se detallará: la fecha del embarque, que producto ha sido solicitado por embarque, el precio, el tipo de moneda, las modalidades de pago, los incoterms, especificar calidad del producto, condiciones y la penalidad por si existiera demoras en carga (p.60).

Para poder medir la exportación, se tuvo que hacer el estudio y aplicando la encuesta como técnica, el cuestionario como el instrumento; a sí mismo se tomaron los indicadores y las dimensiones de la teoría principal con relación al tema.

Las Teorías administrativas consideradas para el desarrollo de la investigación y a su vez sostuvieron a las variables fueron las siguientes:

Entre los pensadores más resaltantes de la teoría de empresas humanística estuvo Mayo (1932) diseñó la teoría humanista desde el punto de vista con las relaciones humanistas. Respeta al trabajador como persona social, estudiando a las organizaciones como grupos formados por personas; hace respetar la autonomía del trabajador, la delegación que tiene la autoridad, el valor del cargo asignado, las remuneraciones, el castigo social y además ha resaltado sobre nivel de la producción dependerá sobre forma de integración en ámbito social que pueda manejar ya que como resultado tendrá la eficiencia óptima.

Burnham (1947) con su teoría estructuralista, ubicó a las personas formal e informal donde cada uno de ellos desempeña roles dentro de las organizaciones y al

ambiente en una organización, la cual es considerada magno y múltiple de modelo natural “Cada aporte que da la teoría estructuralista, serán niveles de jerarquía como: técnico, gerencial, institucional”. El objetivo de la organización es buscar una armonía con objetivos de organizaciones y los individuales. Cada estímulo deberán ser material y social.

Con respecto a la teoría de la psicología humanista estuvo Maslow (1950) en su teoría del comportamiento, de igual forma estudió la organización formal e informal focalizándose en la psicología organizacional basándose en relaciones interpersonales en la que el hombre satisface su necesidad al tiempo que cumple metas. De igual forma los incentivos son fundamentales ya que se buscó tener al empleado muy satisfecho.

Hernández (2011) “Refiere que, para la existencia y prosperidad, la estructurase tiene que convertir en agentes de cambios y para el cambio económico la tecnología será el principal agente” (p.50).

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: Se examinó a las empresas importadoras y exportadoras de calamar. Las informaciones fueron extraídas de la página de PRODUCE, SIICEX, SUNAT, TRADE MAP. PROMPERU. Los cuales se obtuvieron un total de población de 45 empresas respaldado por SIICEX. López (2004a) En su artículo “*Población muestra y muestreo*” nos dice que aquel grupo de personas, animales, objetos, etcétera, que buscan conocer y saber acerca de una investigación son considerados población.

Muestra: Para construir la muestra se aplicó la teoría del muestreo del tipo aleatorio simple cuya fórmula de estimación es la subsecuente:

$$n = \frac{z^2 (p)(q) N}{e^2 (N-1) + z^2 (p)(q)}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra

N = tamaño de la población igual a 45

p = probabilidad favorable a la variable en estudio igual a 0.5

q = probabilidad no favorable a la variable en estudio igual a 0.5

e = error de precisión igual a 0.3

z = valor de la variable normal estándar igual a 1.96

Reemplazando por los valores numéricos:

$$n=1.96^2 (0.5) (0.5) 45 / 0.3^2 (45-1) + 1.96^2 (0.5) (0.5)$$

$$n=3.8416 (0.25) 45 / 0.09 (44) + 3.8416 (0.25)$$

$$n=43.218 / 3.96 + 0,9604$$

$$n=43.318 / 4,9204$$

$$n=8.803$$

$$n=9$$

López (2004b) En su artículo "*Población muestra y muestreo*" también se refirió a que la muestra es llamada también subconjunto o parte fundamental de la población en donde se realizará el procedimiento de la investigación.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

En progreso del proyecto investigación realizado, se manejó la encuesta como técnica para la recopilación de todos los datos, la cual facilitó la averiguación precisa para poder determinar qué relación existe entre la producción de anillos de calamar con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019. Bauer et al. (2010) dijo que para poner en camino la investigación, se plasmará los instrumentos; por ello es aconsejable realizar una prueba piloto del instrumento.

Instrumento

En la investigación, se escogió de instrumento al cuestionario para recolecta de los datos, esto permitió analizar si la variable producción guarda relación con la variable exportación, se diseñó una encuesta para la variable producción; la cual cuenta con 20 preguntas y una encuesta para la variable exportación que cuenta con 18 preguntas. Arribas (2004) En su artículo "*Diseño y validación del cuestionario*", nos hizo mención que tal instrumento funciona para el uso de recolección de información. Asimismo, la información que se obtiene son gracias a percepciones, actitudes y sentir de cada encuestado.

Linares y Pozzo (2018) En su artículo "*Las redes sociales como herramienta del marketing relacional y la fidelización de clientes*", nos comentó que los usos de los cuestionarios deben ser validados por juicio de expertos y luego

tener la confiabilidad de Cronbach; todo ello para obtener una muestra muy simbólica tanto cualitativa como cuantitativa.

Validez

A través del instrumento que se usó para la realización de la investigación, fue el cuestionario que se sometió a juicio por tres expertos, para obtener la validación de la misma.

Martínez (2006) En el artículo *“El método de estudio de caso estrategia metodológica de la investigación científica”*. Nos comenta, la validez es aquel grado con el cual un instrumento mide lo que busca medir, por lo que en algunas oportunidades se llama *“Exactitud”*. Es por ello que, la validez se usa para saber si el resultado que se ha obtenido en el estudio es el adecuado o no (p.176).

Confiabilidad

Para obtener la confiabilidad del instrumento se plasmó una encuesta piloto en un grupo de 9 empresas, quienes contaron con las mismas características de la muestra, empleando el estadístico Alfa de Cronbach, a su vez se usó el cuestionario como instrumento en la escala de likert.

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	9	100,0
Excluido ^a	0	,0
Total	9	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,952	20

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Interpretación: Para variable producción, se obtuvo un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,952; tuvo significado que el instrumento fue confiable y pudo ser aplicado.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	9	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	9	100,0

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,928	18

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Interpretación: Para la variable exportación, se obtuvo un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,928; tuvo el significado que el instrumento fue confiable y pudo ser aplicado.

3.5. Procedimiento

Con respecto al procedimiento utilizado en la investigación, se detalló lo siguiente: El proceso se inició realizando la consulta al Ministerio de producción, TRADE MAP y SIICEX quienes nos proporcionaron la mayoría de la información que se necesitó acerca de las empresa productoras y exportadoras de anillos de calamar de Lima Metropolitana; de todo ello, se tomó solo empresas que contaron con suficiente experiencia y necesario, que cumplan con las estipulaciones inexcusables para llevar a cabo la producción y exportación de anillos de calamar. Continuando con el uso de la encuesta de manera práctica para poder así concluir con la muestra teniendo en consideración toda la información recolectada; también se hizo uso del cuestionario de la encuesta de manera detallada y el uso de la percepción. Finalmente se juntaron todos los datos obtenidos de las empresas productoras y exportadoras para el llenado en base de datos del programa Excel para luego ser ingresados al programa de estadística SPSS Statistics 25 y obtener los resultados que eran muy necesarios para la tesis. Con relación a la variable producción, se presentó las siguientes dimensiones: volumen de producción, valor de producción y costo de producción. Mientras que la variable exportación presentó las dimensiones: volumen de exportación, valor de exportación y funciones del departamento de exportación.

3.6. Método de análisis de datos

En la realización del estudio de todos los datos, se utilizó el método estadístico que fue analizado a través del programa SPSS Statistics 25 de manera muy independiente para cada variable.

Bausela (2005). Para su artículo “*SPSS: Un instrumento de análisis de datos cuantitativos*”, hizo mención que el SPSS (Statistical Product and Service Solutions) es aquel programa que nos ayuda para el uso, analizar y tener datos estadísticamente formulados, este programa nos ahorra tiempo, nos da la facilidad de procesar datos exactos y en grandes magnitudes ya que solo es cuestión de segundos para simplificar el trabajo para luego ser interpretados. (p.63).

3.7. Aspectos éticos

La investigación estuvo realizada bajo parámetros establecidos cuya información fueron obtenidos de fuentes confiables como libros de investigación, artículos científicos, revistas, tesis y otras fuentes confiables que permitieron llegar a diversas conclusiones. Así mismo, en la investigación se aplicó la normativa APA 7ma edición para la redacción.

IV. RESULTADOS

Análisis correlacional entre Producción y Exportación

Tabla 1

Correlaciones entre Producción y Exportación

	Correlación	Producción	Exportación
Producción	Correlación de Pearson	1	,687*
	Sig.(bilateral)		,041
	N	9	9
Exportación	Correlación de Pearson	,687*	1
	Sig.(bilateral)	,041	
	N	9	9

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

De la prueba de correlación para la hipótesis general se evidenció una asociación del 68.7% entre la variable producción y la variable exportación. Así mismo, se encontró significación estadística entre ambas variables.

Análisis correlacional entre Volumen de producción y Exportación

Tabla 2

Correlaciones entre Volumen de producción y Exportación

	Correlación	Producción Volumen de producción	Exportación
Producción Volumen de producción	Correlación de Pearson	1	,707*
	Sig. (bilateral)		,033
	N	9	9
Exportación	Correlación de Pearson	,707*	1
	Sig. (bilateral)	,033	
	N	9	9

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

De la prueba de correlación para la hipótesis específica 1 evidenció una asociación del 70.7% entre el volumen de producción y la variable exportación. Así mismo, se encontró significación estadística entre ambas variables.

Análisis correlacional entre Valor de producción y Exportación

Tabla 3

Correlaciones entre Valor de producción y Exportación

	Correlación	Producción Valor de producción	Exportación
Producción Valor de producción	Correlación de Pearson	1	,704*
	Sig. (bilateral)		,034
	N	9	9
Exportación	Correlación de Pearson	,704*	1
	Sig. (bilateral)	,034	
	N	9	9

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

De la prueba de correlación para la hipótesis específica 2 presentó evidencia una asociación de 70.4% entre el valor de producción y la variable exportación. Así mismo, se encontró significación estadística entre ambas variables.

Análisis correlacional entre Costo de producción y Exportación

Tabla 4

Correlaciones entre Costo de producción y Exportación

	Correlación	Producción Costo de producción	Exportación
Producción Costo de producción	Correlación de Pearson	1	,639
	Sig. (bilateral)		,064
	N	9	9
Exportación	Correlación de Pearson	,639	1
	Sig. (bilateral)	,064	
	N	9	9

Fuente: Elaboración propia

De la prueba de correlación para la hipótesis específica 3 dio certeza una asociación de 63.9% entre el costo de producción y la variable exportación. A sí mismo, se reflejó no encontrar significación estadística entre las dos variables.

V. DISCUSIÓN

Según resultados que se han obtenido en la presente investigación; mostró favorable la relación que existe entre la producción de anillos de calamar con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019. Cabe señalar, todo ello va con relación a los resultados obtenidos y a su vez que han sido analizados mediante el uso del programa SPSS, contrastando las hipótesis.

Las hipótesis se desarrollaron con el fin de verificar la relación de cada una de las dimensiones de la variable producción (volumen de producción, valor de producción y costo de producción) las tres relacionadas con la exportación.

Con relación a los resultados, se encontró coincidencia con Cueva (2017) ya que concluye que el calamar gigante – pre cocido es muy solicitado en mercados a nivel mundial tales como China, Japón, Corea del sur, Alemania y Estados Unidos: todo ello guarda relación con los estudios de mercados ya realizados.

Igualmente, Quispe (2017) en sus conclusiones hace referencia que el volumen de exportación, valor de exportación y precio de exportación de uva red globe peruana hacia EEUU en el periodo 2006-2015 presentaron un crecimiento significativo.

Romero (2017) sostuvo que no ha existido ningún tipo de coherencia del valor de producción y valor de exportación de la piña peruana durante el periodo 2008-2015. Respecto al volumen de producción y al volumen de exportación presentó una conexión inversa. El precio de producción y precio de exportación tampoco presentaron relación.

Ramos (2018) en sus resultados obtenidos, demostró que el volumen de las exportaciones de espárragos frescos o refrigerados en el periodo 2010-2017 han sido muy positivos; dedujo que “la variable es un factor de importancia para la comercialización”. Así mismo cuando hizo referencia con el precio de las exportaciones y volumen de producción señaló que también tuvieron una evolución muy positiva.

Con respecto al volumen de producción, el valor de producción se ha evidenciado que ambas variables presentan una gran significación con la variable exportación; la primera del 70.7% y la segunda de 70.4% siendo así muy favorables y en parte va coincidiendo con Huaraz (2019) ya que hace referencia sobre volumen de producción y volumen de exportación han logrado un gran crecimiento muy bueno

ya que existe gran demanda de los productos que para ellos vendrían a ser los arándanos. También que el valor de producción y el valor de exportación han desarrollado un crecimiento constante.

Referente al costo de producción con la exportación, se evidenció una asociación del 63.9% concluyendo que no existe una significación entre ambas variables, cual concuerda con Mamani (2019) pues también hace referencia que ambas variables no guardan ninguna relación con la “exportación de ají paprika de las empresas productoras de Lima metropolitana en el año 2017.”

Orona et. al. (2013) refieren con respecto a la comercialización y la transformación de nuez pecanera la existencia de dos tipos, mayoristas realizan envíos a regiones de su país y al extranjero y también los comercializadores son aquellos que operan todo el año contando con canales comerciales. Es muy importante que la comercialización se realice con un valor agregado ya que en su mayoría si no se realiza con ello, los precios suelen ser más bajos. Culminan recomendando el fortalecimiento de las asociaciones de productores con gran integración y capacidad para que las exportaciones del producto sean más productivas.

Seguidamente la investigadora Quintero (2015) refiere que las volatilidades de los precios producidos por el uso de la tecnología, el clima, transporte y la distribución, etcétera con los precios reales generan mucho caos ya que afectan significativamente a los ingresos nacionales viéndose los más afectados los pequeños productores, quiere decir quedar que los productores producen cantidad sin obtener mayor beneficio económico debiéndose a la disminución de los precios. En lo que refiere valor de exportación mundial del cacao, observó la tendencia creciente pero fluctuante. Siguiendo, la producción y la comercialización de cacao en grano se ve enmarcada en la perspectiva sistemática como territorial para que se pueda promover el desarrollo local, integrando aspectos sociales.

Pacheco y Utreras (2017) refirieron como creación propia a los cubitos de concentrado de pescado y mariscos desde Guayaquil donde es el punto de la fabricación y como mercado Perú. Para ellos plantearon un sistema de información aduanera donde detallaron los respectivos procesos ejecutores para realizar la exportación.

Según fuentes de TRADE MAP y si se observa en el anexo E, con referencia al comercio bilateral existente entre Perú y Marruecos se verificó que para el año 2019

Perú ha exportado US\$ 415 millones solamente al mercado Marruecos ya que a diferencia de las exportaciones a diferentes partes del mundo es la suma de US\$ 25 648 millones anexo G; teniendo como principales productos pescados y crustáceos, moluscos, invertebrados acuáticos, cinc, frutas, aceites esenciales, etcétera, como lo señala el anexo F.

Si se revisa el anexo H, el Ministerio de Producción brindó información referente al precio en soles que ha ido teniendo del calamar congelado por kilo en los años 2014 hasta 2018; siendo 3.45 para el primer año en mención y para el 2018 12.80 notándose así una gran variación del consumo y la preferencia que el producto ha ido adquiriendo.

Figura 6

Balanza comercial

	(Millones de US\$)				
	2019		2020	Enero	
	Ene. (a)	Dic.	Ene. (b)	Var. %mes anterior	Var. %12 meses
1. EXPORTACIONES	3 959	4 608	3 895	-15,5	-1,6
Productos tradicionales	2 704	3 236	2 655	-17,9	-1,8
Productos no tradicionales	1 241	1 367	1 226	-10,3	-1,2
Otros	13	5	13	147,1	0,8
2. IMPORTACIONES	3 480	3 388	3 611	6,6	3,8
Bienes de consumo	783	806	805	-0,2	2,7
Insumos	1 693	1 513	1 734	14,6	2,4
Bienes de capital	986	1 058	1 060	0,2	7,5
Otros bienes	18	11	13	25,8	-27,2
3. BALANZA COMERCIAL	479	1 220	283		

Fuente: Sunat y BCRP

Según el registro presentado la balanza comercial presentó para principios del 2020, un superávit de US\$ 283 millones puesto a que las importaciones fueron mucho más. Así mismo, exportaciones han sido US\$ 3 895 millones mucho menor al año 2019 debido a la reducción de exportaciones tradicionales como son los derivados pesqueros y los agrícolas. Finalmente, en las importaciones se reflejó US\$ 3 611 millones superando a los montos del año 2019.

Si bien se analizó la figura 6, para principios del año 2020, se tuvo mayor incremento a las importaciones, no hay que olvidar resaltar que los principales mercados comerciales de productos pesqueros son los siguientes:

Figura 7

Principales destinos: Exportaciones pesqueras

(Millones de US\$)

País	2019		2020	Enero	
	Ene. (a)	Dic.	Ene. (b)	(b)-(a)	Var. % 12 meses
Estados Unidos	16	17	19	3	21,8
España	7	11	10	3	44,3
China	11	24	9	-1	-13,4
Corea Del Sur	14	10	8	-6	-44,8
Ecuador	2	2	5	3	162,4
Japon	4	6	4	1	13,7
Italia	3	4	4	1	20,5
Mexico	2	2	3	2	94,3
Tailandia	1	5	3	2	158,8
Francia	5	5	3	-2	-45,6
Resto	19	24	17	-2	-9,6
Total	83	113	85	2	2,7
Nota:					
China	11	24	9	-1	-13,4
América Latina	8	8	11	4	44,6
Estados Unidos	16	17	19	3	21,8
Asia (menos China)	22	28	20	-3	-12,5
Unión Europea	19	27	21	2	10,6
Otros	7	8	4	-3	-36,7

Fuente: Sunat y Notas de estudio del BCRP

Respecto a los principales países donde se exportan los productos pesqueros, se reflejó un aumento del 2,7% teniendo a Estado Unidos, España y China como principales mercados.

VI. CONCLUSIONES

1. Se concluyó que el nivel de confiabilidad para la variable producción fue 0,952 y para la variable exportación 0,928 reflejando que el instrumento ha sido confiable y pudo ser aplicado.
2. Así mismo, si existió y se aceptó la relación entre la producción de anillos de calamar con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019, teniendo una significación de 0,041.
3. A su vez, si existió una relación positiva y se aceptó la determinación que el volumen de producción de anillos de calamar se relaciona con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019 ya que se presentó una significación de 0,033.
4. Además, se aceptó la determinación de la manera que el valor de producción de anillos de calamar se relaciona con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019, presentando una significancia de 0,034.
5. Por último, no se encontró relación respecto a la determinación de la manera que el costo de producción de anillos de calamar se relaciona con la exportación en las empresas de Lima Metropolitana al mercado de Marruecos año 2019 ya que presentó una significación de 0,064.

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda al Ministerio de Producción junto al Fondo Nacional de desarrollo pesquero (FONDEPES) y el Instituto Del Mar del Perú (IMARPE) planteen estrategias ante los fenómenos climáticos que suceden en nuestro país para preservar la producción del calamar gigante.

Se debería de efectuar más investigación acerca de la producción y exportación del calamar gigante o mejor conocido como pota ya que aparte de mantener un alto contenido de vitaminas, la extracción de calamar es la segunda actividad pesquera más importante de nuestro país ello favorece a los pobladores, mano de obra y también a las micro, medianas y grandes empresas.

Se debería ver la manera de que del producto sea impulsando a mayor escala al mercado exterior y porque no al interior del país; ya sea directamente con el consumo del calamar u otros productos pesqueros puesto a que poseen grandes beneficios nutricionales para el consumo humano y como se sabe se tiene gran aceptación en diferentes mercados extranjeros.

Ya que se sabe que se tiene como fortaleza que los productos pesqueros presentan gran aceptación en los diferentes mercados, se debería seguir impulsando la participación de los mismos en ferias internacionales y ver la forma de mantener diferentes presentaciones al producto ya que servirían de mucha más ayuda para el alcance de un mejor posicionamiento y diferenciación generando a gran magnitud el crecimiento de la Marca Perú a nivel internacional.

MINCETUR realizó recomendaciones para las posibles participaciones de las empresas y/o personas a ferias marroquí – Feria SIAM ya que favorecen mucho más a la aceptación y compra de los productos, encontrando más socios potenciales; algunas recomendaciones destacables son : verificar con tiempo la introducción de los productos, para que no se vallan a presentar problemas con aduanas; es importante la comunicación y si se van a entregar fichas de preferencia deben ser en idioma francés y árabe; hacer su respectivo seguimiento a los socios potenciales ya que las negociaciones suelen ser muy largas; tomar las precauciones ya que los eventos tienen duración de seis días; conocer a la competencia tanto nacional como extranjera.

Respecto a las capacitaciones, el Ministerio de Producción y Comercio Exterior debería ser más persistente y exigente para que los pescadores artesanales

cumplan con los requisitos y a su vez estén más informados desde la extracción hasta la aceptación de los consumidores nacionales e internacionales respecto a los productos ya que permitirá que muchas más personas y empresas se dediquen al rubro exportador y poco a poco valla abriendo nuevos mercados.

Cabe señalar que la calidad de un producto siempre va favorece a la empresa y/o persona productora con referencia al país exportador como importador causando una diferencia y alcanzando mayor rentabilidad del mismo.

REFERENCIAS

- Andrade, M. (2014). Plan de exportación de café a Hamburgo, Alemania. [Tesis de pregrado, Universidad de América Latina]. SCRIBD. <http://www.udalxalapa.edu.mx/TesisPDF/2008/MarialreneAndradeSanchezNegocios.pdf>
- Arribas, M. (2004). Diseño y validación de cuestionarios. *Formación continuada matronas profesión*, 5(17), 23-29.
- Atauje, G., Salvatierra, V. (2019). *Factores de éxito que influyeron en el crecimiento de las exportaciones de calamar gigante congelado al mercado español durante el periodo 2012-2016* [Tesis de pregrado]. Repositorio Académico UPC. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/626367/Atauje_GG.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Bambarén, R. (2020). Pesca de pota: Más de US\$ 850 millones en exportaciones en riesgo por falta de formalización. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/pesca-de-pota-mas-de-us-850-millones-en-exportaciones-en-riesgo-por-falta-de-formalizacion-noticia/?ref=gesr>
- Banco Central de Reserva del Perú. (s.f). *Glosario de términos económicos*. <https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/glosario/i.html>
- Banco Central de Reserva del Perú. (2020). *Notas de Estudios del BCRP*. (18). <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Notas-Estudios/2020/nota-de-estudios-18-2020.pdf>
- Banco Mundial. (2020). *Banco de datos Indicadores del desarrollo mundial (IDM)*. <https://databank.bancomundial.org/reports.aspx?source=2&type=metadata&series=SP.POP.TOTL>
- Bauer, W., Bleck-Neuhaus & Dombois, R. (2014). Desarrollo de proyectos de investigación Guía para un seminario (R. Lucio, Trad.). Universidad de Bremen, Servicio Alemán de Intercambio Académico (DAAD).
- Bausela, H. E. (2005). Spss: un instrumento de análisis de datos cuantitativos. *Revista de informática educativa y medios audiovisuales*, 2 (4), 62-69. <http://laboratorios.fi.uba.ar/lie/Revista/Articulos/020204/A3mar2005.pdf>

- Castellanos, C., Riquett, A., Moreno, C. y Duran M. (2019). *Las ventajas de las 5 fuerzas de poder*. Conozcamos sobre teoría de las organizaciones. <https://conozcamossobrelasorganizaciones.home.blog/2019/03/24/las-ventajas-de-las-5-fuerzas-de-poder/>
- Certus (2017). *¿Cuáles son las funciones del departamento de comercio Exterior de una empresa?* CERTUS. <https://www.certus.edu.pe/blog/cuales-son-las-funciones-del-departamento-de-comercio-exterior-de-una-empresa/>
- Consumo de papa peruana es impulsado por demanda de los mercados asiáticos (2019, abril 21). *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/consumo-papa-peruana-impulsado-demanda-mercados-asiaticos-264701>
- Consumir papa reduce el colesterol, presión sanguínea y mejora la visión (2015, mayo 7). *Andina*.
<https://andina.pe/agencia/noticia-consumir-papa-reduce-colesterol-presion-sanguinea-y-mejora-vision-554991.aspx>
- Cuatrecasas Arbós, L. (2011). Organización de la producción y dirección de operaciones: sistemas actuales de gestión eficiente y competitiva. Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Cueva, K. (2017). *Plan de negocios para la exportación de snack a base de calamar gigante en la empresa Altamar Foods S.R.L., 2017* [Tesis de Pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Universidad Cesar Vallejo Repositorio Digital Institucional. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/25870>
- Chiliquina, J. M. P. y Vallejos, O. H. M. (2017). COSTOS Modalidad Órdenes de producción. Editorial UTN.
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7077/1/LIBRO%20Costos.pdf>
- Daniels, J. D., Radebaugh, L. H. y Sullivan, D. P. (2004). *Negocios internacionales ambientes y operaciones* (10ma ed.). Prentice – Hall Hispanoamericana.
- De la Cruz, G. J., Aragón, N. E., Urciaga, G. J. I., Salinas, Z. C. A., Cisneros, M. M. A. y Beltrán, M. L. (2007). Análisis socioeconómico de las pesquerías de camarón y calamar gigante en el noroeste de México. *Interciencia: revista de ciencia y tecnología de América*, 32 (3), 144-150.

- De la Hoz Correa, P. A. (2013). *Generalidades de Comercio Internacional*.
Esumer.<https://colmayorbolivar.edu.co/files/generalidadesdecomerciointernacional.pdf>
- Díaz, E. C. E. y Ley, B. R. (2001). Decidiendo el Volumen de Producción Mediante el Análisis Probabilístico de la Demanda. *Repositorio del Instituto Politécnico Nacional/IPN*.<https://www.repositoriodigital.ipn.mx/bitstream/123456789/5322/2/35-2.pdf>
- Dobb, M. (1974). *Theories of value and distribution since Adam Smith* (R. Cusminsky, Trad.). Siglo XXI Argentina Editores S.A. (Primera edición en inglés 1973).
- Escandón, M. D., Hurtado, A. A., & Castillo, C. M. (2013). Influencia de las barreras a la exportación sobre el compromiso exportador y su incidencia en los resultados internacionales. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 75. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20629981003>
- Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas. (s.f). Comercio bilateral entre Perú y Marruecos en 2019. <https://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c504%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1>
- Exportaciones peruanas de calamar gigante superaron US\$ 860 millones en 2019 (2019, febrero 23). *Andina*.
<https://andina.pe/agencia/noticia-exportaciones-peruanas-calamar-gigante-superaron-860-millones-2019-785941.aspx>
- Gallegos, V. S. V., Galarreta, O. G. I., Ruiz, G. P. J. & Gutiérrez, A. J. E. (2017). Study of methods to reduce the delinquency rate in a Collection Services Company - Estudio de métodos para disminuir el índice de morosidad en una empresa prestadora de servicios de cobranza. *Revista Científica ingeniería: ciencia, tecnología e innovación USS INGnosis*, 3(1), 1-11
<http://revistas.uss.edu.pe/index.php/ING/article/view/535/510>
- Gomez, M. E. (s.f). Funciones d producción en la agricultura.
https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_reas/r048_02.pdf
- Hall, E. R. & Taylor, B. J. (1992). *Macroeconomics* (E. Rabasco y L. Toharia; 3ra ed.). Antoni Bosch Editor (1991).

- Hernández, P. H. G. (2011). La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas científica, funcional, burocrática y de relaciones humanas. *Escenarios*, 9(1), 38-51.
<http://repositorio.uac.edu.co/bitstream/handle/11619/1628/La%20gesti%c3%b3n%20empresarial%2c%20un%20enfoque%20del%20siglo%20XX%2c%20desde%20las%20teor%c3%adas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hernández, S. R., Fernández, C. C. y Baptista, L. P. (2006). *Metodología de investigación cuarta edición*. McGraw-Hill Interamericana.
<https://seminariodemetodologiadelainvestigacion.files.wordpress.com/2012/03/metodologc3ada-de-la-investigacic3b3n-roberto-hernc3a1ndez-sampieri.pdf>
- Hill, L. C. W. (2011). *Negocios Internacionales: Como competir en el mercado global*. Interamericana editores S.A.
- Huaraz, M. (2019). Producción y exportación de arándanos de la región de La Libertad al mercado de Canadá, periodo 2014-2017 [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Universidad Cesar Vallejo Repositorio Digital Institucional.
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42883/Huaraz_LMM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hurtado, P. J. (2003). La teoría del valor de Adam Smith: la cuestión de los precios naturales y sus interpretaciones. *Cuadernos de Economía*, 21 (38), 15-45.
- La Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores, U. E. (2020). *Marruecos Reino de Marruecos*.
http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/MARRUECOS_FICHA%20PAIS.pdf
- León Rosero, D. P. y Noboa Guevara, L. E. (2018). *Exportación de harina de quinua hacia Alemania de “La asociación de productores de quinua del Carchi” Cantón Espejo, previa importación de maquinaria para su producción*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra] DSPACE.
<https://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/144/1/TESIS%20FINAL%20DE%20QUINUA%202018.pdf>

- León, C. P. y Marconi, R. S. (1999). *La contabilidad nacional: teoría y métodos* (3ra ed.). Ediciones ABYA-YALA.
https://www.academia.edu/11095274/Contabilidad_nacional_teor%C3%ADa_y_m%C3%A9todos_p_leon_s_marconi_3ed_1999
- Linklater, M. D. & Osterling, M. Ó. (2016). *Experiencias de comercio exterior. Casos 100% peruanos*. Fondo Editorial.
- Linares, J. y Pozzo, S. (2018). Las redes sociales como herramienta del marketing relacional y la fidelización de clientes. *Revista de investigaciones aplicadas SCIÉENDO ciencia para el desarrollo*, 21 (2), 157-163.
<http://dx.doi.org/10.17268/sciendo.2018.016>
- Lor Recursos Humanos. (2005). Principales teorías administrativas: enfoques y representantes. Los Recursos Humanos.com.
<https://www.losrecursoshumanos.com/principales-teorias-administrativas-enfoques-y-representantes/>
- López, P. L. (2004). Población muestra y muestreo. *Punto Cero*, 09(08).
- Mamani, A. (2019). Producción y exportación de ají paprika de las empresas productoras de Lima Metropolitana al mercado estadounidense en el año 2017 [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Universidad Cesar Vallejo Repositorio Digital Institucional.
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41165/Mamani_SAE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martínez, C. P. C. (2006). El método de estudio de caso Estrategia metodológica de la investigación científica. *Revista científica pensamiento y gestión*, (20), 165-193.
<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3576/2301>
- Medina, V. M. J., Mozas, M. A., Bernal, J. E. y Moral, P. E. (2014). Factores determinantes para la exportación en las empresas cooperativas oleícolas andaluzas. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa* (81), 241-262.
https://www.academia.edu/26978193/Factores_determinantes_para_la_expo

rtaci%C3%B3n_en_las_empresas_cooperativas_ole%C3%ADcolas_andaluz
as

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). Informe de Gestión II trimestre 2016 OCEX Casablanca. https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/oficinas_comerciales/actividades/2016/IITRI/Informe_Gestion_Casablanca_IITrimestre.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f). *La Organización Mundial de Comercio(OMC)*.http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=145&Itemid=163#:~:text=El%20Per%C3%BA%20fue%20parte%20contratante,%C2%B0%20de%20enero%20de%201995.&text=La%20OMC%20es%20un%20elemento,y%20de%20negociaciones%20comerciales%20internacionales.

Mondragón, G. V. M. (2017). ¿Qué actividades se realizan en el departamento de exportación? Diario del Exportador, (7). https://issuu.com/diariodelexportador/docs/revista_diario_del_exportador_n__0_1ec54e481a58a4

Moreno,G. E. (2019). El enfoque cuantitativo en la investigación. Powered By Blogger. <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/>

Namakforoosh Mohammad, N. (2000). Metodología de la investigación (2ª ed). Limusa.

Orona, C. I., Sangerman-Jarquín, D., Fortis, H. M., Vázquez, V. C. y Gallegos, R. M. (2013). Producción y comercialización de nuez pecanera (*Carya illinoensis* Koch) en el norte de Coahuila, México. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*,4(3)http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-09342013000300010&script=sci_arttext

Organización Mundial del Comercio. (s.f). *Marruecos y la OMC*. https://www.wto.org/spanish/thewto_s/countries_s/morocco_s.htm

Organización Mundial del Comercio. (2019). *Examen de las Políticas Comerciales Informe de Perú*. (393). https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/g393_s.pdf

- Organización Mundial del Comercio. (2019). *Examen de las Políticas Comerciales Informe de la secretaria Perú*. (393). https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/s393_s.pdf
- Ortuño, D. (2018). *Plan de negocios para la producción y exportación de chocolate vegano a Estados Unidos* [Tesis de pregrado, Universidad de las Américas]. Trabajos de titulación udl. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/8605>
- Pacheco, E., y Utreras, A. (2017). *Modelo de negocio para la producción y comercialización de cubitos de concentrado de pescados y mariscos en la ciudad de Guayaquil para su futura exportación al mercado Estadounidense* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Dspace. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/17284/1/TESIS%20PACHECO%20Y%20UTRERAS.pdf>
- Pérez, E. I. (2016). Las teorías del crecimiento económico: notas críticas para incursionar en un debate inclusivo. *Revista latinoamericana de desarrollo económico*, (25).
- Perú y Marruecos iniciarán en 2015 diálogo para TLC (2014, junio 25). *Andina*. <https://andina.pe/agencia/noticia-peru-y-marruecos-iniciaran-2015-dialogo-para-tlc-511765.aspx>
- Perú es el principal exportador de pota en América Latina (2018, julio 19). *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/economia/peru/peru-principal-exportador-pota-america-latina-noticia-537739-noticia/?ref=ecr>
- Perú es el principal exportador de pota en América Latina (2018, julio 19). *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/peru-principal-exportador-pota-america-latina-238962-noticia/?ref=gesr>
- Pindyck, S. R. & Rubinfeld, L. D. (2009). *Microeconomics*, 7th Edition (E. Rabasco y L. Toharia; Trad.; 7ma ed.). PEARSON Prentice Hall.
- Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2017). *Nuevos lanzamientos: edición especial – productos pesqueros en el continente africano*. <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/317140689radCF896.pdf>
- Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2014). *Guía de mercados Marruecos*. <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/712713755radB5F7C.pdf>

- Quintero, M. (2015). Productos básicos agrícolas y desarrollo: producción y comercialización de cacao en Venezuela [Tesis de doctorado, Universidad de La Laguna]. Departamento de Economía Aplicada y Metodos Cuantitativos. http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/41852/td_liliana_q.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quispe, H. (2017). Exportación de uva Red Globe peruana a Estados Unidos 2006 – 2015 [Tesis de posgrado, Universidad Cesar Vallejo]. Universidad Cesar Vallejo Repositorio Digital Institucional. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23732>
- Ramos, K. (2018). Producción de espárragos y las exportaciones en el periodo 2010 – 2017 [Tesis de posgrado, Universidad Cesar Vallejo]. Universidad Cesar Vallejo Repositorio Digital Institucional. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/31165/Ramos_AKL.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Ricoy, C. J. (2005). La teoría del crecimiento económico de Adam Smith. *Economía y Desarrollo*, 138 (1), 11-47.
- Romero, A. (2017). *Producción y exportación de la piña peruana 2008 – 2015* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Universidad Cesar Vallejo Repositorio Digital Institucional. <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/25300>
- Rosero, L., y Guevara, N. (2018). *Exportación de harina de quinua hacia Alemania de la asociación de productores de quinua del Carchi Cantón Espejo, previa importación de maquinaria para su producción* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra]. Dspace. <https://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/144/1/TESIS%20FINAL%20DE%20QUINUA%202018.pdf>
- Rosales Obando, J. (2000). Elementos de Micro Economía. Editorial Universidad Estatal a distancia EUNED. <https://books.google.co.cr/books?id=62gNCThG6EwC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Rus, A. E. (s.f). Costo de Producción. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/costo-de-produccion.html>

- Sabino, C. (1991). Diccionario de Economía y Finanzas (A. Toro). Panapo (1991)
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2016). Nuevos Mercados Marruecos. *Promperu* *infografías*.
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/482686789rad086DB.pdf>
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2016). Servicios al Exportador. *Guía de Mercado Multisectorial Marruecos*.
<https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/1032946766radE42E3.pdf>
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2020). *Partidas arancelarias del producto, exportadas en los últimos años*.
http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=172.17100&_portletid_=sfichaproductoinit&scriptdo=cc_fp_init&pproducto=210&pnomproducto=Po ta
- Western, S. (2005). Microeconomic Theory. Basic principles and Extensions (Nicholson, W., 9^a.ed.). Cengage Learning Editores, S.A. de CV., una Compañía de Cengage Learning Inc. Corporativo Santa Fe. (Copyright 2005)
https://www.academia.edu/26569329/Walter_Nicholson_Teoria_microeconomica_9na_Ed

ANEXOS

Anexo A. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Producción	<p>Pindyck & Rubinfeld (2009) hace mención que la producción es una transformación de los factores para un bien o servicio final.</p> <p>Mamani (2019) en su tesis para obtener el grado de licenciatura buscó determinar la relación que existe entre la producción y la exportación.</p>	<p>Para poder medir la producción, se realizó el estudio y trabajo de en la cual se aplicó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento; asimismo se tomaron los indicadores y las dimensiones de la teoría principal relacionadas al tema.</p>	Volumen de producción.	Cantidad producida Tecnología Control de calidad	Escala de Likert
			Valor de producción.	Precio por toneladas	
			Costo de producción.	Materia prima Mano de obra Maquinaria Competencia.	
Exportación	<p>Daniels et al. (2004) hace mención a la exportación como el envío fuera del país de una mercancía que se convierte en una transacción económica.</p> <p>Huaraz (2019) en su tesis para obtener el grado de licenciatura presentó un enfoque cuantitativo.</p>	<p>Para poder medir la producción, se realizó el estudio y trabajo de en la cual se aplicó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento; asimismo se tomaron los indicadores y las dimensiones de la teoría principal relacionadas al tema.</p>	Volumen de exportación.	Cantidad demandada. Estilo de consumo.	Escala de Likert
			Valor de exportación.	Costos de exportación Intermediarios	
			Funciones del dpto. de Exportación	Acuerdos comerciales Requisitos fitosanitarios	

Fuente: Elaboración propia

Anexo D. Fichas de validación de instrumento



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- L1. Apellidos y nombres del informante: Rocca Carvajal Yadit _____
L2. Especialidad del Validador: Mg. Administración de Negocios _____
L3. Cargo e Institución donde labora: Docente _____
L4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: ___ Cuestionario _____
L5. Autor del instrumento: ___ Nizama Vidales, Fiorela Estefany _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

Aplicable.....
.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

70%

Los olivos, 08 de octubre del 2020.

Firma de experto informante

DNI: 46460382

Teléfono: 962710297

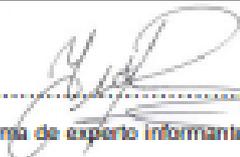
V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Producción

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	x		
Item 2	x		
Item 3	x		
Item 4	x		
Item 5	x		
Item 6	x		
Item 7	x		
Item 8	x		
Item 9	x		
Item 10	x		
Item 11	x		
Item 12	x		
Item 13	x		
Item 14	x		
Item 15	x		
Item 16	x		
Item 17	x		
Item 18	x		
Item 19	x		
Item 20	x		

Variable 2: Exportación

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

.....

 Firma de experto informante

DNI: 46460382

Teléfono: 962710297

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

- I.1. Apellidos y nombres del informante: López Landauro Rafael Arturo
 I.2. Especialidad del Validador: Esp. Negocios Internacionales
 I.3. Cargo en Institución donde labora: _____
 I.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 I.5. Autor del instrumento: Nizama Vidales, Fiorela Estefany

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Los olivos, 24 de noviembre del 2020.

Firma de experto informante

DNI: _____

Teléfono: 997931077

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Producción

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		
Ítem 14	X		
Ítem 15	X		
Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		
Ítem 19	X		
Ítem 20	X		

Variable 2: Exportación

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

.....
Firma de experto informante

DNI: _____

Teléfono: 997931077

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

- L1. Apellidos y nombres del informante: Panche Rodríguez Beatriz
- L2. Especialidad del Validador: Magister
- L3. Cargo e Institución donde labora: Docente
- L4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- L5. Autor del instrumento: Nizama Vidales, Fiorela Estefany

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

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

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

Aplicable.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

Los olivos, 11 diciembre del 2020.



.....
 Firmado experto Informante

DNI:

Teléfono: 999201622

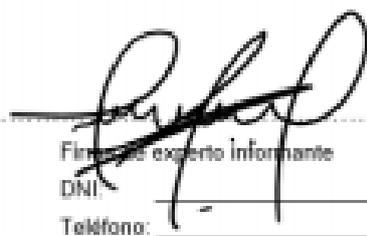
V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Producción

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	x		
Item 2	x		
Item 3	x		
Item 4	x		
Item 5	x		
Item 6	x		
Item 7	x		
Item 8	x		
Item 9	x		
Item 10	x		
Item 11	x		
Item 12	x		
Item 13	x		
Item 14	x		
Item 15	x		
Item 16	x		
Item 17	x		
Item 18	x		
Item 19	x		
Item 20	x		

Variable 2: Exportación

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



 Firma del experto informante
 DNI: _____
 Teléfono: _____

Anexo E. Comercio bilateral entre Perú y Marruecos



TRADE MAP

Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas
 Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.



Inicio & Búsqueda Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Otras Herramientas Más Mrs. Fiorela Nizama Español

Producto: 0307490000 - Moluscos, incluso separados de :
 Mundo País Perú
 Socio Marruecos
 otros criterios Exportaciones Series de tiempo anuales por producto Productos similares en el arancel nacional Valores Dólar Americano

Grupo de productos Ninguno
 Grupo de países Ninguno
 Grupo de socios Ninguno

Comercio bilateral entre Perú y Marruecos
Producto: 0307490000 Moluscos, incluso separados de sus valvas, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, ...

Unidad: Dólar Americano miles

Tabla

Gráfico

Mapa

Empresas

Datos IED

Datos arancelarios

Normas voluntarias

Descargar:

Período (número de columnas): 3 por página líneas por página: Por defecto (25 por página)

Código del producto	Descripción del producto	Perú exporta hacia Marruecos			Perú exporta hacia el mundo		
		Valor en 2017	Valor en 2018	Valor en 2019	Valor en 2017	Valor en 2018	Valor en 2019
0307490000	Moluscos, incluso separados de sus valvas, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, ...	607	490	415	42.742	26.455	25.648

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de [UN COMTRADE](#).

El comercio bilateral fue reportado por Perú

Las exportaciones para Perú fueron reportadas por Perú

Fuente: Trade Map

Anexo F. Comercio bilateral entre Perú y Marruecos en 2019 – Todos los productos

Inicio & Búsqueda Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Otras Herramientas Más Mrs. Fiorela Nizama ▼ Español ▼

Producto: TOTAL - Todos los productos ▼ Grupo de productos: Ninguno ▼

Mundo País: Perú ▼ Grupo de países: Ninguno ▼

Socio: Marruecos ▼ Grupo de socios: Ninguno ▼

otros criterios: Exportaciones ▼ Series de tiempo anuales ▼ por producto ▼ Al mismo nivel (2 dígitos) ▼ Valores ▼ Dólar Americano ▼ ▼

Comercio bilateral entre Perú y Marruecos Producto: TOTAL Todos los productos

Unidad: Dólar Americano miles

Tabla

Gráfico

Mapa

Empresas

Licitaciones públicas

Datos IED

Normas voluntarias

Descargar:

Período (número de columnas): 3 por página ▼ líneas por página: Por defecto (25 por página) ▼

SA4	Código del producto	Descripción del producto ↔	Perú exporta hacia Marruecos			Marruecos importa desde el mundo			Perú exporta hacia el mundo ↑		
			Valor en 2017	Valor en 2018	Valor en 2019 ▼	Valor en 2017	Valor en 2018	Valor en 2019	Valor en 2017	Valor en 2018	Valor en 2019
	TOTAL	Todos los productos	7.171	9.388	9.134 ↔	45.083.716	51.253.928	51.096.367 ↔	44.237.949	47.223.269	45.135.222
+	03	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	4.645	5.524	6.128 ↔	164.363	217.937	216.086 ↔	799.753	951.302	1.196.000
+	79	Cinc y sus manufacturas	1.914	2.197	1.957 ↔	41.806	48.326	39.503 ↔	812.100	841.870	786.209
+	08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	0	169	357 ↔	214.418	317.062	335.777 ↔	2.402.216	2.998.243	3.312.930
+	32	Extractos curtientes o tintóreos; taninos y sus derivados; pigmentos y demás materias colorantes; ...	198	111	125 ↔	294.292	314.434	299.170 ↔	168.336	164.725	137.421
+	33	Aceites esenciales y resinoides; preparaciones de perfumería, de tocador o de cosmética	114	37	117 ↔	330.261	357.085	363.717 ↔	92.899	80.430	85.582
+	15	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias ...	0	1.104	107 ↔	630.327	617.501	555.892 ↔	397.669	450.056	495.961
+	27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ...	0	64	99 ↔	7.162.455	8.753.834	7.942.273 ↔	3.514.461	4.184.420	3.117.103
+	10	Cereales	0	0	87 ↔	1.404.299	1.546.425	1.610.110 ↔	145.032	147.581	182.277
+	38	Productos diversos de las industrias químicas	0	11	57 ↔	522.808	541.771	559.997 ↔	46.021	53.817	53.565
+	28	Productos químicos inorgánicos; compuestos inorgánicos u orgánicos de metal precioso, de elementos ...	16	29	41 ↔	756.043	735.457	692.536 ↔	297.696	366.839	364.286

Fuente: Trade Map

Anexo G. Valor de exportación

Inicio & Búsqueda Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Otras Herramientas Más Mrs. Fiorela Nizama Español

Producto: ... 030749 - Sepia "Sepia officinalis, Rossia macrosoma" Grupo de productos: Ninguno

Mundo País: Perú Grupo de países: Ninguno

Socio: Todos Grupo de socios: Ninguno

otros criterios: Exportaciones Series de tiempo anuales por país Datos directos Valores Dólar Americano

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Perú ⁱ

Producto: 030749 Sepia "Sepia officinalis, Rossia macrosoma Sepiola spp." y el calamar "Ommastrephes spp., Loligo ... ⁱ

El código de producto seleccionado arriba ha sido reasignado a partir de la revisión 2012 del SA.

El código de producto seleccionado arriba ha sido reasignado a partir de la revisión 2017 del SA.

[Ver las correspondencias](#)

Unidad: miles Dólar Americano

Tabla

Gráfico

Mapa

Empresas

Datos IED

Datos arancelarios

Normas voluntarias

Descargar:

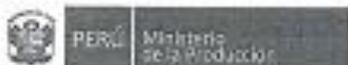
Período (número de columnas): 5 por página líneas por página: Por defecto (25 por página)

1 2 3

Bilateral a 8 dígitos	Importadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019 ^v
	Mundo	196.353	192.957	42.742	26.455	25.648
<input type="checkbox"/>	España	67.265	79.966	17.527	11.077	6.929
<input type="checkbox"/>	Corea República de	20.540	9.922	1.469	2.467	3.653
<input type="checkbox"/>	China	19.091	17.605	4.638	1.946	3.537
<input type="checkbox"/>	Estados Unidos de América	6.536	6.026	1.512	1.594	2.114
<input type="checkbox"/>	Japón	6.636	10.851	3.552	1.768	2.089
<input type="checkbox"/>	Italia	18.234	15.646	2.347	1.398	1.994
<input type="checkbox"/>	Tailandia	23.959	17.254	3.215	1.623	1.718
<input type="checkbox"/>	México	8.170	7.076	1.492	1.077	1.217
<input type="checkbox"/>	Taipei Chino	3.398	3.117	354	532	627
<input type="checkbox"/>	Marruecos	444	739	607	490	415

Fuente: Trade Map

Anexo H. Precio de calamar congelado por kilo, periodo 2014-2018



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

I Oficina General de Evaluación de Impacto y Estudios Económicos

MEMORANDO N° 467 - 2019- PRODUCE/OGEIEE-OEE

A : **NANCY VIOLETA MURGUEYTIO VALDIVIEZO**
Funcionario responsable del acceso a la información

Asunto : Solicitud de acceso a la información pública

Referencia : a) Memorando N° 001433-2019-PRODUCE/FUN.RES.ACC.INF
b) Hoja de Trámite N° 0054887-2019

Asunto : Solicitud de acceso a la información pública

Fecha : San Isidro, 20 de junio del 2019

Tengo el agrado de dirigirme a usted en atención al documento de la referencia a), concerniente al requerimiento de información realizado por el señor Alfredo Palomino Huanca, que mediante documento de la referencia b), solicita información sobre el precio de calamar congelado por kilo, correspondiente al periodo 2014-2018.

Al respecto, se detalla la información solicitada, para la atención correspondiente del interesado y los fines pertinentes.

Precio de calamar congelado: 2014-2018

Año	Soles x Kilo
2014	3.48
2015	4.61
2016	6.14
2017	10.26
2018	12.80

Fuente: Estadística Pesquera Mensual

Acentamento,

RENZO JOSÉ FIGUEROA PALOMINO
Director
Oficina de Estudios Económicos

EL PERÚ PRIMERO