



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

Barreras a la exportación de cacao desde la percepción de los  
agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021

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

**AUTOR:**

Rivera Salas, Olenka Yamilly (ORCID: 0000-0002-1398-3451)

**ASESOR:**

Mgtr. Macha Huamán, Roberto (ORCID: 0000-0002-5361-9910)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

CHICLAYO – PERÚ

2021

## Dedicatoria

A mis padres, que me enseñaron a no rendirme hasta lograr mis objetivos.

A mi esposo que me brindó constantemente su apoyo incondicional y a mis tres hijos quienes son mi fortaleza para mi crecimiento profesional.

A mis hermanos, que me apoyaron y alentaron a seguir adelante.

## Agradecimiento

A Dios por estar presente y guiarme en cada paso de mi vida profesional.

A mi asesor de Tesis Mgtr. Roberto Macha Huamán, por su acompañamiento durante todo este proceso, quien me impartió todos sus conocimientos para lograr la culminación de esta investigación.

A los agricultores de Cacao del distrito de Bellavista por compartir abiertamente todos sus conocimientos, experiencias, opiniones de la situación actual, apoyándome de esta manera con la realización de la presente.

A mi familia por alentarme a culminar mi profesión.

## Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	3
III. METODOLOGÍA	10
3.1. Tipo y diseño de investigación	10
3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización	11
3.3. Escenario de estudio	11
3.4. Participantes	12
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	12
3.6. Procedimiento	13
3.7. Rigor científico	13
3.8. Método de análisis de datos	14
3.9. Aspectos éticos	14
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	14
V. CONCLUSIONES	38
VI. RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS	41
ANEXOS	

## Índice de tablas

Tabla 1: Matriz de categorización.....	11
Tabla 2: Análisis FODA.....	16

## Índice de figuras

Figura 1: Conocimiento de estándares de calidad.....	16
Figura 2: Conocimiento de buenas practicas .....	18
Figura 3: Acceso a la información sobre requisitos del mercado .....	19
Figura 4: Conocimiento sobre los pasos para la exportación .....	20
Figura 5: Conocimiento sobre los beneficios que genera la exportación .....	21
Figura 6: Capacidad de producción.....	22
Figura 7: Capacidad del personal para gestionar labores de exportación .....	23
Figura 8: Financiamiento para el proceso de exportación .....	24
Figura 9: Adaptación a cambios requeridos para la exportación .....	25
Figura 10: Capacidad para exportar .....	26
Figura 11: Adaptación del producto final para el mercado exterior .....	27
Figura 12: Posibilidades de equiparar precios para competir en el extranjero .....	28
Figura 13: Conocimiento sobre la distribución del producto en el mercado exterior .....	29
Figura 14: Conocimiento sobre el plan de marketing para la exportación .....	30
Figura 15: Conocimiento de trámites para la exportación.....	31
Figura 16: Conocimiento sobre las certificaciones en el mercado internacional ...	32
Figura 17: Implicancia de los estándares como barrera a la exportación .....	33
Figura 18: Diferencias socioculturales como barrera para exportar .....	34
Figura 19: Repercusión de la estabilidad económica/político/social .....	35
Figura 20: Intervención de la variación del tipo de cambio .....	36
Figura 21: Condiciones dadas por el estado para promover la exportación .....	37

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo identificar las barreras a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021. La metodología utilizada fue de enfoque cualitativo y diseño fenomenológico. La técnica empleada para la recolección de datos fue la entrevista y el instrumento fue entrevista semiestructurada aplicada a 8 agricultores de cacao del distrito de Bellavista – Jaén. Para la triangulación de coincidencias se utilizó el programa Atlas ti. Los resultados demostraron que las barreras a la exportación de cacao son de información, marketing y procedimiento. Estas barreras restringen la exportación en los agricultores. Se concluye que existen barreras internas tales como información y marketing; asimismo, barreras externas como procedimientos relacionados al proceso de exportación. En tal sentido, se recomienda un análisis de las actividades asociativas para ampliar el conocimiento sobre la exportación de cacao y la forma en que pueden hacer uso de las condiciones que da el estado y los mercados internacionales. Además, para futuras investigaciones se recomienda el estudio sobre las barreras internas.

Palabras clave: Exportación, comercio internacional, libre comercio. (Palabras tomadas de Thesaurus de la Unesco)

## **Abstract**

The objective of this research was to identify the barriers to cocoa export from the perception of farmers in the Bellavista - Jaén district, 2021. The operation used was of a qualitative approach and phenomenological design. The technique used for data collection was the interview and the instrument was a semi-structured interview applied to 8 cocoa farmers from the Bellavista - Jaén district. For the triangulation of coincidences, the Atlas ti program was used. The results showed that the barriers to cocoa export are informational, marketing and procedural. These barriers restrict export by farmers. It is concluded that there are internal barriers such as information and marketing; Also, external barriers such as procedures related to the export process. In this sense, an analysis of the associated activities is recommended to expand knowledge about the export of cocoa and the way in which they can make use of the conditions given by the state and international markets. Furthermore, the study of internal barriers is recommended for future research.

Keywords: Export, international trade, free trade. (Words taken from Unesco's Thesaurus).



## I. INTRODUCCIÓN

Las barreras a la exportación se definen como uno de los más trascendentes cuellos de botella para el desarrollo de las organizaciones, cuya repercusión directa se evidencia en el aumento de costos de producción y dificultades para tener acceso a mercados competitivos, siendo límites que llegan a obstaculizar las transacciones económicas con otros países, además de la certificación y la falta de productividad (Edilcex, 2015).

Se pueden destacar barreras exógenas las cuales se refieren a aspectos externos a la empresa, las cuales repercuten en el desarrollo de la actividad de exportación. Encontramos también barreras culturales, que se manifiestan en el punto inicial del proceso de venta al exterior a causa del desconocimiento existente entre culturas, lengua o idiosincrasia de quienes son los integrantes del mercado objetivo (Berggru et al.2011).

Otro de los factores determinantes son las barreras arancelarias, las mismas que pueden manifestarse a través de lineamientos y procesos en el lugar de llegada. Además, impuestos y otros tributos que afectan de forma directa el producto. También los certificados sanitarios, certificados de calidad y fitosanitarios necesitarías con obligatoriedad para llevar a cabo la importación, cuotas, medidas burocráticas, así como criterios políticos que se utilicen en determinados países a fin de preservar y salvaguardar su industria nacional (Chung, 2003).

En relación a las exportaciones de cacao en el extranjero se conoce que es un producto con gran porcentaje de participación en el mercado, esto por las propiedades y la característica de ser un insumo que propicia industrializar otros productos con un agregado en su valor, al respecto, Armando (2016, p. 39) desde el año 2014 se identifica que un 21.8% de las exportaciones de cacao se han recuperado con un volumen que bordea los 3.3 millones de toneladas, así se genera el aumento de exportaciones en países como Costa de Marfil y Ghana participando en cerca del 59%; por otra parte, la Unión Europea sostuvo una participación de 14% gracias a los aportes principales de Bélgica y Países bajos.

En el 2015 hubo una declinación de las exportaciones a causa de dificultades climáticas en los principales países que exportan. De igual forma, de acuerdo con lo informado por la Fundación para la Inversión y Desarrollo de Exportaciones (FIDE, 2017, p 8), “en la Unión Europea no se siembra el cacao, por tanto, se abastecen de importaciones”, sumado a ello, se considera como un mercado moledor de semillas de cacao.

Por otra parte, en el ámbito peruano, nuestro país es exportador de este insumo, encontrando entre las regiones de mayor producción a Cusco con un 31.1%, Ayacucho en 22.3%, Amazonas 12.6% y Junín 9.9%, entre estos lugares comprenden el 80% de la producción total en Perú de Cacao en grano, además, esta práctica ha generado que se venda en mayores proporciones al exterior, consiguiendo la reducción del sembrío de hoja de coca (Minagri, 2018). Es importante señalar que tanto cooperativas y los grupos productores realizan el 20% total de envíos al exterior en Europa.

Todo lo descrito en los párrafos anteriores permite formular la siguiente interrogante: ¿Cuáles son las barreras a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021?, y los siguientes problemas específicos: 1. ¿Cuáles son las barreras internas para la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021? 2. ¿Cuáles son las barreras externas para la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021?

Este proyecto se justifica en dimensiones, en lo que respecta al ámbito teórico, social y económico permitirá hacer una diferencia entre los diferentes tipos de barreras en la exportación. En relación con la justificación práctica, mostrará sugerencias para hacer frente a dichas barreras a la exportación de cacao. En lo concerniente a la justificación metodológica se evidenciará de manera descriptiva y cualitativa la variable de estudio en el periodo 2020 a 2021.

Ante la propuesta de dichos problemas, se plantea como objetivo general: Identificar las barreras a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021 y como objetivos específicos: 1. Identificar las barreras internas a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021. y 2. Identificar las barreras externas a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021, por tanto, se propone como hipótesis general la existencia de barreras internas y externas a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021.

## **II. MARCO TEÓRICO**

Para la presente investigación se muestra los siguientes antecedentes nacionales e internacionales relacionados al tema de estudio.

Vargas (2018) realizó una investigación con el objetivo de “analizar el comportamiento de la producción y las exportaciones de cacao procedente de Colombia entre el 2007 y el 2016”, para lo cual se comparó la producción de cacao en grano entre Colombia y cada uno de los mayores países productores, identificando que el sector cacaotero tuvo serias dificultades para concretar negociaciones luego de la apertura económica, sentenciándolo a competir en un mercado internacional con precios mucho más bajos y que estos tenían una calidad similar o mejor, concluyendo que esto sirvió para que se llevaran a cabo modificaciones instantáneas en toda la infraestructura del país, especialmente en lugares adecuados para la mejor producción del cacao.

Jordan (2017) desarrolló una investigación con el objetivo de delimitar las barreras a las exportaciones de productos elaborados en el territorio ecuatoriano y su vínculo con el sistema económico globalizado, obteniendo información de entidades estatales como, el instituto de promoción de exportadores e inversiones y otras, cuya conclusión es que los acuerdos negociados del estado ecuatoriano con los diferentes bloques comerciales a nivel mundial permitió que comercialicen

con nuevos mercados nuestros productos tradicionales y petroleros por convenios internacionales y logren alcanzar competitividad en los mercados.

Baena (2016) realizó una investigación con el objetivo de identificar los obstáculos e impuestos a las exportaciones de mercaderías en el derecho de la OMC”, haciendo uso de la observación de causales respecto al objetivo general, recolectando y analizando la información de manera descriptiva, encontrando que el 71.1% considera que si existen barreras a las exportaciones de los productos ecuatorianos en el mercado internacional, concluyendo que la implementación de restricciones no arancelarias suele argumentar a toda una táctica o política comercial por parte de las naciones que disponen de algunos recursos y materias primas clave, para garantizar o asegurar su propio abastecimiento.

Quintero (2015) llevó a cabo una investigación con el objetivo de “estudiar la cadena agroalimentaria del Cacao en el estado venezolano y sus perspectivas, fundamentalmente la producción y comercialización”, haciendo un análisis del escenario internacional del Cacao y la manera en que se relaciona con la situación mundial de los productos básicos, encontrando que los mercados internacionales se caracterizan por volatilidad de los precios en productos agrícolas, concluyendo que generan incertidumbre en los agricultores conduciendo a que se reduzca de manera significativa el interés por incorporarse al ámbito de exportación.

Viera et al. (2020) llevaron a cabo una investigación con el objetivo de “conocer de qué forma se evita el rechazo de las exportaciones de espárrago fresco de la empresa Agroindustrial Talsa S.A a Estados Unidos cumpliendo de manera correcta con las barreras no arancelarias”, de diseño no experimental, transversal y exploratorio recaudando información teórica de las plataformas virtuales, encontrando que las principales barreras no arancelarias son las medidas sanitarias y fitosanitarias. Concluyendo que esto se debe a los múltiples permisos y certificados que se emiten a través de instituciones en Perú y el extranjero.

Laura & Llaque (2019) llevaron a cabo una investigación cualitativa con el objetivo de “investigar cuál es la situación actual de la oferta exportable de la semilla

de cacao de la provincia de Leoncio Prado hacia la comunidad Europea”, a través de una entrevista estructurada aplicada a especialistas, empresas exportadoras y productores de Cacao, encontrando que los elementos claves que afectan la oferta exportable de cacao son la falta de inversión, la contratación de personal no calificado para cada área requerida y la poca información y/o desinterés por parte de los agricultores de cacao, concluyendo que estos aspectos limitan las posibilidades de llevar a cabo la actividad.

Mendoza y Quispe (2017) desarrollaron una investigación con el objetivo de “determinar qué relación existe entre las delimitaciones de la venta al exterior y el desarrollo del marketing en las empresas peruanas exportadoras de quinua”, para lo cual realizó un muestreo aleatorio obteniendo 52 empresas de cinco regiones del Perú, encontrando que las delimitantes a exportación tienen una relación negativa con la implementación del marketing en empresas peruanas exportadoras de quinua, concluyendo que para obtener el éxito en la internacionalización de una empresa es importante la formulación e implementación eficaz de las estrategias de marketing de exportación.

Jacinto (2016) desarrolló un estudio con la finalidad de estudiar las barreras a las exportaciones obtenidas por los artesanos de la Campiña de Moche, de tipo de investigación descriptiva de diseño no experimental, en una muestra constituida por 60 artesanos y 2 representantes de asociaciones, encontrando que las barreras a la exportación de artesanía son la carencia de conocimiento del procedimiento para exportaciones de ese tipo, desconocimiento de demanda de las artesanías nacionales en el exterior, escaso manejo respecto a las tecnologías de las telecomunicaciones para estar informado y contactado con potenciales clientes de otros países, por lo cual se concluye que cuentan con el conocimiento sobre la elaboración y producción sin embargo carecen de la capacidad para gestionar un posicionamiento y ventas de sus productos en mercados internacionales.

Flores (2016) desarrolló una investigación con el objetivo de “proponer como factor de asociación el Desarrollo de Proveedores para mejorar el nivel de competencia en cultivadores pertenecientes a la Provincia de Tocache a fin de

poder plantear estrategias que promuevan la actividad exportadora de pasta de cacao”, de tipo descriptiva y explicativa encontrando que es viable la implementación de dicho modelo pues los agricultores tienen disponibilidad para exportar por medio de esta manera de asociación de productores, lo que les posibilite mejorar y aumentar sus ingresos, además se demostró que el trabajo comunitario como tradición contribuye la asociatividad, concluyendo que la razón por la cual gran parte de agricultores no tiene interés de pertenecer a una cooperativa se encuentra vinculado de manera directa con la desconfianza respecto a la capacidad de gestión de las cooperativas.

### **Teorías de barreras a la exportación**

Se considera barrera a la exportación a todo aquel impedimento o limitante tangible o intangible que hacen difícil el comienzo, proceso o mantenimiento de actividades comercializadoras entre mercados de diferentes países (Leonidou, 2004).

De acuerdo con lo descrito por Leonidou (2004) las barreras a la exportación se pueden determinar en barreras internas y barreras externas, siendo la clasificación seleccionada para el desarrollo de esta investigación.

### **Barreras Internas**

Leonidou (2004) realizó una clasificación de obstáculos internos a fin de poder llevar a cabo la ubicación, análisis y reconocimiento de oportunidades de negocio en mercados internacionales, comprendiendo cuáles son los hábitos y el aspecto actitudinal del mercado consumidor en el extranjero, considerando la habilidad para entablar contacto con clientes, de igual forma, las dificultades para encontrar información sobre mercados extranjeros para enfrentar de manera adecuada la actividad exportadora; resulta relevante indicar cuán importante es la capacidad de producción de cada organización para exportar, tanto como la ausencia de mano de obra y medios económicos para cubrir los gastos logísticos y para entablar negocios con el exterior, se encuentran vinculados a los escasos recursos y habilidades organizacionales.

Información: Hace referencia al conocimiento con que cuenta la organización y la capacidad para acceder a diferentes fuentes informativas trascendentes y de calidad verificada con el objetivo de reconocer con qué mercados internacionales se cuenta y establecer contacto con los clientes potenciales.

Funcional: En este punto se consigue identificar a aquellas empresas que presentan aspectos poco eficientes en diferentes funciones tales como producción, el sector de finanzas, capital humano o en los mismos procesos de exportación, esto implica que tienen dificultades para producir en función a la demanda del exterior impidiendo que los productos sean entregados al mercado extranjero de manera satisfactoria tanto a nivel logístico como tecnológico, sumado a la escasa capacitación en exportación con la que cuentan los agricultores, así como la deficiencia numérica en cuanto a colaboradores calificados y que se adapten a nuevas condiciones de trabajo, lo que representa un escaso capital laboral para el financiamiento de la exportación.

Marketing: Se encuentra vinculado con varios elementos, los cuales se pueden dividir tal y como se describen a continuación:

- Producto, va a determinar si las organizaciones tienen un producto que es idóneo para la exportación, el aspecto del diseño, la calidad y la forma de etiquetado;

- Precio, el cual va a determinar si puede competir en comparación con los precios que se manejan en los países de destino;

- Distribución, va a determinar si la dificultad y el aspecto económico pueden afectar que se acceda a canales distribuidores en los mercados extranjeros;

- Logística, encargada de establecer si aspectos relacionados con el abastecimiento, lugares de almacenamiento de productos extranjeros y los precios altos que implica la movilización, se pueden considerar como barreras por las organizaciones;

- Promoción, indica si para las organizaciones resulta complejo flexibilizar determinadas actividades de promoción en los mercados de los países de destino.

## **Barreras externas**

Estas barreras se encuentran conformadas por aquellas situaciones que escapan de la responsabilidad de la organización pero que pueden encontrarse formas de adaptarse, dichas barreras se suelen dar desde el campo de la cultura, la economía, la competencia, aspectos legales y logística, considerando en todo momento las preferencias del mercado consumidor, las divergencias lingüísticas, las reglas en las que compiten los mercados exteriores, las normativas internacionales, los cambios vinculados a la moneda, la repercusión de la tasa de cambio y las implicancias de distribución en los países de destino (Leonidou, 2004).

De Procedimiento: establece si las complejidades en aspectos relacionados a la comunicación como en cobros grandes se consideran como una barrera que afecta la actividad exportadora de las organizaciones.

Gubernamental: se refiere a la consideración para las organizaciones respecto al apoyo o contribución que emite el estado hacia ellas, además de normativas que favorezcan el proceso de exportación.

Tarea (Por objetivos): establece si la forma de comunicar, lineamientos y costos del mercado internacional hace más compleja la exportación; abarca también, la consideración que tienen los productores respecto a la competencia existente en los mercados de destino.

De acuerdo con el entorno se vincula con los siguientes elementos: (1) Ambiente Económico, involucra aspectos como la relevancia de cómo se encuentra posicionada en el mercado de origen la moneda, las diversas oscilaciones en el tipo de cambio, así como la tasa de inflación e interés. (2) Ambiente Política-legal, implica desconocer las normas y aspectos reguladores en los mercados de destino, tener conocimiento sobre lo que se solicita, la poca estabilidad política a nivel internacional. (3) Ambiente Sociocultural, abarca la poca o nula coincidencia de



idiosincrasia, las diferentes actitudes, posturas en torno a temas influyentes como la religión, idioma, etc.

Todos estos factores de manera independiente podrían mostrar una mejor solución, sin embargo, al presentarse de manera simultánea resultan más complejos y en ocasiones, hasta engorrosos de dar solución por las organizaciones.

Una de las causas que obstaculiza la posibilidad de realizar negocios exportadores en países que se encuentran en vías de desarrollo es la autopercepción de su organización y las propias características psicológicas, estas barreras pueden ser internas o externas y cualquiera sea su origen ponen en obligación o disuasión a los gerentes al momento de decidir si se concreta el proceso de exportación, estas agregan una fuerte competencia entre mercados extranjeros, disminuyendo el precio en el exterior así como aspectos limitantes para exportar por tanto, dada la situación y existencia de dichas barreras, los encargados de las gerencias en empresas pertenecientes a naciones que se encuentran en vías de desarrollo, suelen ser resistentes a involucrarse en este tipo de comercio (Awan, 2011).

Las barreras a la exportación se definen como el conjunto de situaciones que impiden de manera totalitaria a la actividad exportadora, alejando la inquietud de organizaciones por dar inicio, llevar a cabo y mantener el comercio con mercados internaciones; si bien existen diversa teorías que hablan respecto a este tema, la mayoría coinciden que son dos los tipos más evidentes de barreras, una de ellas son las internas que implican aspectos netamente de la organización relacionados con la escasez de recursos y formas de marketing al momento de llevar a cabo la exportación; las segundas son las externas, las cuales exceden la responsabilidad e influencia de la organización como tanto, sin embargo, son factibles de cubrir o sobrellevar (Arteaga et al., 2014).

## **Marco conceptual**

Según Cely (2017) se denomina barrera a cualquier limitación tanto en actitud, forma, operatividad u otra que impida o haga más compleja la intención de una organización a entablar vínculos comerciales a nivel internacional.

Las barreras internas son todas aquellas manifestaciones, capacidades o situaciones dentro de la organización que limitan la posibilidad de exportar (Cely, 2017).

De acuerdo con Cely (2017) las barreras externas vienen a ser “todas aquellas circunstancias, normativas o procedimientos que escapan de las manos de los agricultores y que limitan la posibilidad de exportar”.

Cáceres (2013) refiere que la exportación es una tarea vinculada a la economía que implica vender algún bien o servicio fuera de los límites territoriales, generando divisas y al mismo tiempo da a conocer las características de un producto en diferentes países.

De acuerdo a lo descrito por Lara & Ocampo (2002) percepción es “toda experiencia individual que se origina al cumplir o no con lo que la persona espera en torno a una situación específica.

## **III.METODOLOGÍA**

### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

La presente investigación fue de enfoque cualitativo debido a que está orientado a entender las singularidades analizándolas desde la postura de los participantes dentro de su propio entorno asociándose con el contenido (Hernández et al., 2018).

En cuanto al tipo, es aplicada debido a que intenta dar solución a una determinada situación, centrándose en la búsqueda y consolidación del conocimiento (Hernández, et al., 2018).

Respecto al diseño es fenomenológico se fundamenta en la teoría de Husserl & Heidegger (1968) ya que conlleva a conocer parte de la vida de los participantes, así como su propio mundo vinculándolo con el fenómeno en estudio.

### 3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización

**Tabla 1**

*Matriz de categorización*

<b>Categoría</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Criterios</b>
Barreras a la exportación	Barreras internas	Información (Leonidou, 2004)
		Funcional (Leonidou, 2004)
		Marketing (Leonidou, 2004)
	Barreras externas	Procedimiento (Leonidou, 2004)
		Tarea (Leonidou, 2004)
		Entorno (Leonidou, 2004)
		Gubernamental (Leonidou, 2004)

*Fuente:* (Leonidou, 2004)

### 3.3. Escenario de estudio

La exportación es una posibilidad para ampliar el alcance de producción, sin embargo, no es tarea fácil para los agricultores que carecen de conocimientos informativos, funcionales y técnicos sobre el proceso en mención, más aun, la crisis sanitaria por Covid-19 ha afectado a nivel económico, golpeando en áreas financieras siendo una limitante más para alcanzar mercados extranjeros, considerando este contexto y el reto que significa, se decidió hacer un análisis de este escenario debilitado de los agricultores de cacao del distrito de Bellavista, Jaén.

### **3.4. Participantes**

Fueron un total de 45 agricultores de cacao del distrito de Bellavista – Jaén, a través de un muestro no probabilístico por conveniencia, definido por Hernández et al. (2018) como “un tipo de muestreo que sigue criterios del investigador para determinar a los participantes del estudio”, por tanto, se obtuvo un total de 08 agricultores de cacao del distrito de Bellavista – Jaén.

Para la selección de participantes se tuvo como criterios de inclusión por ser personas que conocen el tema de investigación, además que son productores de cacao, sus cosechas las venden el producto a cooperativas y poseen un aproximado de 2 hectáreas de cacao. En los criterios de exclusión aquellos productores que tienen poco sembrío y lo usan exclusivamente para su consumo.

### **3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Se utilizó como técnica la entrevista, la cual se emplea con mayor frecuencia en estudios de tipo cualitativo, puesto que aportan a la recolección de información a nivel oral, escrita; es la interacción oral entre investigador y participantes, la cual surge desde un objeto explícito opuesto al simple hecho de entablar una conversación (Hernández et al., 2014).

Como instrumento se utilizó una guía de entrevista, definida como un documento que incorpora temas, interrogantes propuestas y aspectos a analizar en una entrevista (Hernández et al.2014) la cual ha sido elaborada por la autora del estudio, considerando la operacionalización de la variable para proponer ítems que permitan la obtención de datos relevantes para la investigación, dicho instrumento obtuvo validez de contenido mediante el criterio de jueces, quienes realizaron observaciones y sugerencias de acuerdo a la experiencia sobre el tema, el ámbito de Aplicación: Agricultores de cacao del distrito de Bellavista – Jaén, y la forma de administración es individual.

### **3.6. Procedimiento**

El escenario es un proceso cualitativo que se basa en un grupo de personas, eventos, sucesos, etc., del cual se recoge información representativa de los participantes a investigar (Hernández et al., 2014) el procedimiento para el proceso de recolección de información tuvo como inicio el permiso en la organización haciendo mención a los participantes de los objetivos del estudio además del llenado del consentimiento informado como verificación de su voluntaria e informada participación.

Se desarrollaron las entrevistas obteniendo la información cualitativa para cada una de las interrogantes, para su posterior sistematización y unificación de acuerdo a las sub categorías e indicadores identificados, permitiendo conseguir cuadros que muestren los hallazgos más relevantes en función de cada uno de los objetivos.

### **3.7. Rigor científico**

Se fundamentó en la habilidad para hacer uso de la información, las reglas, los procesos y las políticas de forma precisa, con la finalidad de obtener la calidad que se requiere, cumpliendo con el método científico que es característico y necesario para una investigación de enfoque cualitativo. Se realizó en cumplimiento del rigor académico citando cada una de las fuentes e investigaciones consideradas, halladas en estudios académicos, además de incluir la información más relevante a fin de encontrar la sostenibilidad del trabajo en su totalidad, además de contar con credibilidad mediante la validez del instrumento la cual se realizó por el criterio de jueces, por último se considera la confirmabilidad, manteniendo el registro y documentación completa de las decisiones e ideas vertidas a lo largo de la investigación (Guba & Lincoln, 1981).

### **3.8. Método de análisis de datos**

Para esta investigación se utilizó el software Atlas.ti para el análisis interpretativo de textos para cada entrevista, triangulando la información al obtener la información desde actores de diferentes áreas de la organización, posteriormente dicho contenido fue transcrito de forma textual para finalmente agruparlo de acuerdo a las sub categorías e indicadores.

### **3.9. Aspectos éticos**

Según la resolución del consejo universitario N 0262 de la Universidad César Vallejo, para llevar a cabo investigación científica existen un conjunto de normas que se encargan de regular las buenas prácticas asegurando de esta manera la promoción de los aspectos éticos y garantizando así, el bienestar y autonomía de los participantes de los estudios, además de la responsabilidad y honestidad de la investigadora en el procesamiento y manipulación de información, al elaborar e interpretar el informe final de investigación y publicación de resultados.

De esta manera, los participantes no fueron expuestos a ningún riesgo al igual que la información que brindaron no los comprometerá en ninguna situación que pueda generarles perjuicio, además, toda participación se dio de forma voluntaria, para ello, firmaron un consentimiento informado donde dan fe que se les ha explicado las intenciones de la investigación y confirmaron su participación libre; finalmente, cada dato conseguido es guardado y utilizado de manera anónima.

## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Después de haber realizado la guía de entrevista a ocho agricultores de cacao; con el objetivo general de identificar las barreras a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021, los cuales fueron elegidos por tener conocimiento y experiencia sobre el tema, una vez culminadas las entrevistas se procesaron las respuestas en una plantilla de Excel donde se identificaron las coincidencias para cada una de las preguntas, para luego

llevar a cabo la triangulación de la información mediante el software estadístico Atlas.ti.

Respecto al objetivo específico 1: identificar las barreras internas a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021, por lo cual se consideran las sub categorías y criterios que conllevaron a la elaboración de preguntas correspondientes.

Respecto al objetivo específico 2: identificar las barreras externas a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021, por lo cual se consideran las sub categorías y criterios que orientaron la elaboración de preguntas pertinentes.

**Tabla 2***Análisis FODA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<p>Conocer las buenas prácticas del proceso productivo de Cacao</p> <p>Personal calificado.</p> <p>Adaptación a cambios en el mercado.</p>	<p>Desconocer los procedimientos del proceso de exportación.</p> <p>No tener acceso a la información de los requisitos de calidad de los mercados de destino.</p> <p>No tener la capacidad productiva para atender la demanda extranjera.</p> <p>No contar con financiamiento necesario.</p>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<p>Producto solicitado a nivel internacional.</p> <p>Alta demanda.</p>	<p>Pocas oportunidades por parte del estado.</p> <p>Variación del tipo de cambio monetario.</p> <p>Inestabilidad internacional.</p>

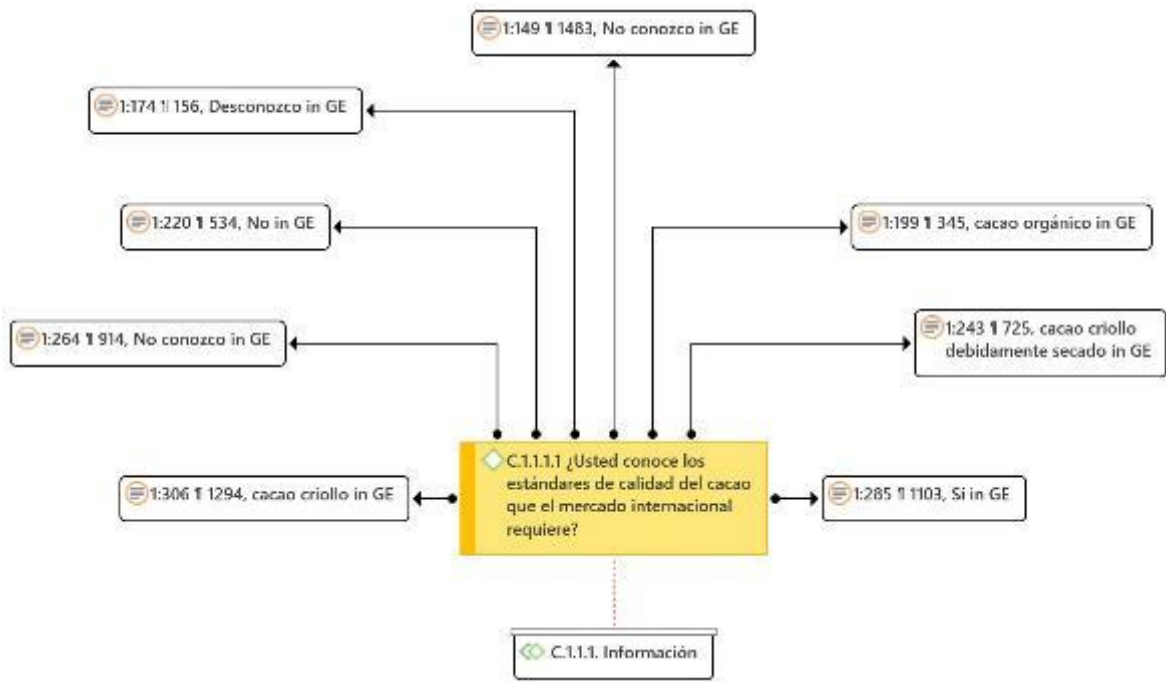
*Nota:* Elaboración propia

Se observa en la tabla 2 el análisis FODA identificado en las respuestas dadas por los agricultores, identificando que pese a conocer las prácticas del proceso productivo del Cacao, contar con personal calificado y dispuesto a adaptarse a los cambios de mercado, las pocas oportunidades que brinda el estado, la variación del tipo de cambio monetario y la inestabilidad internacional limita la realización de esta actividad. Por otra parte, existe alta demanda a nivel internacional, que no puede ser cubierta por no tener conocimiento de cuáles son los procedimientos, no contar con la capacidad suficiente y carecer del financiamiento necesario para los gastos que implica la actividad exportadora.



**Figura 1**

*Conocimiento de estándares de calidad*

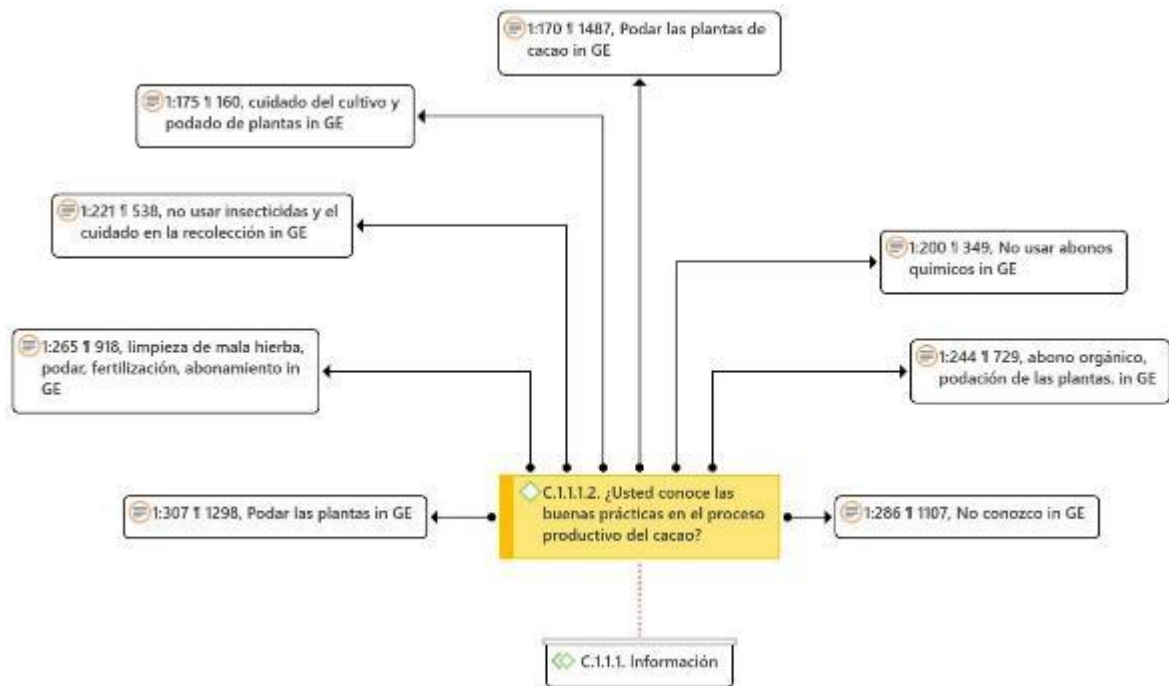


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio información.

En la figura 1 se muestran los resultados obtenidos de acuerdo a la pregunta 1 ¿Usted conoce los estándares de calidad del cacao que el mercado internacional requiere? Los agricultores coincidieron en que desconocen los estándares de calidad del cacao que el mercado internacional requiere. Estos resultados concuerdan con la investigación realizada por Vargas (2018) quien identificó que el no conocer la calidad que se maneja en el mercado internacional podría generar una dificultad para exportar y de llevarlo a cabo, dificultaría su nivel de competitividad.

**Figura 2**

*Conocimiento de buenas prácticas*

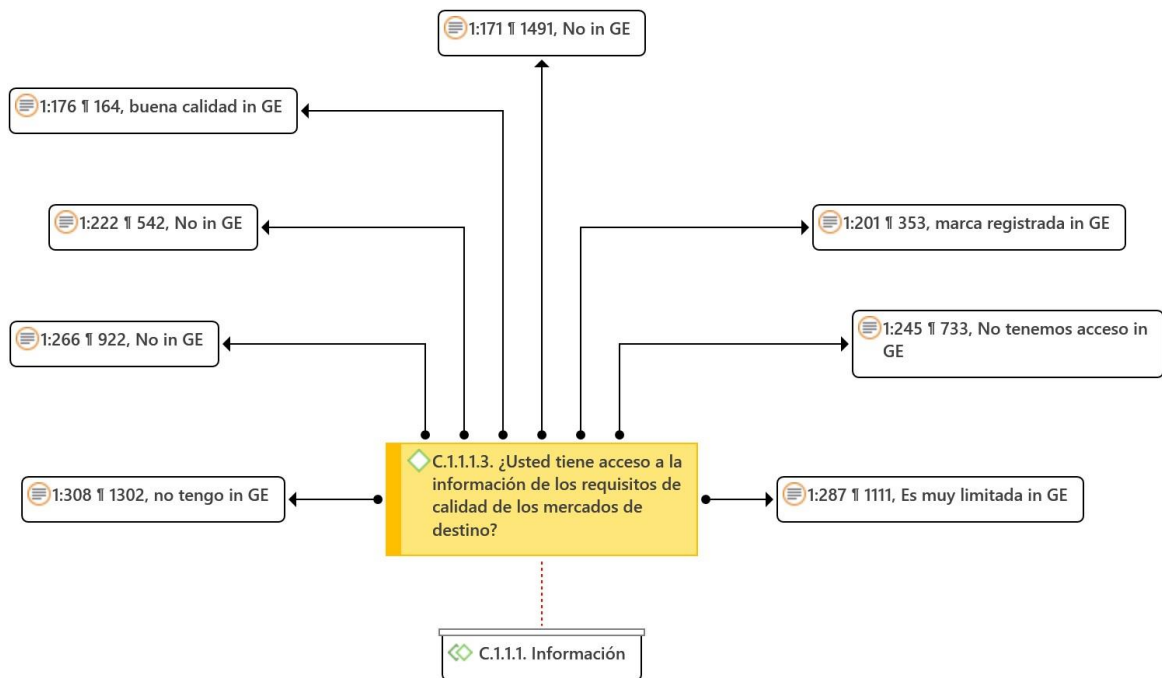


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio información.

En la figura 2 se muestran los resultados obtenidos de acuerdo a la pregunta 2 ¿Usted conoce las buenas prácticas en el proceso productivo del cacao?, los agricultores coincidieron en mencionar que el cuidado de las plantas con abono orgánico y el podado de las mismas son considerados buenas prácticas. Lo cual se relaciona con la investigación de Laura y Llaque (2019) quienes manifestaron que el desinterés por parte de los agricultores de cacao es una limitante ante la posibilidad de realizar la actividad exportadora.

### Figura 3

#### Acceso a la información sobre requisitos del mercado

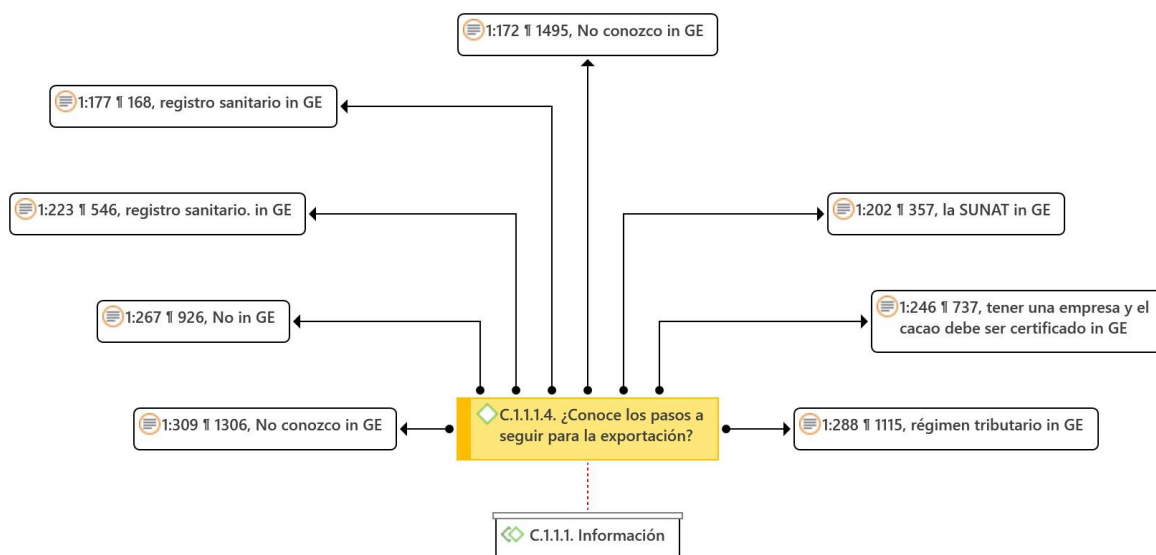


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio información.

En la figura 3 se muestran los resultados obtenidos de acuerdo a la pregunta 3 ¿Usted tiene acceso a la información de los requisitos de calidad de los mercados de destino?, los agricultores coincidieron en que desconocen cuáles son los requisitos de calidad por no contar con el acceso necesario a esta información. Esto se relaciona con el resultado hallado en la investigación de Laura y Llaque (2019) quienes identificaron que la poca información que conocen los agricultores de cacao limita las posibilidades de poder colocar sus productos en mercados internacionales.

## Figura 4

### Conocimiento sobre los pasos para la exportación

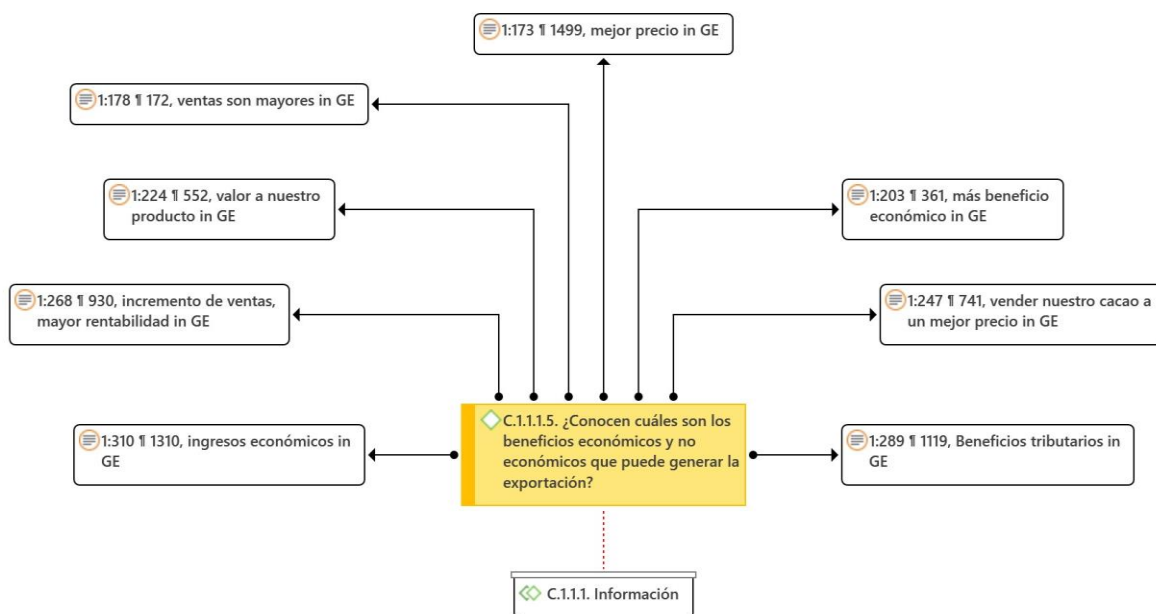


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio información.

En la figura 4 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 4 ¿Conoce los pasos a seguir para la exportación?, los agricultores coincidieron en que se debe contar con registro sanitario y estar vinculado a un régimen tributario. Esto se relaciona con lo encontrado en la investigación de Jacinto (2016) quien refiere que la carencia de conocimiento del procedimiento para una exportación es una de las barreras principales para la exportación.

**Figura 5**

*Conocimiento sobre los beneficios que genera la exportación*

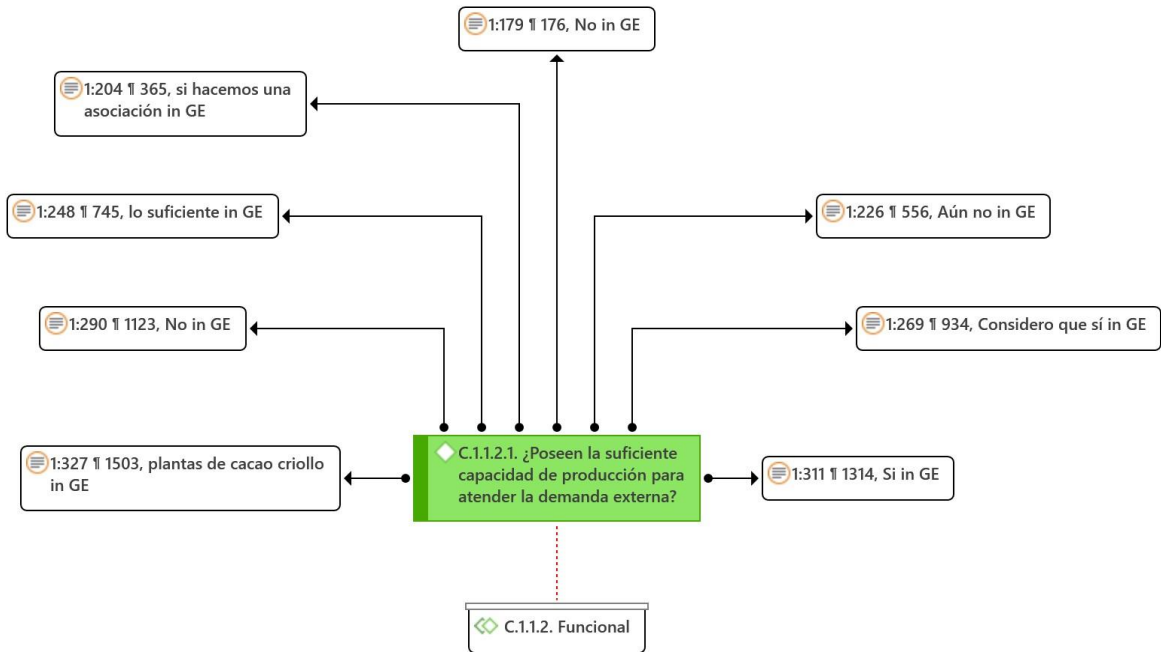


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio información.

En la figura 5 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 5 ¿Conocen cuáles son los beneficios económicos y no económicos que puede generar la exportación?, los agricultores coincidieron en que la exportación contribuye a un mayor ingreso económico relacionado con el aumento de ventas. Resultado que guarda relación con la investigación de Flores (2016) quien manifiesta que los agricultores reconocen en la exportación un medio que posibilita una mejora y aumento de ingresos.

**Figura 6**

*Capacidad de producción*

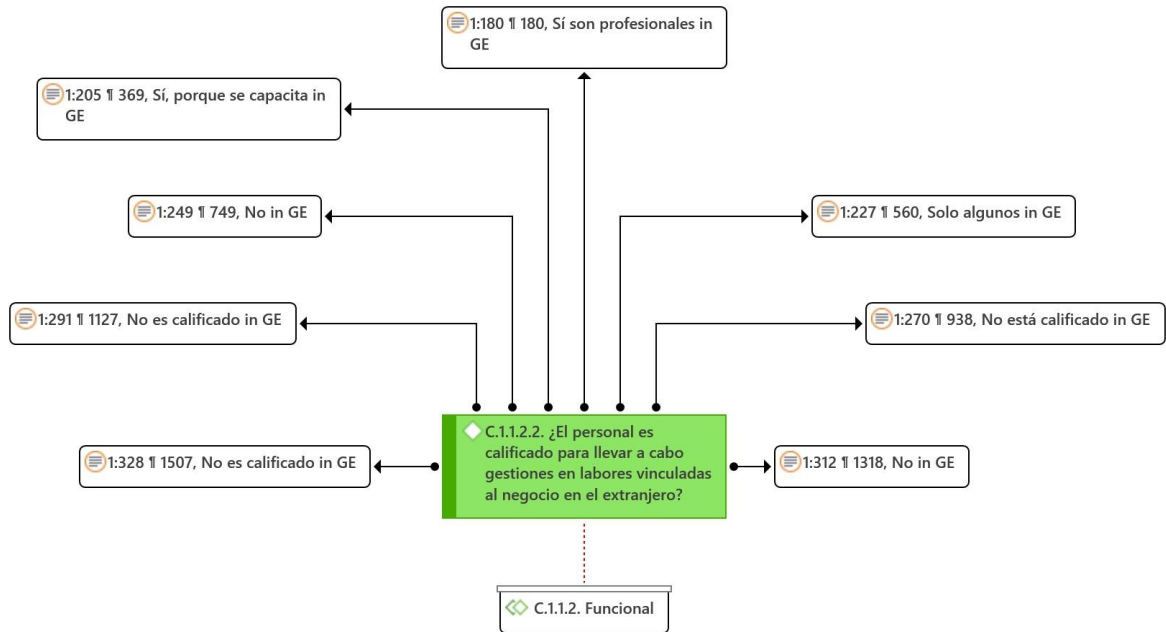


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio funcional.

En la figura 6 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 6 ¿Poseen la suficiente capacidad de producción para atender la demanda externa?, los agricultores coincidieron que sí cuentan con la capacidad requerida, aunque consideraron necesario formar parte de una asociación. Resultado que se vincula con la investigación de Jacinto (2016) quien manifestó que desconocer los niveles de demanda de los productos en el mercado extranjero se considera una de las más significativas barreras para la exportación.

**Figura 7**

*Capacidad del personal para gestionar labores de exportación*

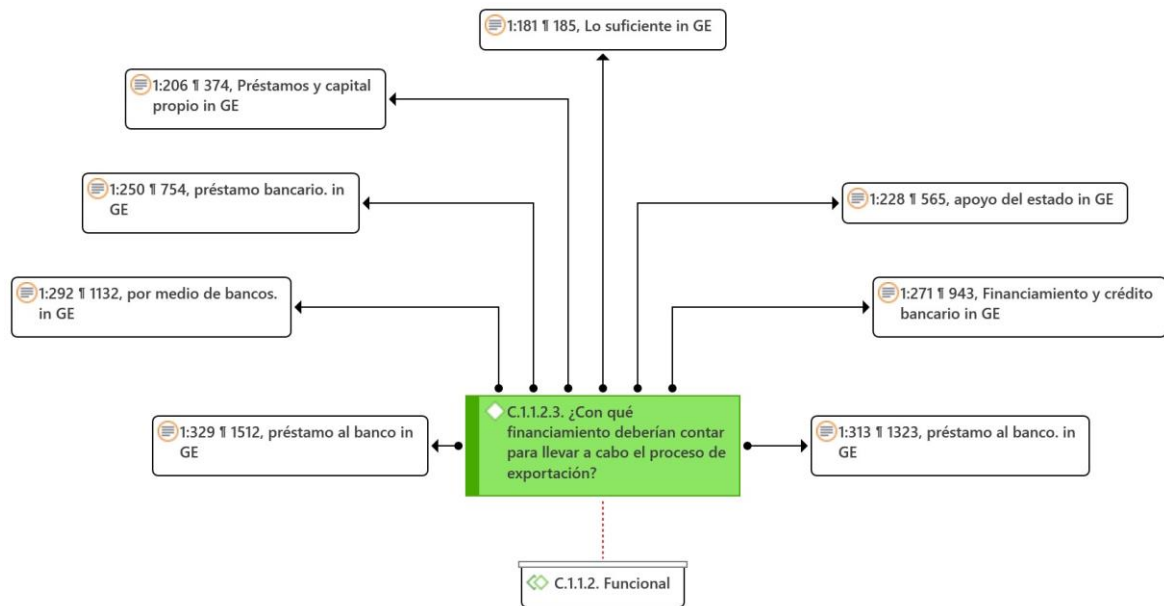


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio funcional.

En la figura 7 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 7 ¿El personal es calificado para llevar a cabo gestiones en labores vinculadas al negocio en el extranjero?, los agricultores coincidieron en que no cuentan con la capacitación necesaria para gestionar labores relacionadas a los negocios en el exterior. Este resultado se asocia con lo encontrado en la investigación de Laura y Llaque (2019) donde concluyen que el personal no calificado en la producción de cacao representa limitaciones al llevar a cabo la actividad exportadora.

**Figura 8**

*Financiamiento para el proceso de exportación*



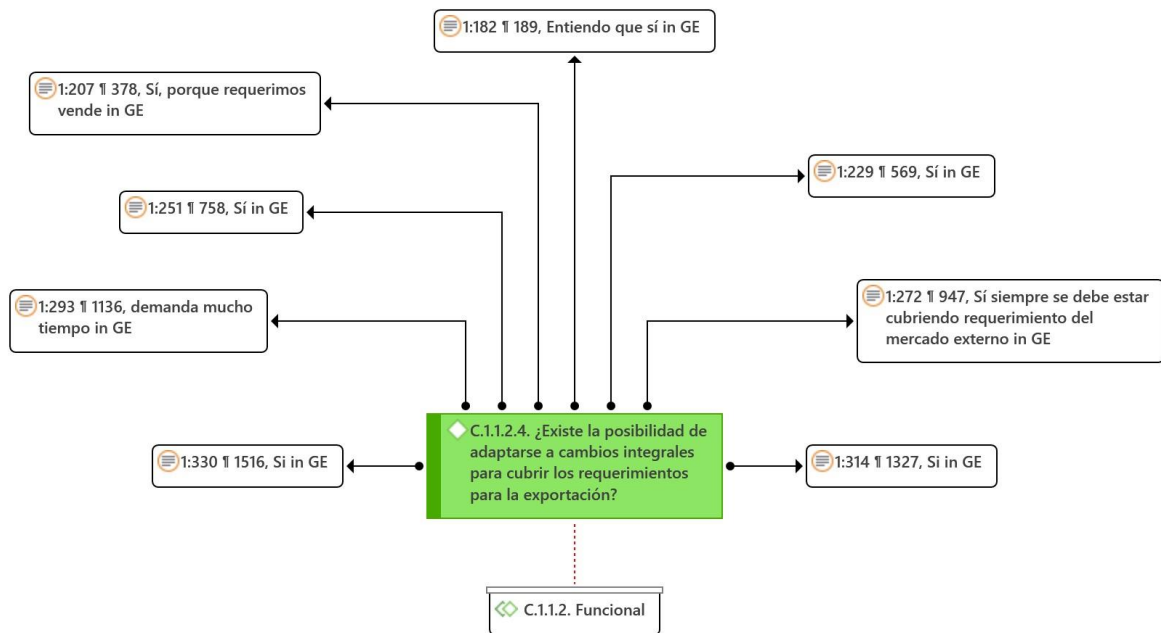
*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio funcional.

En la figura 8 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 8, ¿Con qué financiamiento deberían contar para llevar a cabo el proceso de exportación?, los agricultores coincidieron en que requerirían de algún préstamo bancario para poder desarrollar el proceso de exportación. Resultado similar a lo que se describe en la investigación realizada por Laura y Llaque (2019) que uno de los elementos claves que afectan la oferta exportable de cacao es la falta de inversión.



**Figura 9**

*Adaptación a cambios requeridos para la exportación*

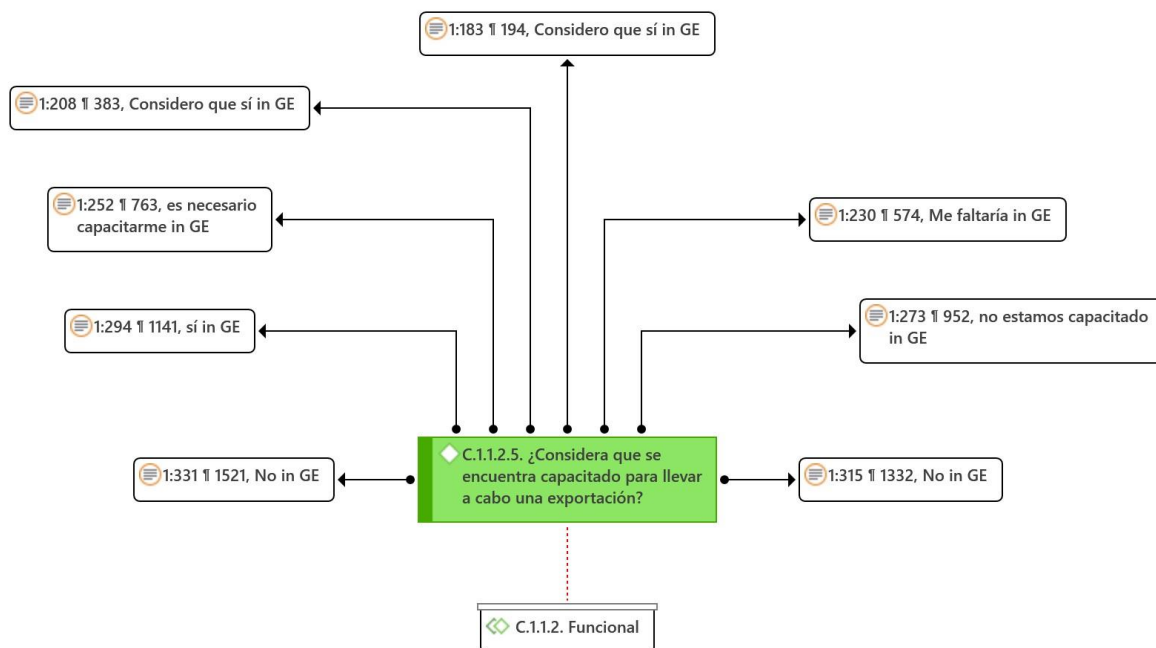


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio funcional.

En la figura 9 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 9 ¿Existe la posibilidad de adaptarse a cambios integrales para cubrir los requerimientos para la exportación?, los agricultores coincidieron en que sí es posible realizar una adaptación a determinadas modificaciones necesarias para llevar a cabo el proceso de exportación. Resultado que se asemeja a lo hallado por Vargas (2018) quien menciona que las dificultades halladas en el proceso de exportación llevaron a cabo modificaciones instantáneas en toda la infraestructura del país, especialmente en zonas adecuadas para una mejor producción del Cacao, generando así una adaptación a esta nueva estructura.

**Figura 10**

*Capacidad para exportar*

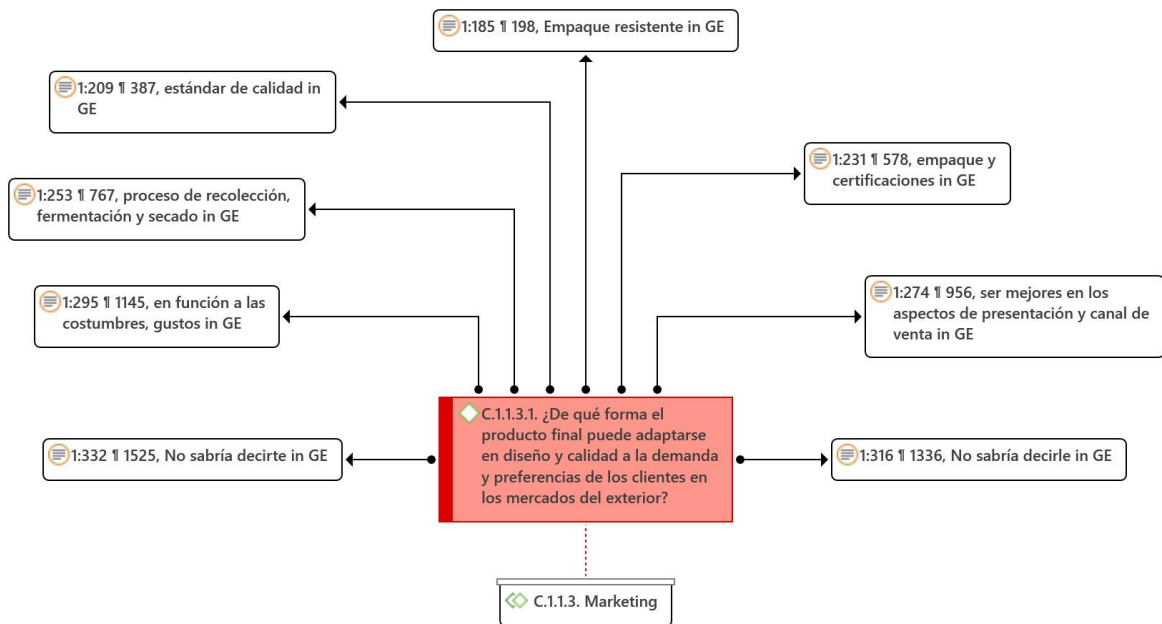


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio funcional.

En la figura 10 se muestra los resultados obtenidos de la pregunta 10 ¿Considera que se encuentra capacitado para llevar a cabo una exportación?, los agricultores coincidieron en que no están capacitados calificándose como no aptos para llevar a cabo el proceso de exportación. Resultado similar se halla en la investigación realizada por Flores (2016) quien describe que la asociatividad es una manera de poder llevar a cabo la actividad exportadora pudiendo, de esta forma, tener mayor capacitación sobre el tema en diversos ámbitos, uno de ellos, la capacitación.

**Figura 11**

*Adaptación del producto final para el mercado exterior*

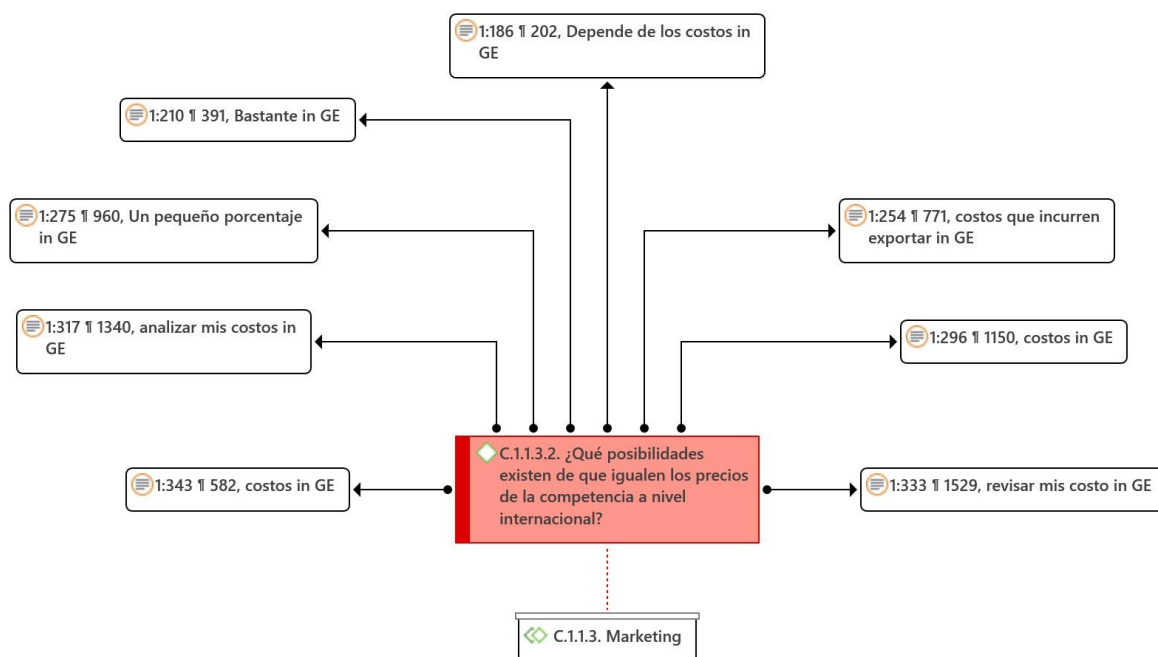


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio marketing.

En la figura 11 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 11 ¿De qué forma el producto final puede adaptarse en diseño y calidad a la demanda y preferencias de los clientes en los mercados del exterior?, los agricultores manifestaron respuestas divergentes que van desde mejorar los procesos de recolección hasta optimizar el empaque y contar con certificaciones. Resultado que se relaciona con la investigación desarrollada por Mendoza y Quispe (2017) quienes refirieron la importancia de formular y desarrollar estrategias de marketing, que permitan tener un conocimiento mayor de las necesidades de los mercados externos, tales como el diseño, calidad y preferencias de potenciales clientes.

**Figura 12**

*Posibilidades de igualar precios para competir en el extranjero*

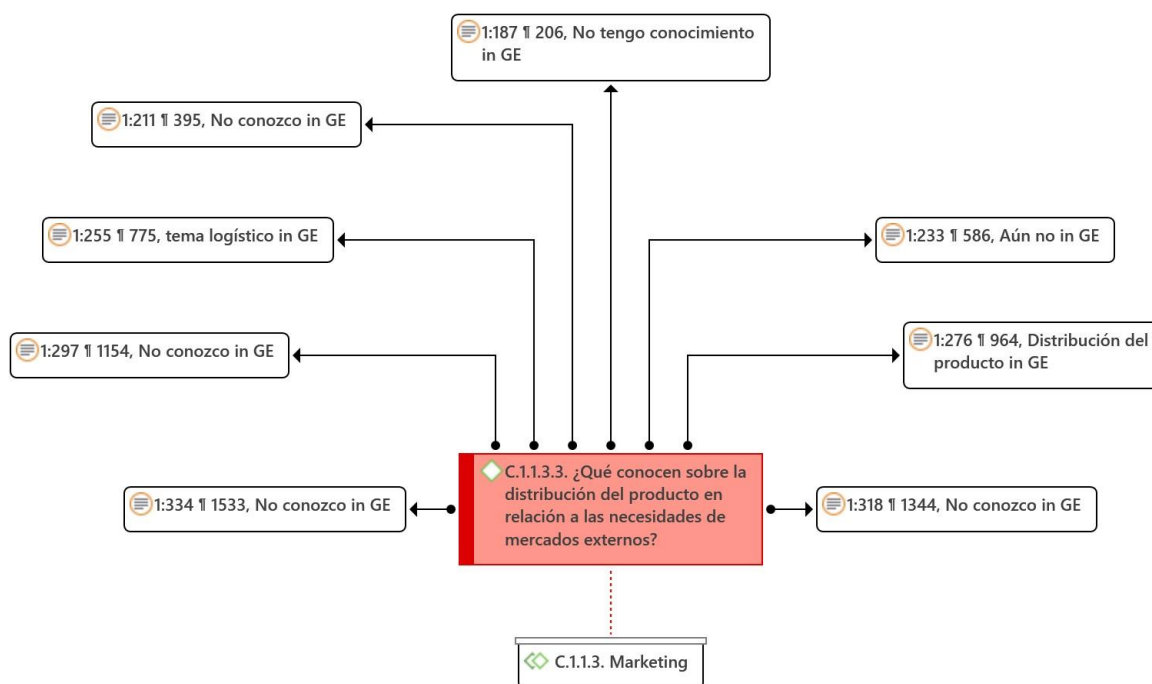


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio marketing.

En la figura 12 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 12, ¿Qué posibilidades existen de que igualen los precios de la competencia a nivel internacional?, los agricultores coincidieron en que un aspecto determinante para tomar una decisión al respecto es el factor económico como inversión, por lo cual las posibilidades no son tan concretas. Resultado relacionado con las evidencias encontradas por Vargas (2018) quien identificó que el sector cacaotero tuvo serias complicaciones para concretar favorablemente la exportación llegando a competir en un mercado con precios menores a los que ellos ofrecían y que dichos productos contaban con una calidad similar o mejor.

**Figura 13**

*Conocimiento sobre la distribución del producto en el mercado exterior*

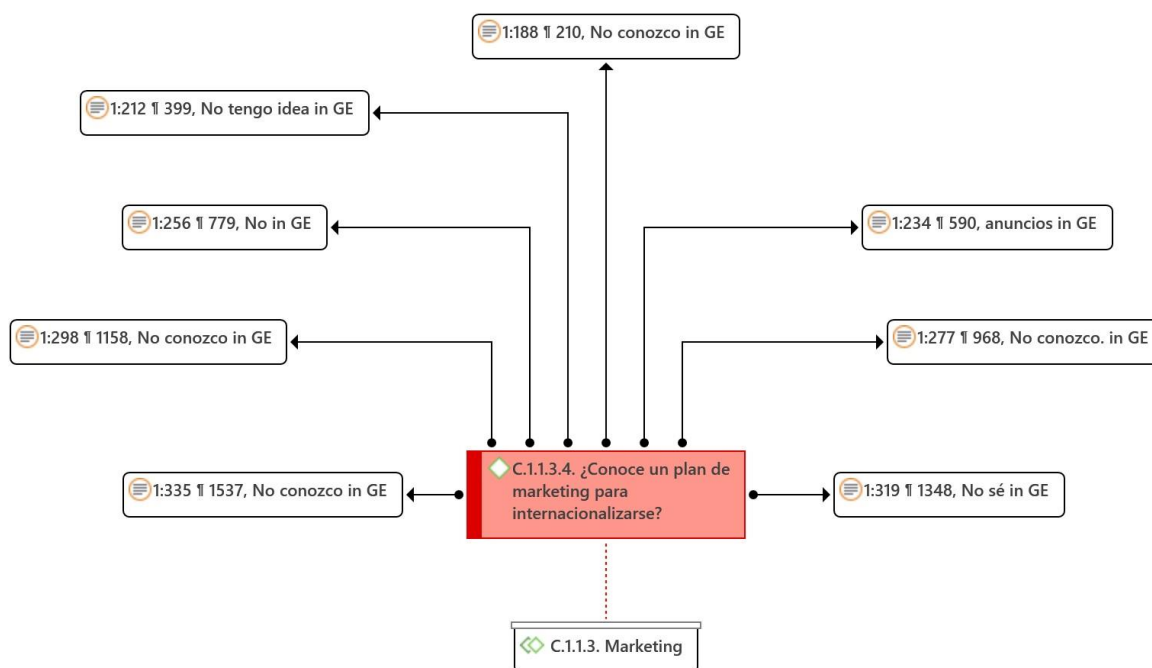


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio marketing.

En la figura 13 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 13 ¿Qué conocen sobre la distribución del producto en relación a las necesidades de mercados externos?, los agricultores coincidieron en que no tienen conocimiento sobre la distribución del producto en mercados internacionales. Resultado asociado con lo hallado por Mendoza y Quispe (2017) pues refieren que no formular estrategias de marketing perjudica el éxito en la internacionalización de una empresa, por lo cual es relevante tener conocimiento respecto a las necesidades del país o países de destino.

**Figura 14**

*Conocimiento sobre el plan de marketing para la exportación*

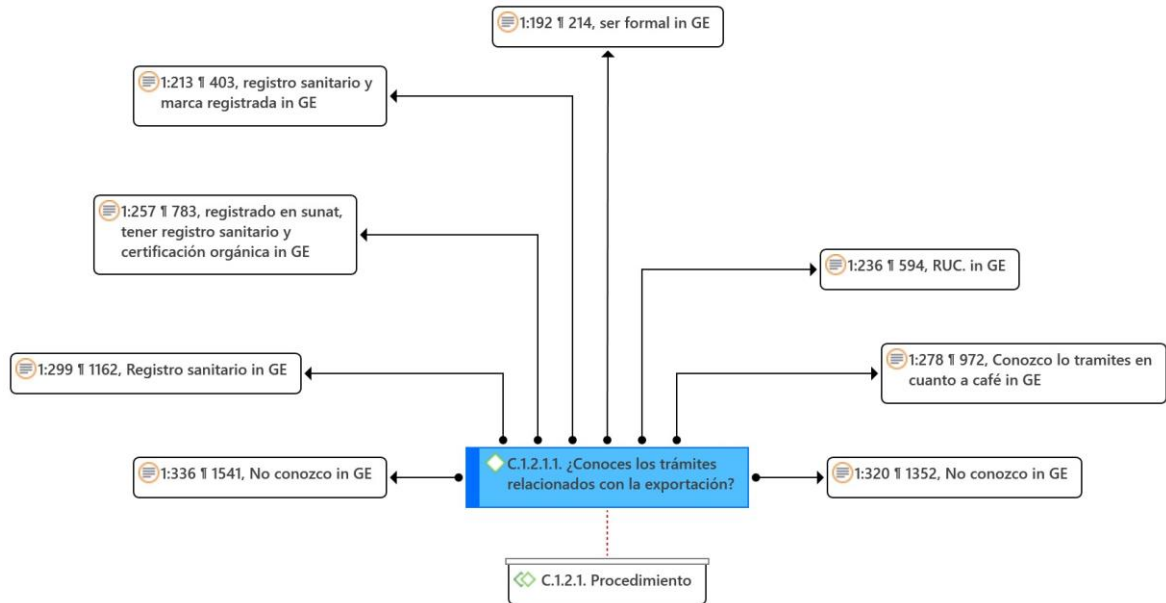


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio marketing.

En la figura 14 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 14 ¿Conoce un plan de marketing para internacionalizarse?, los agricultores coinciden en que desconocen cuál es la estructura y diseño de un plan de marketing orientado a la internacionalización. Resultado asociado con la investigación de Mendoza y Quispe (2017) quienes determinaron la importancia de formular e implementar eficazmente estrategias de marketing para realizar un adecuado proceso de exportación.

**Figura 15**

*Conocimiento de trámites para la exportación*

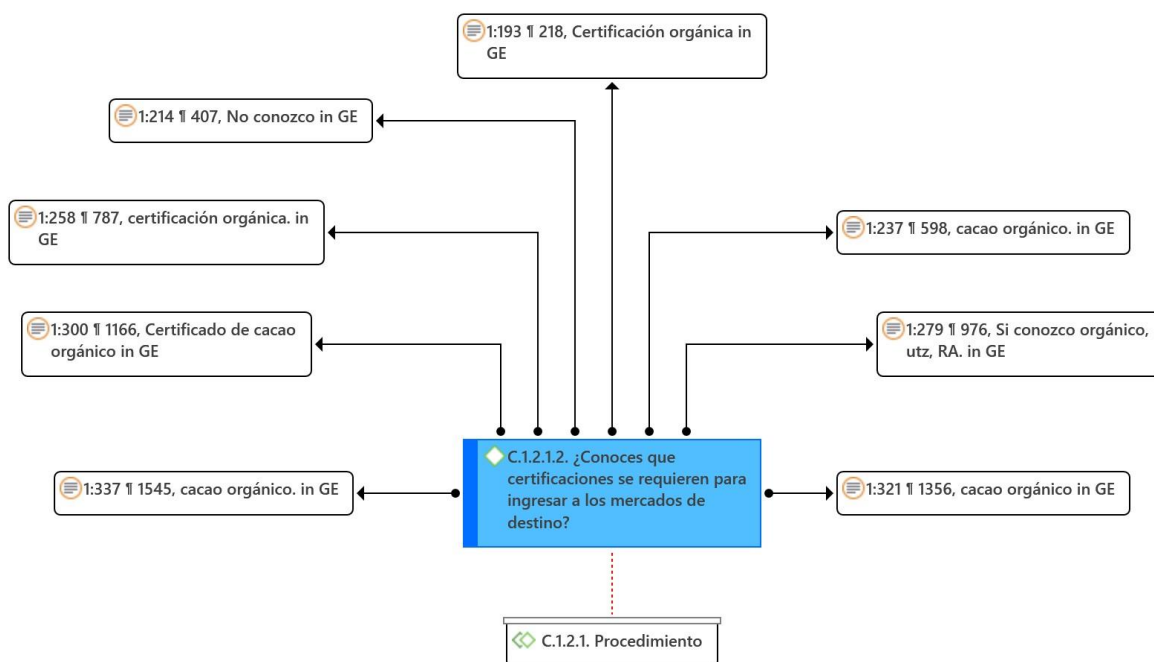


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio procedimiento.

En la figura 15 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 15, ¿Conoces los trámites relacionados con la exportación?, los agricultores coinciden en que es necesario contar con registro sanitario y encontrarse registrado en SUNAT. Resultado relacionado con la investigación de Viera et al. (2020) quienes encontraron que una de las principales barreras para la exportación son las medidas sanitarias, que a su vez necesita de contar con conocimiento sobre ellas.

**Figura 16**

*Conocimiento sobre las certificaciones en el mercado internacional*



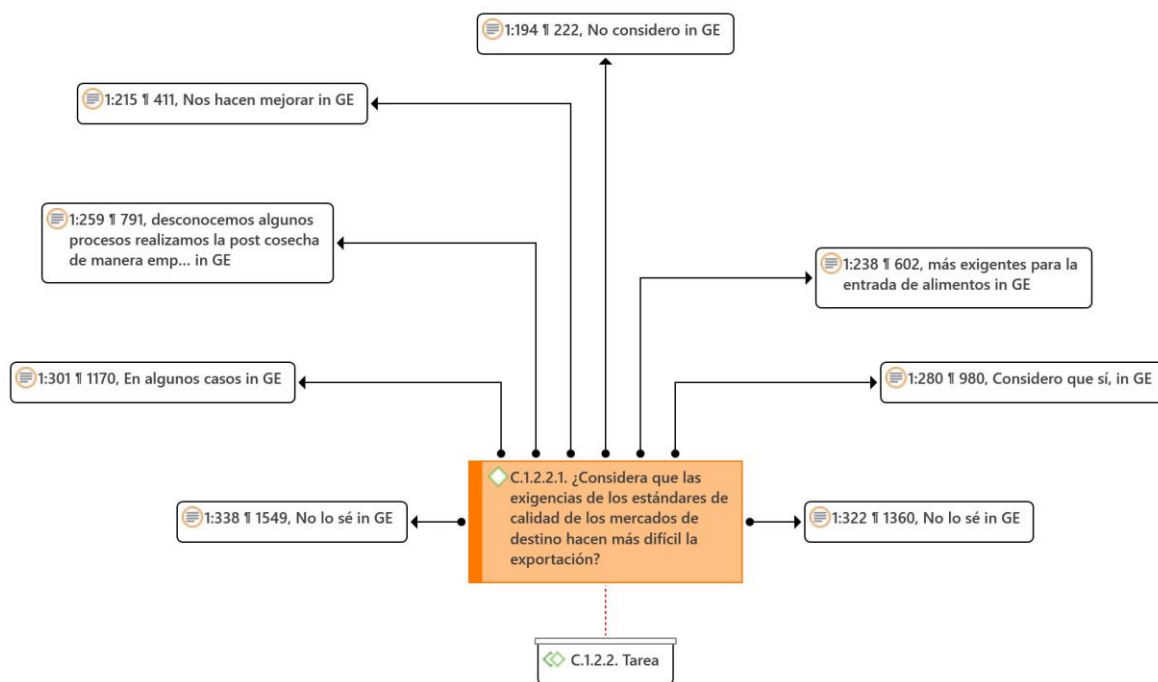
*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio procedimiento.

En la figura 16 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 16 ¿Conoces que certificaciones se requieren para ingresar a los mercados de destino?, los agricultores coincidieron en que se necesita contar con la certificación de cacao orgánico. Resultado que se asemeja al estudio elaborado por Viera et al. (2020) donde indica que los múltiples permisos y certificados que son emitidos mediante instituciones en Perú y el extranjero conforman una de las principales barreras a la exportación.



**Figura 17**

*Implicancia de los estándares como barrera a la exportación*

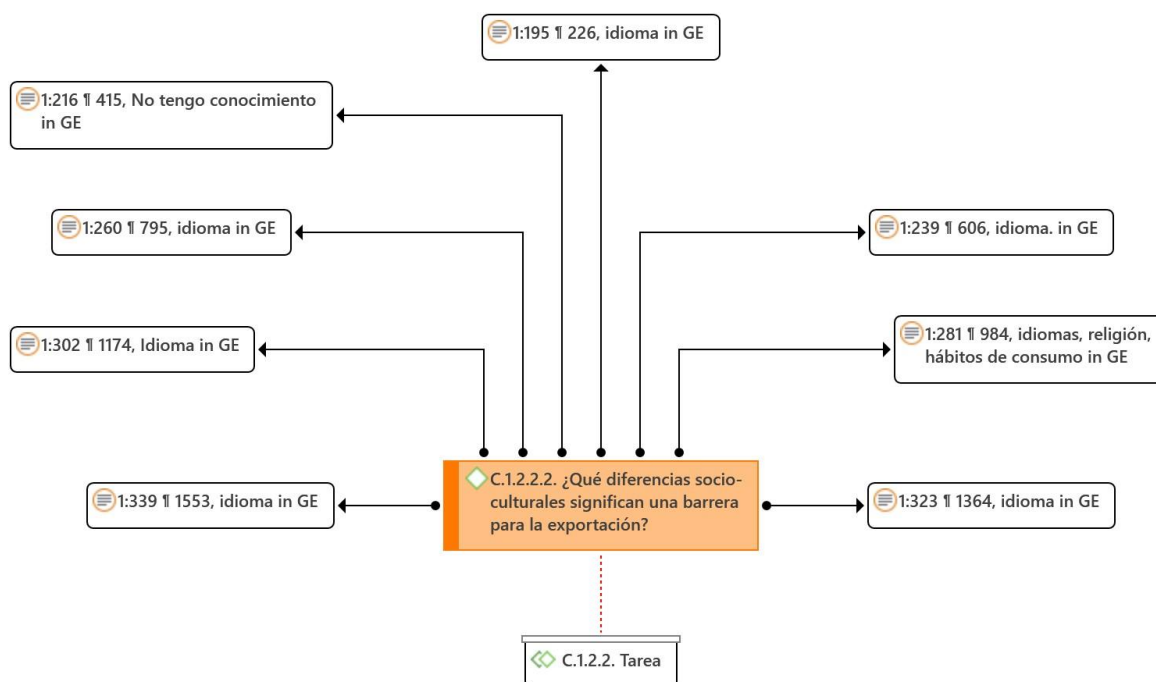


*Nota:* Coincidencias de las respuestas del criterio tarea.

En la figura 17 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 17 ¿Considera que las exigencias de los estándares de calidad de los mercados de destino hacen más difícil la exportación?, los agricultores coincidieron en que desconocen la manera en que dichas exigencias complican la realización de la actividad exportadora. Resultado vinculado con lo encontrado por Baena (2016) quien sostiene que las restricciones no arancelarias suelen ser una treta por parte de los países de destino que disponen de algunos recursos y materias primas clave, para garantizar o asegurar su propio abastecimiento.

**Figura 18**

*Diferencias socioculturales como barrera para exportar*

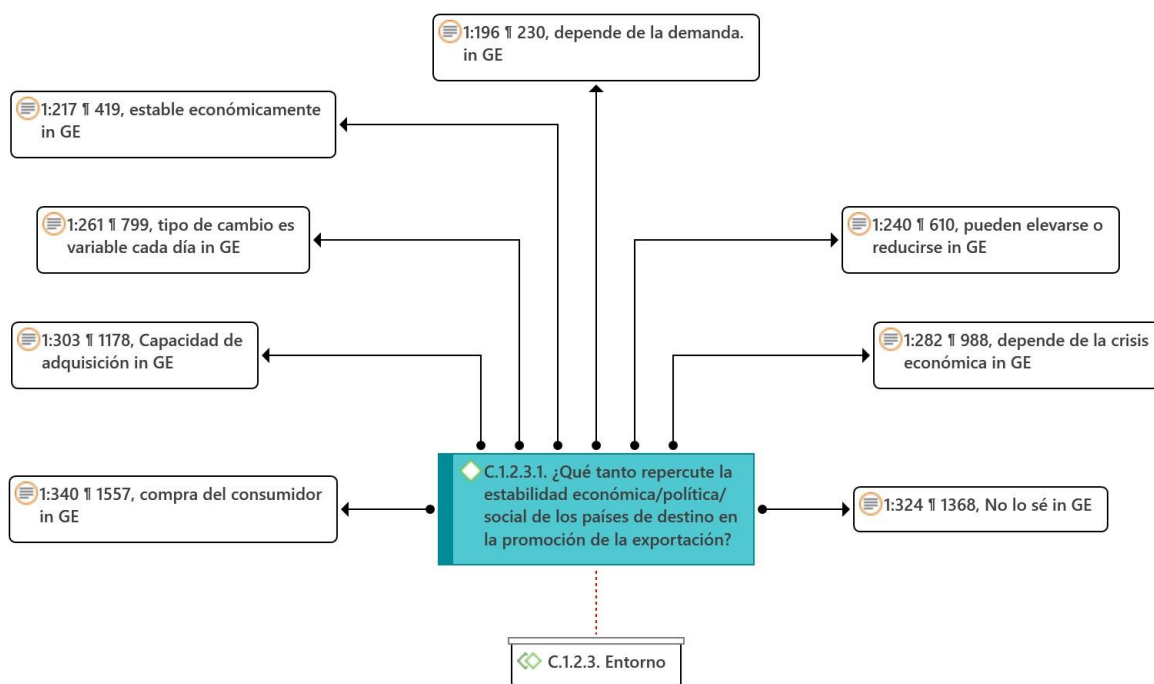


*Nota: Coincidencias de las respuestas del criterio tarea.*

En la figura 18 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 18 ¿Qué diferencias socio-culturales significan una barrera para la exportación?, los agricultores coincidieron en que el idioma significaría una de las principales barreras para la exportación. Resultados asociados a la investigación de Jacinto (2016) quien mencionó que una de las principales barreras existentes para la exportación es el escaso manejo de tecnologías de la comunicación para mantener contacto con clientes del extranjero, que de no encontrarse en naciones hispanas, tendrán como idioma principal el Inglés, implicando una limitación para los agricultores.

**Figura 19**

*Repercusión de la estabilidad económica/político/social*

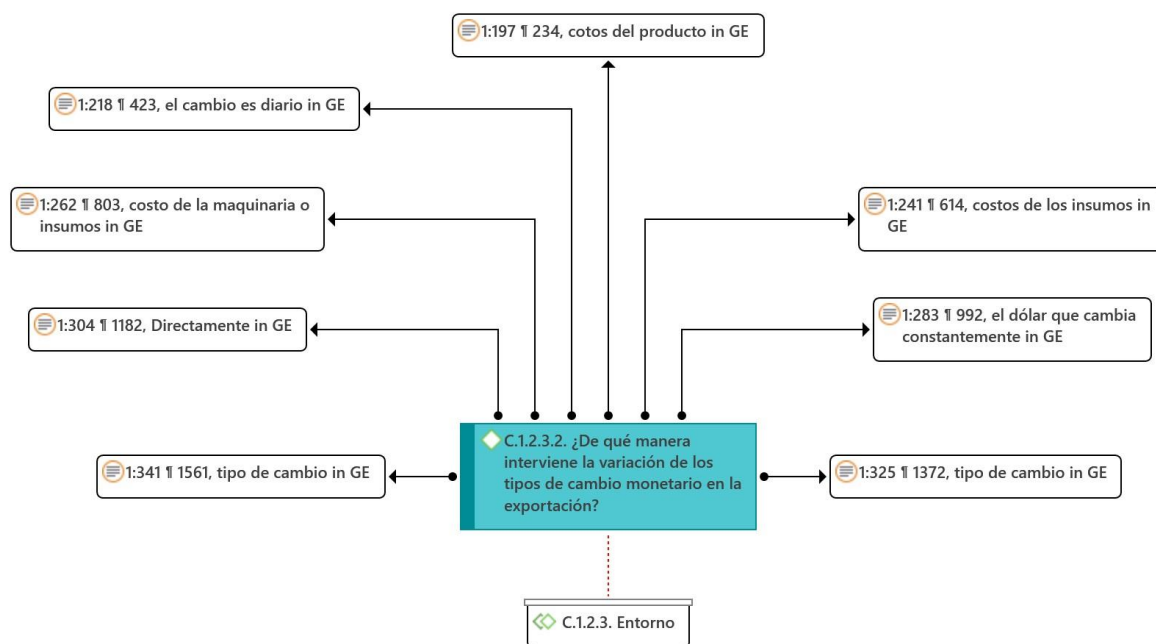


*Nota: Coincidencias de las respuestas del criterio entorno.*

En la figura 19 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 19 ¿Qué tanto repercute la estabilidad económica/política/social de los países de destino en la promoción de la exportación?, los agricultores coincidieron en que las condiciones económicas de un país inciden de manera significativa y que esta se encontraría en función a la capacidad adquisitiva de los consumidores. Resultado similar a lo hallado por Quintero (2015) que indica la volatilidad de los precios manejados en mercados internacionales propias de la situación interna, generando distanciamiento hacia la posibilidad de llevar a cabo la exportación de sus productos.

**Figura 20**

*Intervención de la variación del tipo de cambio*

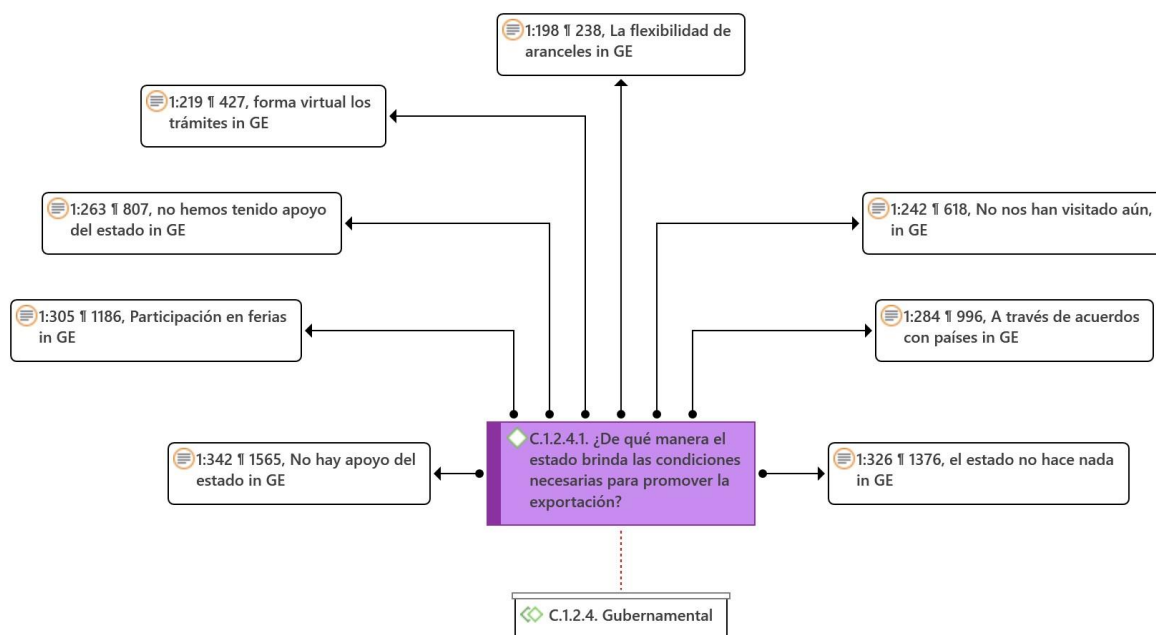


*Nota: Coincidencias de las respuestas del criterio entorno.*

En la figura 20 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 20 ¿De qué manera interviene la variación de los tipos de cambio monetario en la exportación?, los agricultores coincidieron en que el costo de los insumos se ve afectado por la variación del tipo de cambio. Resultado que se relaciona con lo hallado por Quintero (2015) quien describió que los mercados internacionales se caracterizan por la volatilidad de los precios en productos agrícolas producto de las variaciones en el tipo de cambio ocasionando incertidumbre en los agricultores, provocando que disminuya de forma significativa el interés por adherirse al proceso de exportación.

**Figura 21**

*Condiciones dadas por el estado para promover la exportación*



*Nota: Coincidencias de las respuestas del criterio gubernamental.*

En la figura 21 se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 21 ¿De qué manera el estado brinda las condiciones necesarias para promover la exportación?, los agricultores coincidieron en que no existe apoyo significativo por parte del estado. Resultado que se contrapone a lo hallado por Jordan (2017) quien determinó que los acuerdos negociados con los diferentes bloques comerciales a nivel mundial permitieron la comercialización con nuevos mercados por convenios internacionales logrando alcanzar competitividad en los mercados.

## V. CONCLUSIONES

1. Respecto al objetivo general: identificar las barreras a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021. Se concluye que existen barreras internas como externas de acuerdo a la clasificación realizada por Leonidou (2004) tales como la Información, en la cual se identificó que desconocen los estándares de calidad que el mercado internacional requiere respecto al cacao, así mismo refieren que conocen como realizar un adecuado cuidado del cultivo y la utilización de ciertas prácticas en el proceso productivo del Cacao, sin embargo, manifiestan no contar con acceso a la información de los requisitos de calidad de los mercados de destino, del mismo modo desconocen con exactitud los pasos que se requieren para llevar a cabo la exportación, pese a conocer cuáles son los beneficios económicos y no económicos que puede generarles esta actividad.
2. De acuerdo con el objetivo específico 1: identificar las barreras internas a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021. Se concluye que existen barreras internas que influyen en el proceso de exportación, especialmente en la información sobre los procedimientos y la manera de cómo llegar al mercado internacional. Expresan que gran parte del personal no está capacitado para llevar a cabo esta actividad, y de llevarla a cabo el financiamiento para realizarlo la recibirían por parte de algún préstamo en entidades financieras siendo este el único medio para agenciarse de capital. Refieren estar aptos para adaptarse a los cambios en pro de llevar a cabo la exportación, aunque desconocen los procesos de distribución del producto a nivel logístico y respecto a la demanda del mercado internacional, finalmente, mencionan desconocer algún plan de marketing que les permita llegar al mercado extranjero y de esta forma internacionalizarse.

3. De acuerdo con el objetivo específico 2: identificar las barreras externas a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021. Se concluye que las barreras externas influyen considerablemente en el proceso de exportación, por el desconocimiento de determinados requerimientos formales, adaptación sociocultural y percepción del estado en beneficio de los agricultores. Señalan conocer la necesidad de contar con registro sanitario y ser una empresa formal para poder incorporar su producción al proceso de exportación. Existen respuestas divergentes en relación a que tan favorables son las exigencias de los estándares de calidad en los mercados de destino. Refieren que los cambios económicos, la inestabilidad y la crisis que atraviesa nuestro país y los países de destino son determinantes para detenerse ante la idea de llevar su producto a otros lugares fuera del territorio nacional.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Investigar acerca de los posibles factores que generan la desinformación respecto al proceso de exportación, como la capacidad de aprendizaje, las oportunidades de capacitarse al respecto y las múltiples situaciones externas que repercuten en dicho proceso.
2. Analizar las actividades asociativas para ampliar el conocimiento sobre la exportación de cacao y la forma en que pueden hacer uso de las condiciones que da el estado y los mercados internacionales.
3. Considerar en futuras investigaciones las condiciones demográficas y socioculturales que guardan relación con el desconocimiento de todo lo que implica el proceso de exportación, evitando así que represente una barrera interna.
4. Profundizar en los motivos por los cuales no se consigue acceder a la información en torno a la actividad exportadora, desde los procesos internos pasando por las oportunidades y condiciones que indica el estado y la situación en los mercados extranjeros.



## REFERENCIAS

- Awan, M. (2011). Moderating Affect of Workplace Spirituality on the Relationship of Job Overload and Job Satisfaction. *Journal of Business Ethics*, 104(1), 93-99. <https://scihub.tw/10.1007/s10551-011-0891-0>
- Berggrun, L., España, L., & López, J. (2011). Gestión Del Riesgo Cambiario En Una Compañía Exportadora. *Estudios Gerenciales*, 27(121), 219-238
- Cáceres, R. (2013). Las exportaciones y el crecimiento económico en Colombia 1994-2010. *Apuntes del CENES*, 32(56), 53-80. <https://www.redalyc.org/pdf/4795/479549579004.pdf>
- Cely, L. (2017). Oferta productiva del cacao colombiano en el posconflicto. Estrategias para el aprovechamiento de oportunidades comerciales en el marco del acuerdo comercial Colombia-Unión Europea. *Equidad & Desarrollo*. 28. 167-195. doi: <http://dx.doi.org/10.19052/ed.4211>
- Chung. H. (2003). *Análisis económico de la ampliación de la cobertura del manejo de residuos sólidos por medio de la segregación en la fuente en Lima Cercado*. Lima - Perú.
- EDILCEX (2015). *Diccionario de Comercio Exterior*, Lima-Perú.
- FIDE. (2017). FIDE. <http://www.fide.edu.pe/cursos/205-administracion-financiera-del-sector-publico>
- Hernández, R. Fernández C. & Baptista, P. (2014) *Metodología de la Investigación* (6ta ed.) México: McGraw-Hill/ Interamericana Editores, S.A
- Husserl. E., y Heidegger, M. (1968). *Fenomenología de la conciencia del tiempo inmanente*. Editorial Nova, Buenos Aires.
- Leonidou L. (2004). An analysis of the barriers hindering small business export development. *Journal of Small Business Management*, 279-302.
- MINAGRI (2018). Generalidades del producto. Obtenido en: <http://minagri.gob.pe/portal/especial-iv-cenagro/26-sectoragrario/arroz/217-generalidades-del-producto>.
- Vargas, E. (2018). *La producción y las exportaciones de cacao colombiano entre 2007 y el 2016: desafíos para lograr mayor competitividad en el mercado internacional*. [Tesis de posgrado - Universidad de América]

## ANEXOS

Anexo 1

*Matriz de categorización apriorística*

Problema general	Objetivo general	Categoría	Subcategorías	Criterio 1	Criterio 2	Criterio 3	Criterio 4
¿Cuáles son las barreras a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021?	Identificar las barreras a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021	Barreras a la exportación	<b>Internas</b> <i>(Leonidou, 2004)</i>	Información <i>(Leonidou, 2004)</i>	Funcional <i>(Leonidou, 2004)</i>	Marketing <i>(Leonidou, 2004)</i>	----
			<b>Externas</b> <i>(Leonidou, 2004)</i>	Procedimiento <i>(Leonidou, 2004)</i>	Tarea <i>(Leonidou, 2004)</i>	Entorno <i>(Leonidou, 2004)</i>	Gubernamental <i>(Leonidou, 2004)</i>

## Anexo 2

Validez de contenido a través de juicio de expertos: Experto 1

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Quiroz Quesada, Tania
- I.2. Especialidad del Validador: Mgtr. Derecho Civil y Comercial
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC Universidad Cesar Vallejo.
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Validez de contenido por juicio de expertos
- I.5. Autor del instrumento: Rivera Salas, Olenka Yamilly

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					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 responda 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
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>92</b>

#### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

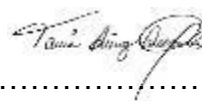
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....  
.....

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

92

Lima, 20 de octubre del 2021



Mgtr. Tania Quiroz Quesada

DNI: 10861270

Teléfono: 987738658

### Anexo 3

Validez de contenido a través de juicio de expertos: Experto 2

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MBA. Morán Santamaría, Rogger Orlando
- I.2. Especialidad del Validador: Especialista en Comercio y Negocios Internacionales.
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente EP de Negocios Internacionales - UCV Filial Chiclayo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Validez de contenido por juicio de expertos.
- I.5. Autor del instrumento: Rivera Salas, Olenka Yamilly.

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					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 responda 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
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>90</b>

### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....  
.....

### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Chiclayo, 20 de Octubre del 2021



MBA. Rogger Orlando Morán Santamaría  
Docente de la Universidad César Vallejo  
DNI: 44546517  
CLAD - 25993

Firma de experto informante

DNI: 44546517

Teléfono: 948880208

## Anexo 4

Validez de contenido a través de juicio de expertos: Experto 3

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MBA. Francisco Eduardo Cúneo Fernández
- I.2. Especialidad del Validador: Administración de Negocios Internacionales.
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Coordinador de la EP de Negocios Internacionales - UCV Filial Chiclayo.
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Validez de contenido por juicio de expertos.
- I.5. Autor del instrumento: Rivera Salas, Olenka Yamilly

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					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 responda 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
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<u>90</u>

#### III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....  
.....

#### IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Chiclayo, 20 de Octubre del 2021

UNIVERSIDAD César VALLEJO  
Francisco Cúneo Fernández  
COORDINADOR  
E.P. Negocios Internacionales  
UCV- Campus Chiclayo

.....  
Firma de experto informante

DNI: 43790999

Teléfono: +51(74) 480210 Anx. 6580

Anexo 5

Validez de contenido a través de juicio de expertos: Experto 4

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Miguel Angel, Melgarejo Quijandria
- I.2. Especialidad del Validador: Mg. En Administración
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Universidad Cesar Vallejo.
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Validez de contenido por juicio de expertos.
- I.5. Autor del instrumento: Rivera Salas, Olenka Yamilly.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

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

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

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

.....  
.....

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

80

Lima, 14 de Octubre del 2021



Mg. Miguel Angel Melgarejo Quijandria

DNI: \_\_10300251\_\_

Teléfono: \_\_990151739\_\_

Anexo 6

*Guía de entrevista para los agricultores*

**GUÍA DE ENTREVISTA**

Fecha: \_\_/\_\_/\_\_

Empresa: \_\_\_\_\_

Yo, ..... con DNI ..... en forma voluntaria; SÍ ( ) NO ( ) doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo general: Identificar las barreras a la exportación de cacao desde la percepción de los agricultores del distrito de Bellavista - Jaén, 2021. Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta entrevista puede enviarla al correo:

1. ¿Usted conoce los estándares de calidad del cacao que el mercado internacional requiere?

---

---

2. ¿Usted conoce las buenas prácticas en el proceso productivo del cacao?

---

---

3. ¿Usted tiene acceso a la información de los requisitos de calidad de los mercados de destino?

---

---

4. ¿Conoce los pasos a seguir para la exportación?

---

---

5. ¿Conocen cuáles son los beneficios económicos y no económicos que puede generar la exportación?

---

---

6. ¿Poseen la suficiente capacidad de producción para atender la demanda externa?

---

---

7. ¿El personal es calificado para llevar a cabo gestiones en labores vinculadas al negocio en el extranjero?

---

---

8. ¿Con qué financiamiento deberían contar para llevar a cabo el proceso de exportación?

---

---

9. ¿Existe la posibilidad de adaptarse a cambios integrales para cubrir los requerimientos para la exportación?

---

---

10. ¿Considera que se encuentra capacitado para llevar a cabo una exportación?

---

---

11. ¿De qué forma el producto final puede adaptarse en diseño y calidad a la demanda y preferencias de los clientes en los mercados del exterior?

---

---

12. ¿Qué posibilidades existen de que igualen los precios de la competencia a nivel internacional?



13. ¿Qué conocen sobre la distribución del producto en relación a las necesidades de mercados externos?

---

---

14. ¿Conoce un plan de marketing para internacionalizarse?

---

---

15. ¿Conoces los trámites relacionados con la exportación?

---

---

16. ¿Conoces que certificaciones se requieren para ingresar a los mercados de destino?

---

---

17. ¿Considera que las exigencias de los estándares de calidad de los mercados de destino hacen más difícil la exportación?

---

---

18. ¿Qué diferencias socio-culturales significan una barrera para la exportación?

---

---

19. ¿Qué tanto repercute la estabilidad económica/política/social de los países de destino en la promoción de la exportación?

---

---

20. ¿De qué manera interviene la variación de los tipos de cambio monetario en la exportación?

---

---

21. ¿De qué manera el estado brinda las condiciones necesarias para promover la exportación?

---

---

**Gracias por su participación**