



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**Estrategia de producción y exportación de cacao orgánico de
los agroexportadores de la provincia de San Martín, región
San Martín hacia Nueva York, 2021**

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

AUTORES:

Alarcon Pajuelo, Osnar Luis (ORCID: 0000-0001-9410-9768)
Olivos Racchumi, Linda Leidy (ORCID: 0000-0001-6884-4136)

ASESOR:

Dr. Marquez Caro, Fernando Luis (ORCID: 0000-0001-9043-8150)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Mercados Emergentes

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

La presente investigación va dedicada a mis padres por haber forjado la persona que soy en la actualidad y a mi compañero de vida por su apoyo incondicional.

Agradecimiento

A mis padres por la confianza brindada que me permitieron superar todas las dificultades presentadas en todo el proceso y también a mis familiares que de una u otra manera estuvieron apoyándome.

Índice de Contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráfico y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	9
II. MARCO TEÓRICO	12
III. METODOLOGÍA	16
3.1 Tipo y diseño de investigación	16
3.2. Variables y operacionalización	16
3.3. Población y muestra	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.5. Procedimientos	18
3.6. Método de análisis de datos	18
3.7. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS	19
V. DISCUSIÓN	32
VI. CONCLUSIONES	34
VII. RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS	36
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1: Resultados de la variable estrategias de producción	19
Tabla 2: Resultados de la dimensión condiciones del mercado	20
Tabla 3: Resultados de la dimensión recursos materiales	21
Tabla 4: Resultados de la dimensión recursos financieros	22
Tabla 5: Resultados de la variable exportación	23
Tabla 6: Resultados de las tablas cruzadas de las variables estrategia de producción y exportación	24
Tabla 7: Resultado de las tablas cruzadas de la dimensión condiciones del mercado y la variable estrategia de producción	25
Tabla 8: Resultado de las tablas cruzadas de la dimensión recursos materiales y la variable estrategia de producción	26
Tabla 9: Resultado de las tablas cruzadas de la dimensión recursos financieros y la variable estrategia de producción	27
Tabla 10: Resultado de la correlación entre las variables estrategia de producción y exportación	28
Tabla 11: Resultado de la correlación entre la de la dimensión condiciones del mercado y la variable estrategia de producción	29
Tabla 12: Resultado de la correlación entre la de la dimensión recursos financieros y la variable estrategia de producción	29
Tabla 13: Resultado de la correlación entre la de la dimensión recursos financieros y la variable estrategia de producción	30
Tabla 14: Validez de expertos	44
Tabla 15: Alfa de Cronbach de la variable estrategia de producción	44
Tabla 16: Alfa de Cronbach de la variable exportación	44

Índice de gráfico y figuras

Figura 1: Resultados de la variable estrategias de producción	19
Figura 2: Resultados de la dimensión condiciones del mercado	20
Figura 3: Resultados de la dimensión recursos materiales	21
Figura 4: Resultados de la dimensión recursos financieros	22
Figura 5: Resultados de la variable exportación	23
Figura 6: Gráfico cruzado de las variables estrategias de producción y exportación	24
Figura 7: Gráfico cruzado de la dimensión condiciones del mercado y la variable exportación	25
Figura 8: Gráfico cruzado de la dimensión recursos materiales y la variable exportación	26
Figura 9: Gráfico cruzado de la dimensión recursos financieros y la variable exportación	27

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la estrategia de producción y exportación de orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021. La investigación fue tipo aplicada, diseño no experimental, la población estuvo conformada por 50 agroexportadores de cacao de la región de San Martín y se tomó de muestra el total de la población. Los resultados demostraron que del 100% de encuestados, existió un conjunto del 28% de los trabajadores señalaron que la estrategia de producción y la exportación tienen un nivel bueno; un 52% señaló que existe un nivel regular, y el 20% señaló que hay un nivel malo, el 24% señaló que se encuentra en un nivel bueno las condiciones del mercado y la exportación, concluyendo que la relación es positiva y significativa, es decir, a mejores condiciones de mercado, mejores índices de exportación. Finalmente, a nivel inferencial se concluyó que el coeficiente Rho de Spearman es 0,707. Además, el valor de significancia ($p = 0,00$) siendo inferior al valor crítico 0,05, es por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna, señalando así la existencia de una relación entre las variables, concluyendo así que la estrategia de producción se relaciona significativamente con las condiciones de mercado de los agroexportadores de cacao orgánico de la provincia de San Martín, región de San Martín, 2021.

Palabras claves: Estrategias de producción, Exportación, Productividad.

Abstract

The objective of this research was to determine the relationship between the organic production and export strategy of the agroexporters of the province of San Martin, San Martin region to New York, 2021. The research was applied, non-experimental design, the population consisted of 50 cocoa agroexporters of the San Martin region and the total population was sampled. The results showed that out of the 100% of those surveyed, 28% of the workers indicated that the production strategy and exports are at a good level; 52% indicated that there is a regular level, and 20% indicated that there is a bad level; 24% indicated that the market conditions and exports are at a good level, concluding that the relationship is positive and significant, i.e., the better the market conditions, the better the export indexes. Finally, at the inferential level it was concluded that Spearman's Rho coefficient is 0.707. In addition, the significance value ($p = 0.01$) is lower than the critical value 0.05, which is why the null hypothesis is rejected and the alternative is accepted, thus indicating the existence of a relationship between the variables, concluding that the production strategy is significantly related to the market conditions of organic cocoa agroexporters in the province of San Martin, San Martin region, 2021.

Keywords: Production strategies, Exports, Productivity.

I. INTRODUCCIÓN

La exportación entre los diferentes productos agroindustriales para el extranjero nos da a conocer que esta actividad se encuentra en un claro desarrollo del país, pues con el pasar de los años se van registrando ingresos considerables en el sector ya mencionado. De forma que, en la última década se ha observado que estas exportaciones agroindustriales tuvieron un notable crecimiento anual de 21%, según lo indica COMEX PERÚ en el año 2020. Podemos encontrar como principales destinos de estas exportaciones a los países de la Unión Europea con un porcentaje de 35% total, y a EE. UU. con un 48%, según lo indica la misma fuente. En estos años, el mercado de productos recientemente exportables se encuentra diverso, destacándose entre ellos los espárragos, cacao, ají pprika, entre otros; teniendo como los distintivos esenciales de estos la excelencia y su origen orgánico. Así mismo, podemos considerar que estas exportaciones han contribuido con el ingreso de nuevos mercados, esto se debe a los TLC's existentes, siendo uno de los más importantes es el TLC con EE. UU. Entre los productos que cuentan con un ascendiente potencial e incremento en exportaciones se encuentra el cacao, y es debido a su calidad que va generando mayor demanda en el mercado, ganando una excelente reputación; y de esta manera está logrando desplazar a los gigantes de la producción. En lo que respecta al cacao, Estados Unidos representa un mercado muy interesante como destino, gracias a que su industria chocolatera está muy desarrollada y existe gran demanda de la provisión de esta materia prima, en el que toman en cuenta la calidad. Debido a ello, el Perú ha comenzado a ganar popularidad a nivel comercial; gracias a sus esfuerzos de promoción y difusión obtuvo un mayor reconocimiento de su producto en la variedad fino y de aroma, que es exportado en presentación de grano crudo o tostado por ser el más usado en la producción de chocolatería fina o productos Premium. El cacao está siendo exportado en variadas presentaciones, no obstante, la exportación del cacao orgánico no ha sido explorada a fondo, pues aún hay muchos países a los que ingresar y conquistar con la calidad de nuestro producto, según información proporcionada por la APPCACAO en el año 2019. Debido a este hecho, el presente trabajo pretende dar a conocer la estrategia de un estudio a nivel logístico, enfocado desde la fase operativa (obtención) hacia la mercantilización a otros países del fruto del cacao orgánico, proveniente del territorio de San Martín,

hacia Nueva York; el cual es el mayor consumidor de este producto. La oferta y demanda para alimentos orgánicos está yendo en crecimiento constante. Entonces la casi apercibida participación de alimentos orgánicos nos indicaría que se van a requerir producir más cantidades a plazo extendido. En los últimos años, los acuerdos internacionales de libre comercio han velado por la seguridad ambiental al momento de realizar intercambios comerciales. De esta forma, las personas son conscientes y velan por una alimentación saludable. Todos los factores ya antes indicados procuran que el comercio mundial de productos orgánicos presente una muy tentadora oportunidad. Para muchos observadores en el mundo comercial, el Perú posee un enorme potencial para poder aprovechar sus recursos naturales de sus diversos ecosistemas, pues es un país con mega diversidad y que muy pocos poseen. Sin embargo, en la presente investigación se encontraron deficiencias, en lo que concierne a estrategias de producción; ineficacia en el cultivo, ausencia de implementación de la tecnología, escasa de inversión económica, falta de capacitación a los productores e insuficiente apoyo de las entidades del estado en la provincia de San Martín, por lo que no logran optimizar sus recursos e ignoran oportunidades que exige el mercado. Con respecto a las exportaciones, se logró observar un inadecuado proceso logístico, falta de promoción o marketing de sus productos orgánicos, mejorar el beneficio de los TLC's, por último, búsqueda de nuevos compradores en otros países. Todo ello hace que sus debilidades en la competencia del mercado sean más que sus fortalezas. Es por ello que el estudio de la presente investigación tiene como finalidad impulsar a los agroexportadores de cacao al mejorar sus estrategias en la producción, utilizando su ventaja competitiva del producto orgánico, invirtiendo en la tecnificación, capacitaciones y teniendo un mejor control en sus recursos para así alcanzar un nivel de calidad en sus futuras exportaciones, aprovechando la tendencia del consumo de productos 100% orgánicos. Preguntas de investigación: Problema general ¿Cuál es la relación entre estrategia de producción y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021? Problema específico 1: ¿Cuál es la relación entre condiciones del mercado y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021? Problema específico 2: ¿Cuál es la relación entre recursos materiales y exportación de cacao orgánico de

los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021? Problema específico 3: ¿Cuál es la relación entre recursos financieros y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021? Justificación Social, la utilidad de la actual pesquisa es de importancia, ya que servirá como referencia para aquellos agroexportadores de cacao, pues ha sido uno de los productos con mayor cantidad de exportaciones en los últimos años. Asimismo, analizaremos el proceso que conlleva cosechar el producto final. Justificación práctica, a su vez, la presente pesquisa aportará en ampliación de conocimientos sobre el presente tema, lo cual pueden ser utilizados en la perfección de los procedimientos y la solución de interrogantes que ocasionalmente ocurren en la actividad realizada, logrando así brindar una excelente asistencia. Justificación teórica, la carencia de conocimientos en la administración de los procesos que conlleva el cultivo y venta al extranjero, es lo que impulsa a realizar estudios con lo cual se logró interpretar la forma correcta de los resultados obtenidos, que usaron para poder sustentar la actual investigación. También estudiaremos la conducta en que se relacionan las dos variables, y con ello se podrá brindar indicaciones a futuro para mejorar la administración de estas. Justificación metodológica, para lograr los objetivos se hará uso de los instrumentos, métodos, recopilación de información con técnicas, además el tratamiento de estos con el SPSS, lo cual ayudará en el transcurso de la investigación, que busca conocer la conexión entre las variables en estudio, considerando sus conceptos, de esta manera apoyarnos en los resultados de la pesquisa. Objetivos: Objetivo general: Identificar la relación entre estrategias de producción y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021, Objetivo específico 1. Identificar la relación entre condiciones del mercado y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021, Objetivo específico 2. Identificar la relación entre recursos materiales y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021, Objetivo específico 3. Identificar la relación entre recursos financieros y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021. Hipótesis: Hipótesis general: H_0 : La estrategia de producción se

relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021. Ho: La estrategia de producción no se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021. Hipótesis específica 1: Ha: Las condiciones del mercado se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021, Ho: Las condiciones del mercado no se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021 , Hipótesis específica 2: Ha: Los recursos materiales se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021, Ho: Los recursos materiales no se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021. Hipótesis específica 3: Ha: Los recursos financieros se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021, Ho: Los recursos financieros no se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Antecedentes Nacionales: Rojas y Vega (2020), investigación publicada en la Universidad Cesar Vallejo “Estrategia de producción de palta de la empresa AGROKASA en la ciudad de Lima y la exportación a USA - 2019”. Tuvo como objeto de estudio, instaurar la dependencia entre ambas de las variables consideradas. El estudio utilizado fue no experimental longitudinal, descriptivo, con un método hipotético – deductivo. Los resultados manifestaron una relación positiva, esto se pudo conocer puesto que el valor crítico 0,05 es superior al nivel de significancia 0,000, con una confiabilidad de un 95%, el coeficiente de correlación 0,877 también indica una relación positiva alta. Se llegó a la conclusión que a un mejor nivel de estrategia en la producción aumentarán los índices en las exportaciones de palta hass. Carrión (2021) en su investigación en la Universidad Cesar Vallejo “Producción y exportación de cacao en el departamento de Cajamarca a Estados

Unidos, 2016 – 2020”. Su finalidad fue determinar en la región de Cajamarca la influencia en su exportación y producción de cacao para los EE. UU, en el tiempo indicado. Fue de diseño no experimental - correlacional exploratorio, de tipo aplicada y enfoque cuantitativo. Los resultados tuvieron 71% de significancia en relación con la cantidad producida y el volumen exportado, 51% con respecto al costo de producción y precio de exportación, 76.8% en cuanto a la rentabilidad del cacao y el valor exportado, en relación al consumo interno y la oferta y demanda tuvo 45.3%. En conclusión, en la región de Cajamarca la producción ha aumentado en los últimos años, pero las exportaciones hacia los EE. UU, se ha mantenido, esto se contrasta con la significancia media del 50.3% obtenido. Chuman y Córdova (2019) en su pesquisa “Estrategias de producción para desarrollar la exportación de derivados de tara en el departamento de Lambayeque, 2017”. Tiene como objeto definir las estrategias de producción para que de esta forma pueda aumentar el volumen exportado de del sector de Lambayeque, en el año indicado. La pesquisa tuvo un diseño descriptivo proyectivo de tipo no experimental, debido a los análisis aplicativos presentados en los procedimientos para el cultivo y posterior exportación de esta zona. Los resultados prevén aumentar en un 3% en la exportación debido a la implementación de las estrategias en los procesos realizado para el cultivo de tara. En conclusión, se admite la hipótesis alternativa, donde indica que la implementación nuevos procedimientos en la elaboración de productos procedentes de la tara, lo cual va a permitir acrecentar el comercio a otros países en el año 2017. Vázquez (2019) en su pesquisa “Consecuencias de las exportaciones de cacao, provincia de San Martín, 2012 - 2017”. Tuvo como objeto la indagación del impacto de la comercialización internacional, teniendo en cuenta las variables, empleo formal y la agricultura. El tipo de estudio fue descriptivo con una orientación cuantitativo explicativo y un diseño no experimental. Los resultados revelan que, si la comercialización con EE. UU ascienden en 1%, el cultivo crecerá en 0,6%, esto indica que todo negocio exportador de cacao al mercado internacional tendrá consecuencias positivas en la cantidad del cultivo de esta región. En conclusión, la producción se vio influenciada por la variable exportación, en tal caso la hipótesis es verdadera. Antecedentes internacionales: Walter (2017), su pesquisa “Plan de negocio para la exportación de cacao fino de aroma en Guatemala” Tuvo como objeto de estudio conocer y analizar los procedimientos de

la exportación de cacao en el departamento ya mencionado. La metodología fue de tipo descriptivo-documental. Los resultados mostraron que en los años 2015 – 2016 hubo un incremento en el valor exportado con relación a los años anteriores aumento en 42% las exportaciones. Llegando a exportar hasta 538.51 TN, que viene a ser el 8.61% del total de la producción. Concluyendo que, la implementación de tecnología en el cultivo ha tenido un resultado favorable, viéndose reflejado en el incremento paralelo en los niveles de exportación con el grado de asociación de sus variables. Mejillones y Jaime (2015), su pesquisa “Estrategia de producción en el comercio de cacao fino de Guayaquil hacia Shanghái, 2015” Su objeto de estudio fue estudiar los factores que intervienen en la comercialización al exterior del cacao en grano. La metodología que usaron en esta pesquisa fue descriptivo documental. Los beneficios tuvieron una consecuencia positiva y relevante con una estimación de 0.0643 en el coeficiente entre las variables, sin embargo, en el coeficiente del precio del cacao tuvo un efecto negativo en el coeficiente de 7.074 en relación con el volumen de exportación. Se llegó a la conclusión de que a medida que la producción de cacao se amplía en una unidad, el efecto en la exportación de esta es positiva y relevante. Rivera y Solís (2016), su pesquisa “Exportación de cacao orgánico de Ecuador hacia la Unión Europea, 2016. Expone perfeccionar el tratamiento de cultivo hasta la exportación de cacao aromático, para que de esta manera se pueda optimizar recursos, reducir costos y facilitar la exportación de este producto. La metodología aplicada tuvo un diseño no experimental relacional con un enfoque mixto. A través de la implementación de las estrategias de cultivo y comercialización de cacao, el resultado obtenido han sido precios sobresalientes, superando los 3000 dólares por tonelada y con una producción de 200000 TN por año. En conclusión, Ecuador ha logrado permanecer como el proveedor principal de cacao fino aromático para las grandes industrias de Estados Unidos y Europa en el rubro de chocolates y bombones, también posicionarse entre los 10 mejores exportadores de cacao aromático de todo mundo. Teorías relacionadas al tema: Variable 1: Estrategia de producción. Gonzáles, entiende como un plan a largo plazo para la elaboración de procedimientos, en el que se toman como requisitos el FODA, la misión – visión, la características de las competencias, las medidas de desempeño, las capacidades, programas e iniciativas de mejora, en el cual su ejecución tiene como principal objetivo aportar herramientas de planificación para

la toma de mejores decisiones que tengan como resultado una cierta ventaja competitiva hacia otras empresas o negocios (2015, p. 15-20). Las dimensiones tomadas según el presente autor fueron: Condiciones de mercado, con sus indicadores precio y calidad. Recursos materiales, con sus indicadores materia prima, maquinarias y terreno. Recursos financieros con sus indicadores compra, venta y rentabilidad. (2015, p. 30-50). Rodríguez, se refiere al curso de las decisiones y acciones tomadas en la producción de bienes y servicios de una organización, ya que, de cierta forma, muestra las funciones que la empresa y/o sociedad deberá tomar. Lo cual es importante para la administración, implementación y selección. (2015, p. 18-27). Ibarra, la definió como un conjunto de decisiones de objetivos, planes de acción a tomar y políticas en la productividad, relacionados con la misión del comercio, mediante el cual una organización obtiene cierta ventaja competitiva en el mercado. Tiene como función principal el proyectarse hacia la importancia de sus principales objetivos estratégicos, que son las empresas, además se deberá puntualizar sus prioridades, realizar un conjunto de políticas y programas de mejora que deberán ser implementados y desarrollados (2016, p. 21-29). Variable 2: Exportación. Martínez, la exportación es la mercantilización de bienes nacionales a un mercado extranjero de gran valor en los negocios internacionales y tiene como meta la venta de los productos en el país extranjero al que corresponde. Al mismo tiempo, es la obtención de beneficios mediante de la venta de servicios/productos, logrando incrementar la productividad en su organización. Los exportadores gozan el privilegio de tener clientes fuera de sus fronteras, teniendo en cuenta siempre las normas que se rigen en dicho país. (2015, p. 106-113). Se tomaron las siguientes dimensiones: Crecimiento económico, con sus indicadores producción de bienes y servicios. Productividad, con sus indicadores mano de obra, calidad de producción y uso de recursos. Ventajas en la producción, con sus indicadores flexibilidad de productos, rendimiento de calidad y sistemas de distribución (2015, p. 115-126). Daniels, menciona que, cuando una persona residente de un país vende un bien o servicio a otra persona residente de otra nación, se genera la exportación, siendo el medio más usado por las compañías, pues así inician sus actividades comerciales hacia nuevas fronteras. A su vez, exportar es vender y satisfacer la demanda requerida en el mercado, ofreciendo servicios y bienes que son

elaborados en el país de destino y que en otros consumen el producto exportable (2015, p. 87-92). Suranovic, nos dice que, es la comercialización, intercambio o donación de servicios y bienes que cruzan de una frontera a otra con el fin de realizar transferencia de propiedades en común, y surgen cuando existe interés de por medio. Además, las exportaciones son de gran ayuda para el crecimiento de las empresas, generando oportunidades en el extranjero, y así aumentar el valor de sus exportaciones del país (2014, p. 14-20).

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

Debido a que los alcances fueron aprovechados para optimización en los procesos por los agroexportadores de cacao orgánico de esta región San Martín, fue de tipo aplicada. Tiene por objeto disipar un determinado problema específico, orientándose en la búsqueda, consolidación de la información y perfeccionamiento del desarrollo, con la finalidad de dar solución a un problema o satisfacer una necesidad” (Vara, 2012, p. 202).

Diseño de investigación

Fue no experimental, “el estudio principalmente no realiza un manejo de variables deliberadamente, sólo puede observarlos, analizarlos y estudiarlos a fondo” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 4), transversal, “analiza la incidencia de las variables y describirlas en un momento dado, es decir recopilan datos en un tiempo específico.” (Hernández, 2003, p. 270), correlacional “calcula el nivel de conexión existente entre las dos variables, midiendo cada una de ellas para su posterior cuantificación y análisis de la vinculación” (Hernández, 2003, p.121).

3.2. Variables y operacionalización

“Se entiende por variable todo lo que se puede medir, estudiar, manejar y se caracteriza por ser un objeto que adquiere distintos valores en una investigación” (Vera et al., 2018, p.51). “Expresa la definición operacional de variables como un proceso de dividir las inteligentemente, para describirlas por separado” (Valbuena, 2008, p.36).

3.3. Población y muestra

Población:

Lo constituyeron 50 agroexportadores de cacao de la región de San Martín. “La población estadística se refiere a un conjunto de individuos en el cual la investigación está interesada y tienen características similares, en el que tendrá un efecto directo en el propósito de la investigación” (Echevarría 2016, p.46).

Muestra:

Fue censal, se consideró al 100% de la población, es decir a los 50 agroexportadores de cacao de la región de San Martín. “Muestra censal es cuando se considera al total de unidades de una investigación” (Ramírez, 1997, p.138).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Encuesta

“Es un procedimiento para recopilar datos a partir de un muestreo y brinda respuestas a problemas en cuanto a relación de sus variables mediante el cuestionario, también asegura la información obtenida” (Hernández et al., 2014, P. 166).

Cuestionario

Fue utilizado con 16 preguntas, 6 ítem en la escala Likert con 5 alternativas de respuestas para identificar la valoración de las opciones, de acorde al criterio de los encuestados. “El cuestionario es la consolidación de preguntas para solicitar y obtener la información, según el objeto de la pesquisa” (Bernal, 2010, p.250).

Validez

Aprobado por 3 especialistas en el área a investigar, el cual “consiste en reconocer el grado de aceptación con el que fue medido el instrumento, dicho de otra manera, un instrumento es valedero si cuantifica lo que tiene que medir” (Chiner, 2011, p.32).

Confiabilidad de instrumentos

Se empleó SPSS v.21. Se explica que “la confiabilidad es la medición que explica al grado de confianza en los instrumentos que es aplicada a la población estudiada produciendo resultados estadísticos”. (Hernández, 2011, p. 233)

3.5. Procedimientos

Se obtuvo información de forma teórica y campo de modo presencial y virtual, mediante libros, revistas y artículos científicos. El trabajo de campo se realizó de manera virtual, utilizando el cuestionario de manera digital, donde los agroexportadores en estudio tenían la opción de marcar las alternativas según corresponda.

3.6. Método de análisis de datos

Fue descriptivo-inferencial, las respuestas fueron obtenidas del software SPSS, “tal programa se define como, un sistema utilizado para procesar de datos y relacionar estadísticamente dos variables” (Moreno, 2008, p. 12).

3.7. Aspectos éticos

Se alinea a la normativa de la universidad respetando la autoría de todos los libros, artículos, revistas entre otros, consultados durante la elaboración del presente. En la elaboración de la pesquisa se ha tenido en cuenta el reglamento APA séptima edición en la realización de las citas y la autenticidad se comprobó mediante el programa Turnitin.

IV. RESULTADOS

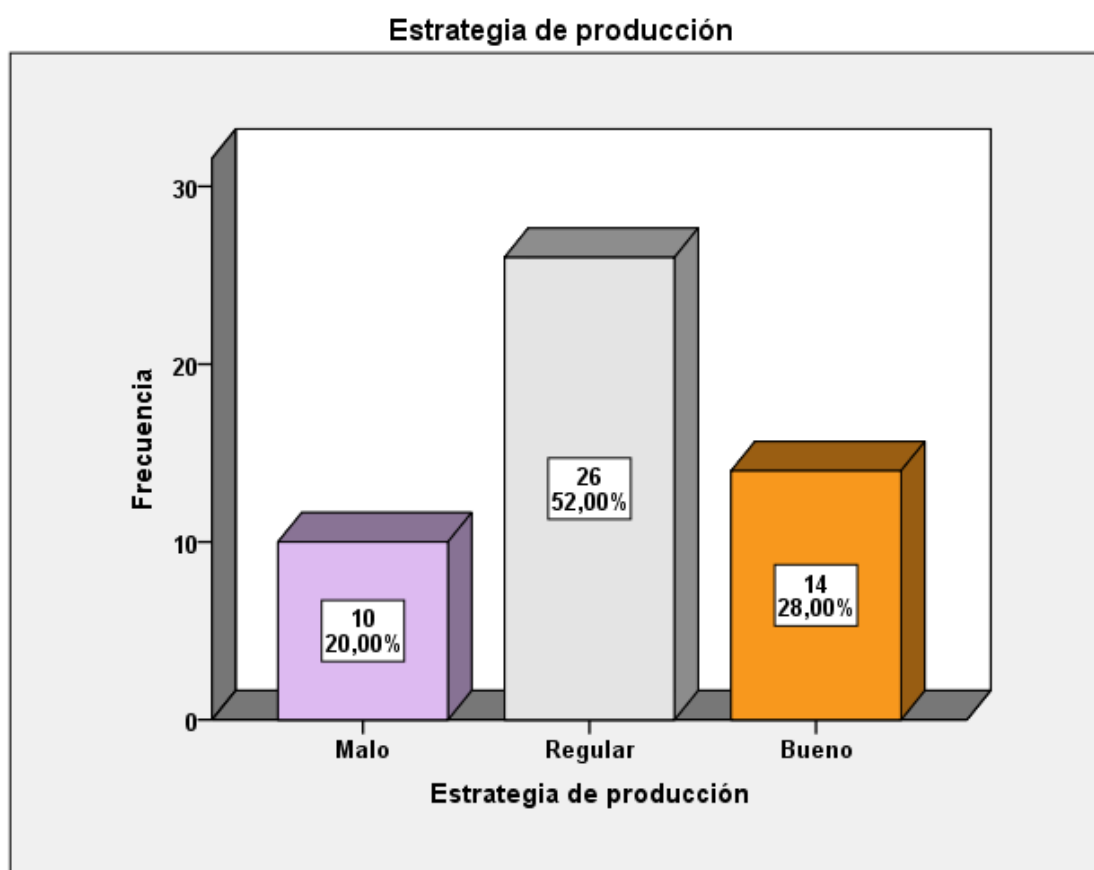
4.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO E INFERENCIAL

4.1.1. Análisis descriptivo Univariado

Tabla 1: Resultados de la variable estrategia de producción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Malo	10	20,0	20,0	20,0
Regular	26	52,0	52,0	72,0
Bueno	14	28,0	28,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 1: Resultados de la variable estrategia de producción

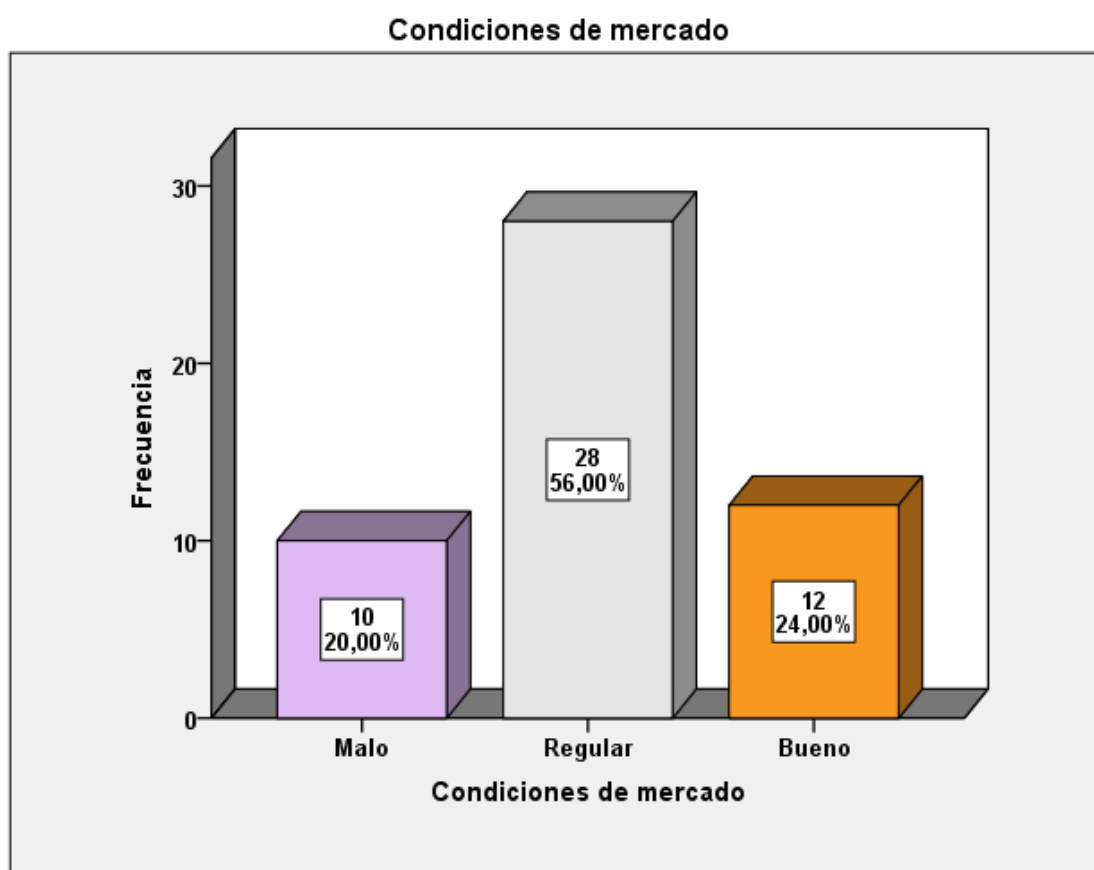


De los 50 agroexportadores en estudio, tabla 1 y figura 1, el 20% hace saber que las estrategias de producción orientado al producto están en una condición mala, el 26% regular y el 14% bueno.

Tabla 2: Resultados de la dimensión condiciones del mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	10	20,0	20,0
	Regular	28	56,0	76,0
	Bueno	12	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 2: Resultados de la dimensión condiciones del mercado

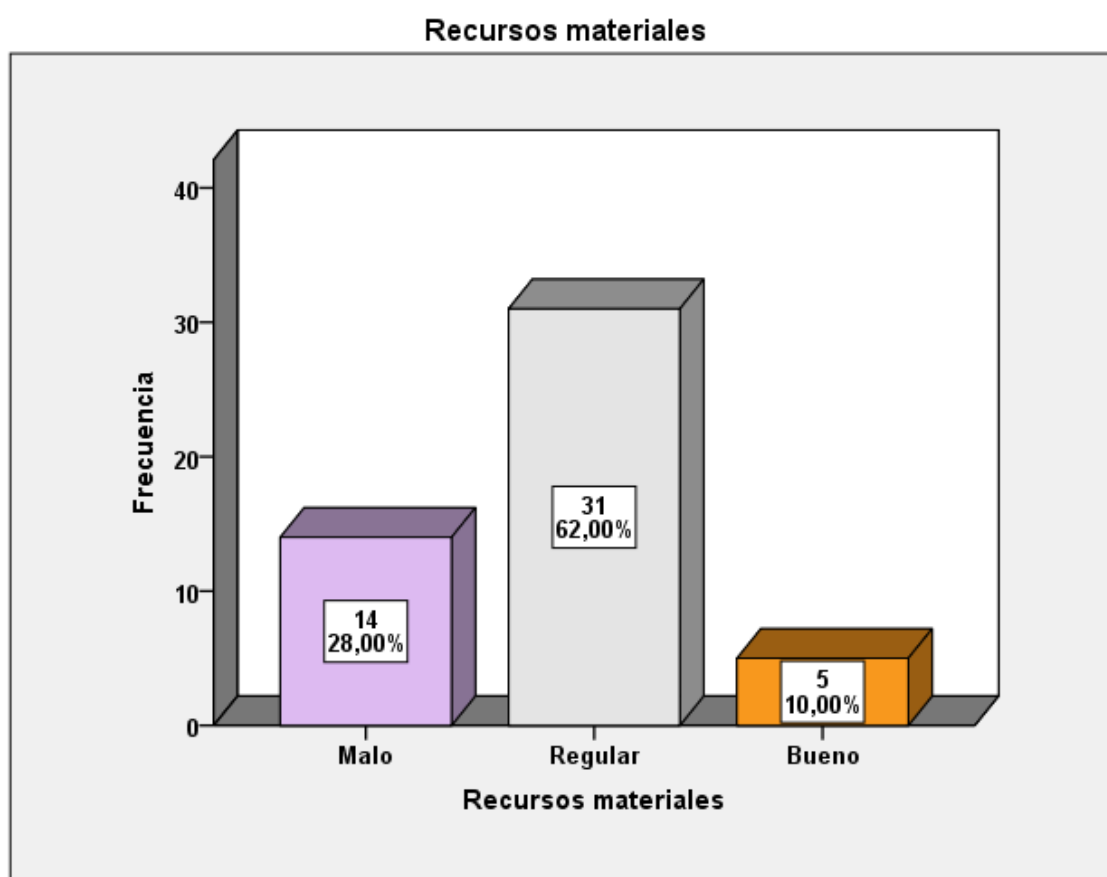


De los 50 agroexportadores en estudio, tabla 2 y figura 2, el 20% menciona que las condiciones de mercado enfocadas al producto están en una situación mala, el 56% regular y el 24% buena.

Tabla 3: Resultados de la dimensión recursos materiales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	14	28,0	28,0
	Regular	31	62,0	90,0
	Bueno	5	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 3: Resultados de la dimensión recursos materiales

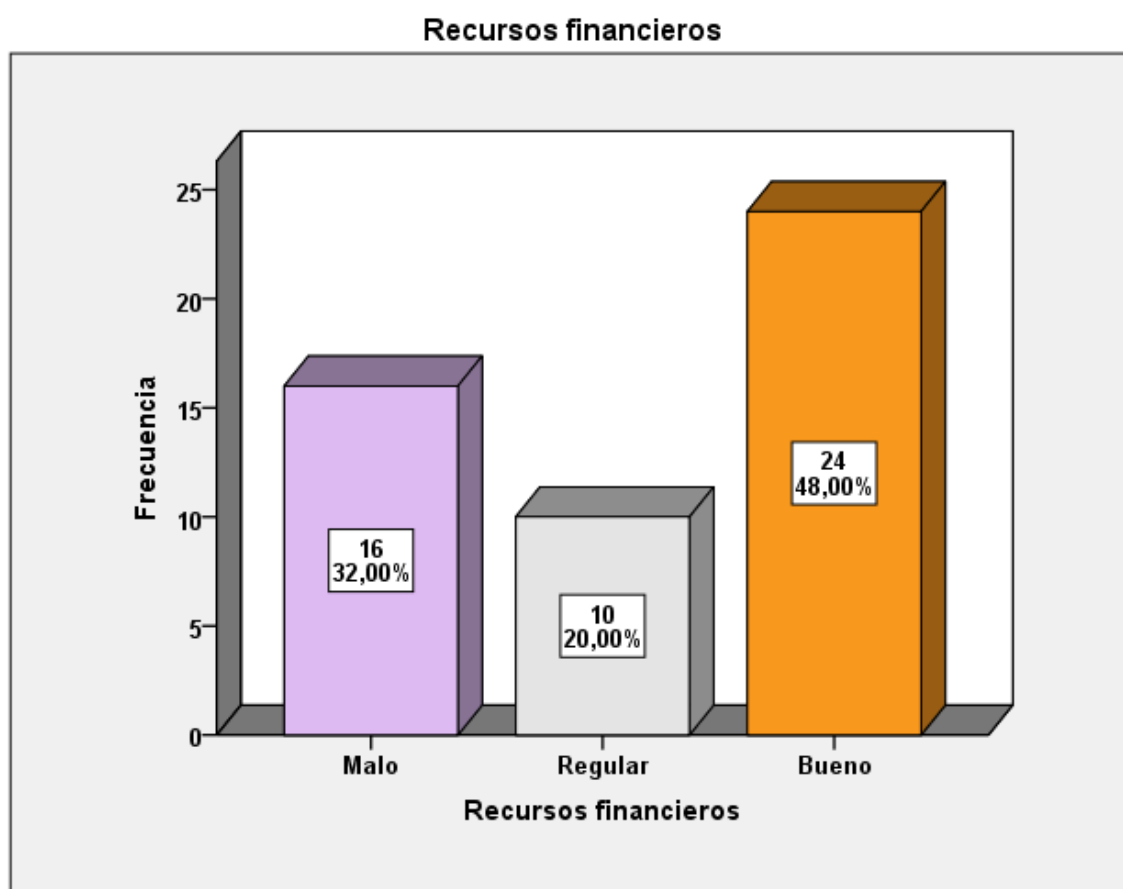


De los 50 agroexportadores en estudio, tabla 3 y figura 3, de, el 28% dilucida que los recursos materiales orientado al producto tienen una condición mala, el 62% regular y el 5% buenas.

Tabla 4: Resultados de la dimensión recursos financieros

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Malo	16	32,0	32,0
	Regular	10	20,0	52,0
	Bueno	24	48,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Figura 4: Resultados de la dimensión recursos financieros

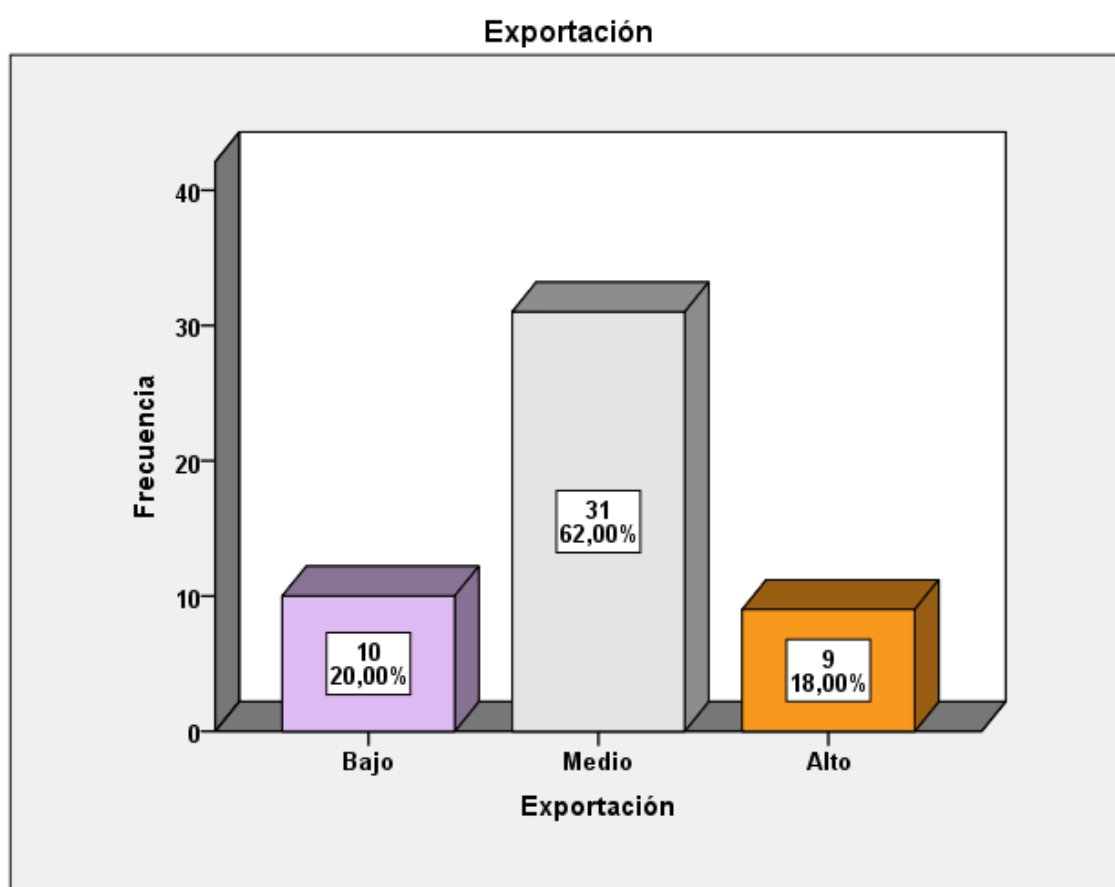


De los 50 agroexportadores en estudio, tabla 4 y figura 4, el 32% indica que los recursos financieros poseen una condición mala, el 20% regular y el 48% bueno.

Tabla 5: Resultados de la variable exportación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Bajo	10	20,0	20,0	20,0
Medio	31	62,0	62,0	82,0
Alto	9	18,0	18,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Figura 5: Resultados de la variable exportación



De los 50 agroexportadores en estudio, tabla 5 y figura 5, el 20% manifiesta que la exportación tiene un rango bajo, en tanto el 62% menciona que hay rango medio y el 18% bueno.

4.2 ANÁLISIS DESCRIPTIVO BIVARIADO

Objetivo general: Identificar la relación entre estrategia de producción y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.

Tabla 6: Resultados de tablas cruzadas de las variables estrategia de producción y exportación.

			Exportación			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Estrategia de producción	Malo	Recuento	8	2	0	10
		% del total	16,0%	4,0%	0,0%	20,0%
	Regular	Recuento	2	22	2	26
		% del total	4,0%	44,0%	4,0%	52,0%
	Bueno	Recuento	0	7	7	14
		% del total	0,0%	14,0%	14,0%	28,0%
Total		Recuento	10	31	9	50
		% del total	20,0%	62,0%	18,0%	100,0%

Figura 6: Gráficos cruzado de las variables estrategias de producción y exportación.

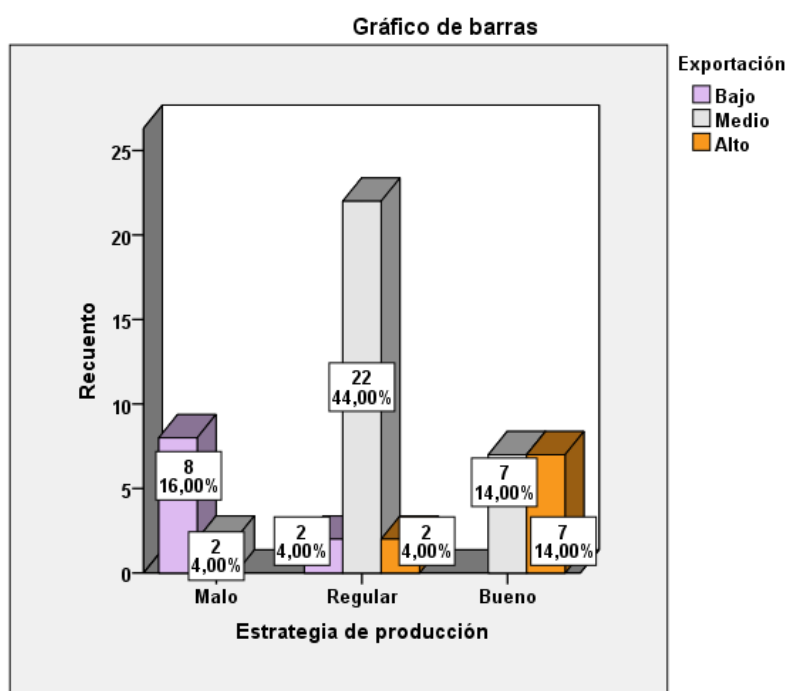


Tabla 6 y figura 6: El 20% de los agroexportadores en estudio expresan que las variables están en un contexto malo, un 52% indican tiene un contexto regular, por último, el 28% señalan que es bueno. En resumen, a mejor aplicación de estrategias en la producción, la exportación se acrecienta.

Objetivo específico 1. Identificar la relación entre condiciones del mercado y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.

Tabla 7: Resultados de tablas cruzadas de la dimensión condiciones del mercado y la variable exportación.

			Exportación			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Condiciones de mercado	Malo	Recuento	10	0	0	10
		% del total	20,0%	0,0%	0,0%	20,0%
	Regular	Recuento	0	24	4	28
		% del total	0,0%	48,0%	8,0%	56,0%
	Bueno	Recuento	0	7	5	12
		% del total	0,0%	14,0%	10,0%	24,0%
Total	Recuento	10	31	9	50	
	% del total	20,0%	62,0%	18,0%	100,0%	

Figura 7: Gráfico cruzado de la dimensión condiciones del mercado y la variable exportación.

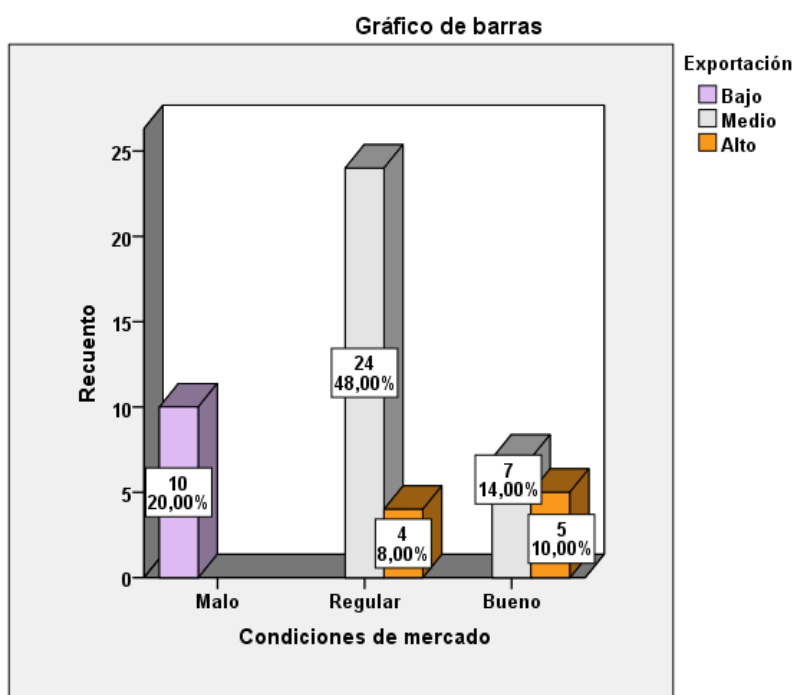


Tabla 7 y figura 7: El 20% de los agroexportadores en estudio expresan que tienen una situación mala, un 56% indican una situación regular, por último, el 24% señalan que es bueno. En resumen, a mejor condición del mercado en la producción, la exportación aumenta.

Objetivo específico 2. Identificar la relación entre recursos materiales y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.

Tabla 8: Resultados de tablas cruzadas de la dimensión recursos materiales y la variable exportación.

		Exportación			Total	
		Bajo	Medio	Alto		
Recursos materiales	Malo	Recuento	8	6	0	14
		% del total	16,0%	12,0%	0,0%	28,0%
	Regular	Recuento	2	25	4	31
		% del total	4,0%	50,0%	8,0%	62,0%
	Bueno	Recuento	0	0	5	5
		% del total	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%
Total	Recuento	10	31	9	50	
	% del total	20,0%	62,0%	18,0%	100,0%	

Figura 8: Gráfico cruzado de la dimensión recursos materiales y la variable exportación.

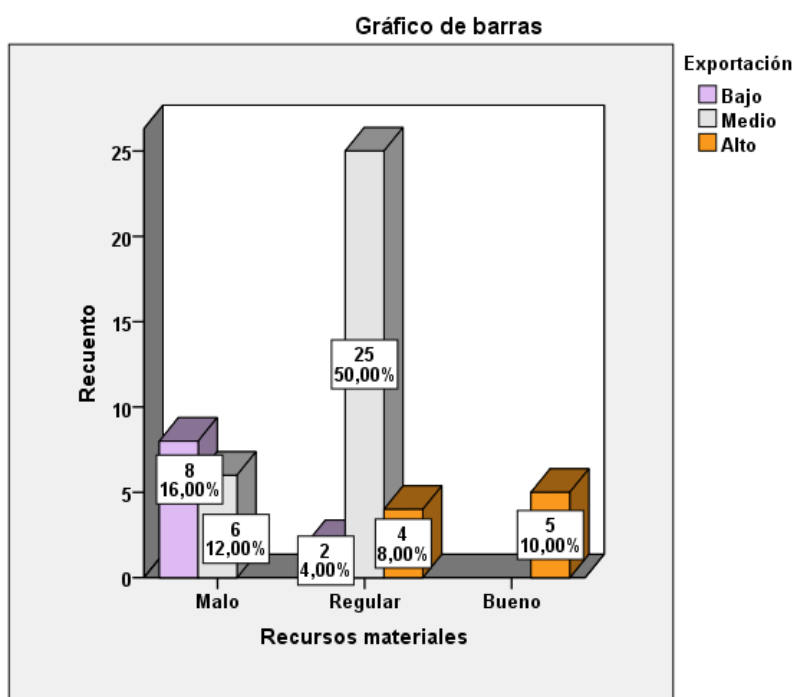


Tabla 8 y figura 8: El 28% de los agroexportadores en estudio expresan que tienen una condición mala, un 62% indican que tienen una condición regular, por último, el 10% señalan que son buenas. En resumen, a mayores recursos de los materiales en la producción, la exportación se incrementa.

Objetivo específico 3. Identificar la relación entre recursos financieros y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.

Tabla 9: Resultados de tablas cruzadas de la dimensión recursos financieros y la variable exportación.

			Exportación			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Recursos financieros	Malo	Recuento	6	10	0	16
		% del total	12,0%	20,0%	0,0%	32,0%
	Regular	Recuento	2	8	0	10
		% del total	4,0%	16,0%	0,0%	20,0%
	Bueno	Recuento	2	13	9	24
		% del total	4,0%	26,0%	18,0%	48,0%
Total	Recuento	10	31	9	50	
	% del total	20,0%	62,0%	18,0%	100,0%	

Figura 9: Gráfico cruzado de la dimensión recursos financieros y la variable exportación.

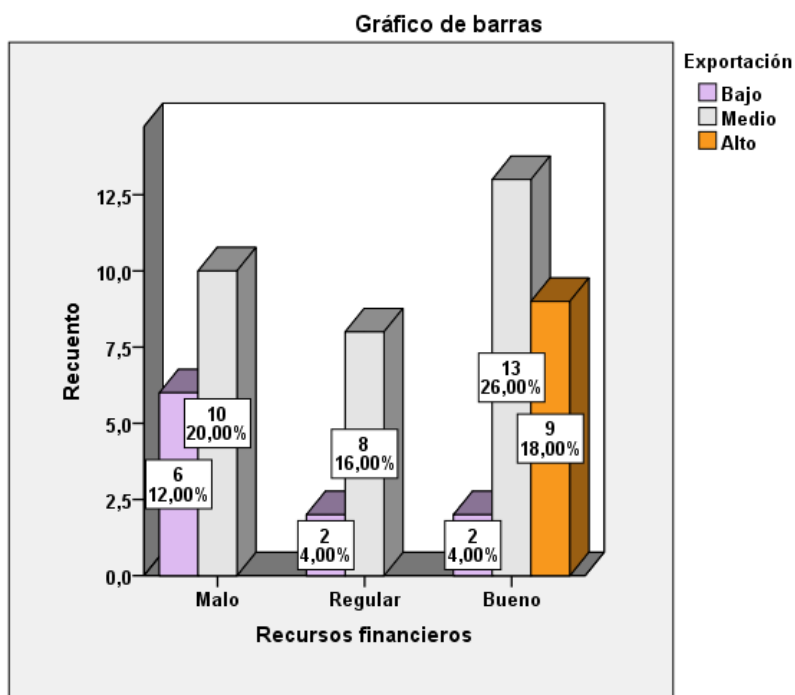


Tabla 9 y figura 9: El 32% de los agroexportadores en estudio expresan que tienen una condición mala, un 20% indican tiene una condición regular, por último, el 48% señalan que son buenas. En resumen, a mayores recursos financieros en la producción, la exportación aumenta.

4.3. ANÁLISIS INFERENCIAL

Hipótesis General: La estrategia de producción se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.

Ha: La estrategia de producción se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.

Ho: La estrategia de producción no se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.

Tabla 10: Resultado de la correlación entre las variables estrategias de producción y la exportación.

			Estrategia de producción	Exportación
Rho de Spearman	Estrategia de producción	Coefficiente de correlación	1,000	,707**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Exportación	Coefficiente de correlación	,707**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

Del análisis estadístico se obtuvo un valor de 0,707, es decir una relación positiva moderada y una significancia de ($p=0,000$) por debajo de la cifra límite de 0,05. Se desestima la hipótesis nula y se acoge la alterna, indicando la dependencia de ambas variables.

Hipótesis específica 1:

Ha: Las condiciones del mercado se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.

Ho: Las condiciones del mercado no se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.

Tabla 11: Resultado de la correlación entre la dimensión condiciones de mercado y la variable exportación.

			Condiciones de mercado	Exportación
Rho de Spearman	Condiciones de mercado	Coefficiente de correlación	1,000	,734**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Exportación	Coefficiente de correlación	,734**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

Del análisis estadístico se obtuvo un valor de 0,734, es decir una relación positiva moderada y una significancia de ($p=0,000$) por debajo de la cifra límite 0,05. Se deniega la hipótesis nula y acogemos la alterna.

Hipótesis específica 2:

Ha: Los recursos materiales se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.

Ho: Los recursos materiales no se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.

Tabla 12: Resultado de la correlación entre la dimensión recursos materiales y la variable exportación.

			Recursos materiales	Exportación
Rho de Spearman	Recursos materiales	Coeficiente de correlación	1,000	,695**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Exportación	Coeficiente de correlación	,695**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

Del análisis estadístico se obtuvo un valor de 0,695, es decir una relación positiva moderado y una significancia de ($p=0,000$) por debajo de la cifra límite 0,05, razón por la cual se decide denegar la hipótesis nula y acogemos la alterna.

Hipótesis específica 3:

Ha: Los recursos financieros se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.

Ho: Los recursos financieros no se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.

Tabla 13: Resultado de la correlación entre la dimensión recursos financieros y la variable exportación.

			Recursos financieros	Exportación
Rho de Spearman	Recursos financieros	Coeficiente de correlación	1,000	,489**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Exportación	Coeficiente de correlación	,489**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

Del análisis estadístico se obtuvo un valor de 0,489, es decir una relación positiva media y una significancia de ($p=0,000$) por debajo de la cifra límite 0,05 razón por la cual se decide desestimar la hipótesis nula y acogemos la alterna.

V. DISCUSIÓN

Basándose en el objetivo y la hipótesis general adquiridos, se identificó una relación entre ambas variables de los agroexportadores de cacao orgánico principalmente debido al hecho del número total de los encuestados y sus respuestas dadas, donde el Rho de Spearman fue = ,707; obtuvo una relación positiva moderada, y la significancia es de ,000. Los resultados se han contrastado con Rojas y Vega (2020), en la que se demostró una correlación de ,887, y, asimismo, se llegó a la conclusión de que la variable estrategia de producción es un factor con alto valor significativo para alcanzar buenos índices en la exportación. En este sentido, ambas pesquisas dan a entender la importancia de implementar estrategias en la producción para alcanzar un alto nivel en el mercado internacional, a pesar de ser aplicadas en diferentes sectores.

Asimismo, se identificó una relación entre condiciones del mercado y exportación de los agroexportadores de cacao orgánico, y basado en las respuestas de los encuestados, fue posible relacionar ambas variables en el Rho de Spearman = ,734; se adquirió una conexión positiva moderada, y significancia ,000. Los resultados en comparación con lo dicho por Carrión (2021) en su investigación, donde se llegó a la conclusión con un 76.8% de que la principal característica para lograr una exportación exitosa dependerá de las condiciones en las que se encuentra el mercado. Contrastando las investigaciones se puede decir, la relevancia de las condiciones en las que realiza las transacciones de compra y venta tiene que estar resaltada por un producto diferenciador que de alguna manera brinde una ventaja hacia los competidores y de esta manera lograr una exportación eficaz.

A su vez, se identificó una relación entre recursos materiales y exportación de los agroexportadores de cacao orgánico, y de acuerdo con las respuestas de los encuestados indican que ambas variables se asocian por el Rho de Spearman = ,695, se adquirió una conexión positiva moderada. Los resultados en contraste con lo indicado por Vázquez (2019) en su pesquisa, donde se concluyó que la variable exportaciones de cacao se ve influencia con los recursos materiales usados ayudaron a optimizar la productividad y mejorar la eficiencia en cada uno de los productores. Difiriendo entre ambas pesquisas se puede observar la importancia en

la adquisición de nuevas maquinarias en condiciones económicas para un mejor proceso en el cultivo ayuda reduciendo costos e incrementa la competitividad. Finalmente, se identificó una relación entre recursos financieros y exportación de los agroexportadores de cacao orgánico, ambas se asociaron por el Rho de Spearman = ,489; donde se pudo obtener una relación positiva media, y significancia de ,000. Contrastando con lo que indica Chuman y Córdova (2019) en su investigación, donde se concluyó que del 70% de los encuestados mencionan que la implementación de procesos de cultivo y un buen manejo de recursos financieros permitió incrementar la exportación y además permitieron tener un mejor nivel de calidad en el servicio. Entre ambas pesquisas, a pesar de la notable diferencia en los resultados, se puede apreciar la relevancia de un buen control financiero en la inversión.

VI. CONCLUSIONES

1. Se concluyó que, la variable estrategia de producción tiene una relación positiva con la variable exportación en el sector agroexportador de cacao en la zona de San Martín hacia el mercado Nueva York, 2021, ya que los resultados obtenidos en la tabla 10, indican una $\rho = 0,707$ y significancia de $= 0,000 < 0,05$. En este razonamiento denegamos la hipótesis nula y accedemos la alterna.
2. Se concluyó que, las condiciones de mercado tienen relación positiva con la variable exportación de los agroexportadores de cacao de la zona de San Martín hacia el mercado de Nueva York, 2021, gracias a lo hallado en la tabla 11, que indica una $\rho = 0,734$ y significancia de $= 0,000 < 0,05$. En este razonamiento se deniega la hipótesis nula y se accede la alterna.
3. Se concluyó que, los recursos materiales tienen relación positiva con la exportación de los agroexportadores de cacao de la zona de San Martín hacia el mercado de Nueva York, 2021, por los resultados conseguidos en la tabla 12, que indica una $\rho = 0,695$ y significancia de $= 0,000 < 0,05$. En este razonamiento se deniega la hipótesis nula y se accede la alterna.
4. Se concluyó que, los recursos financieros tienen relación positiva con la exportación de los agroexportadores de cacao de la zona de San Martín hacia el mercado de Nueva York, 2021, por lo hallado en la tabla 13, que indica una $\rho = 0,489$ y significancia de $= 0,000 < 0,05$. En este razonamiento se deniega la hipótesis nula y se accede la alterna.

VII. RECOMENDACIONES

A través de los estudios realizados en la actual pesquisa, se pueden dar las siguientes recomendaciones:

1. Con relación a las variables estrategia de producción y exportación, las autoridades correspondientes implementen capacitaciones a los agroexportadores de cacao con relación a los procedimientos de cultivo y como se pueden administrar en la exportación, promocionando los beneficios que estos pueden tener, de esta manera generar un crecimiento económico.
2. Respecto a la dimensión condiciones de mercado y la variable exportación, que el estado y la asociación de agroexportadores deben trabajar en conjunto para mejorar el proceso de cultivo a través de capacitaciones e inversiones, llegando a darle un valor agregado para así marcar una diferencia en calidad y volverse más competitivo en el mercado internacional.
3. Con relación a la dimensión recursos materiales y la variable exportación, que los agroexportadores deben realizar compras necesarias a un buen costo de maquinarias y herramientas de cultivo, ya que es necesario la consumación de la tecnología para mejorar la productividad de cacao, así como mejorar la eficiencia y eficacia de los productores.
4. Respecto a la dimensión recursos financieros y exportación, que se realice seguimiento constante a los costos de producción y se analice la posibilidad de aumentar o reducir de acuerdo con beneficio de cada agroexportador, gracias a ello se obtendrá mejoras en los procesos de producción y mayores índices de exportación de cacao orgánico.

REFERENCIAS

- Arias, A. (2014). *Recursos materiales en la producción*. (2ª ed.). Argentina: Editorial La Ley.
- Ayala, D. (2014). *Estrategias de producción y exportación*. Revista: Ciencias Estratégicas, 22(32), 187-196
- Carrasco, S. (2009). *Metodología de la investigación científica*. Perú: Editorial San Marcos.
- Cravens, H. (2001). *Condiciones de mercado*. Colombia: Editorial UN.
- Daniel, F. (2015). *Teoría evolutiva de las exportaciones*. España: Ediciones Pirámide.
- Chiner, E. (2011). *El concepto de la Validez*. Recuperado de: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/25/Tema%206-Validez.pdf>
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing y Estrategias de producción*. Recuperado en: <https://books.google.com.pe/books?id=FpvOL1kpfKoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Echevarría, H. (2016). *Los diseños de investigación Cuantitativa en psicología y educación*. Argentina: UniRio.
- Fernández, A. y Avella, O. (2011). *Ventajas en la producción*. España: Editorial Esic.
- Flick, U. (2015). *El diseño de investigación cualitativa*. España: Ediciones Morata, S.L.
- García, E. (2014). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. Edic. Paraninfo, S.A. España.
- García, S. (2016). *Análisis de la estrategia de marketing y la innovación de producto de Chocolates Valor*. Recuperado de: <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/2876/1/TFG%20Garc%C3%ADa%20Rodríguez%20Silvia.pdf>
- González G. (2015). *Estrategia de Producción y Operaciones* (1ª ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Hernández (2011). *Validación de un Instrumento sobre Metacognición para Estudiantes de Segundo Ciclo de Educación General Básica*. Chile:

- Universidad Austral de Chile. Recuperado de redalyc.org/pdf/1735/173524998007.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ta. ed.). México D.F.: Mc Graw Hill
- Hernández, Coello (2003). *El proceso de investigación científica*. (Segunda edición). La Habana: Editorial Universitaria.
- Ibarra, H. (2016). *Competitividad, conceptos y estrategias de producción*. (6ª ed.). España: Editorial Paraninfo.
- Kotler (2010). *Estrategias, marketing y exportación*. Recuperado en: https://books.google.com.pe/books?id=MaM2_0jKwX4C&printsec=frontcover&dq=libro+estrategias+de+marketing+philip+Kotler&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjxsPUqu_aAhULy1kKHeiJDekQ6AEIJjAA#v=onepage&q=libro%20estrategias%20de%20marketing%20philip%20Kotler&f=false
- Larraín, F. y Sachs, C. (2013). *Crecimiento económico en las exportaciones*. Colombia: Ediciones Urano.
- Manuera y Rodríguez (2013). *Estrategias de producción*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=5MiDVekHaiQC&printsec=frontcover&dq=estrategias+de+marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwim1rCEjPDaAhWByIMKHShDAhEQ6AEIKzAB#v=onepage&q=estrategias%20de%20marketing&f=false>
- Marcelo, N. (2018). *Producción y Exportación de Cacao en grano peruano hacia la Unión Europea durando 2013-2017*. Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Negocios Internacionales. Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65347/Marcelo_MNR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martínez, G. (2015). *Plan de negocio y exportación*. (3ª ed.). Mexico: Pearson Education.
- Marx, L. (2013). *Productividad en la exportación*. (2ª ed.). Argentina: Editorial Marcial Pons.
- Medina I. (2018). *Exportación de cacao orgánico en polvo a Hamburgo - Alemania*. (Tesis para obtener el grado de Bachiller en Administración de Negocios). Universidad de San Martín de Porres.

- Moreno, E. y Carrillo, J. (2008). *Manual de uso de SPSS* (1ª. ed.). Recuperado de: http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:500727/Guia_SPSS.pdf.
- Peralta K. y Chasin S. (2015). *Exportación de cacao orgánico al mercado alemán por medianas empresas de Guayaquil*. (Tesis para obtener el grado de Bachiller en Ingeniería de Comercio Exterior). Universidad Laica Vicente Rocafuerte. Ecuador.
- Popitone, M. (2017). *Fundamentos de marketing y estrategias de producción* (3ª ed.). Mexico: Personeducation.
- Quintero, María (2015). *Productos básicos agrícolas y desarrollo: producción y comercialización de cacao en Venezuela*. Recuperado en: http://infocafes.com/portal/wpcontent/uploads/2017/07/td_liliana_q.pdf
- Rojas, A. y Vega, D. (2020). *Estrategias de producción de la palta hass de la empresa Agrokasa Holding S.A. de Lima y la exportación al mercado estadounidense, año 2019*. Recuperado de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57193/Rojas_GA-Vega_BDE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodriguez, Y. (2015). *Estrategia de producción en el sistema agroforestal de la empresa café y cacao “Yateras”- Guantánamo*. (Tesis para optar el grado de Bachiller en Comercio Exterior). Universidad de Pinar del Río. Cuba.
- Saenz, J. (2017) *Investigación educativa. Fundamentos teóricos, procesos y elementos prácticos*. Editorial UNED
- Sainz de Vicuña, A. *El plan de producción en la práctica*. Recuperado: <https://books.google.com.pe/books?id=kuRxBAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=estrategia+de+marketing+para+la+comercializacion+de+palta&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjMuahUKEwjMueLQ1kKHcZXBWY4HhDoAQgzMAM#v=onepage&q&f=false>
- Sierralta, A. (2014). *Teoría evolutiva del comercio internacional*, Edic. ESAN.
- Suranovic, P. (2014). *Teorías económicas y conceptos en la exportación*. España: Ediciones ESAN.
- Valbuena, R. (2020) *El Ocaso de las Ciencias Sociales: Crítica fundamentada a su Metodología*. Primera Edición: España. Recuperado en: https://books.google.com.pe/books?id=ytDoDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- Vásquez E. (2018). *Estrategias de producción y asistencia técnica en el cultivo de cacao a familias participantes, en la provincia de Padre Abad, región Ucayali*. Tesis para obtener el grado de bachiller de Negocios Internacionales). Universidad Nacional de San Martín.
- Vasquez A. (2019). *Impacto de las exportaciones de cacao en la región San martin durante el periodo 2012 al 2017*. Tesis para obtener el Grado Académico de Bachiller en International Business. Universidad San Ignacio de Loyola. Recuperado de:
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/5ce308e4-a34c-4753-9024-f8942113730c/content>
- Verd, M. y Lozares, C. (2016). *Introducción a la investigación cualitativa. Fases, Métodos y Técnicas*. España: Ediciones Síntesis.

ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de variables

Variable 1: Estrategias de producción

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Estrategia de producción	"Se entiende como un plan a largo plazo para la elaboración de los procesos productivos, en el que se toman como requisitos la misión, la competencia característica, los objetivos y las medidas de desempeño; así como las capacidades, programas e iniciativa de mejora, su ejecución y verificación, cuyo requisito fundamental es contribuir al logro de la misión y los objetivos de las estrategias corporativas y de negocio, dando como resultado un esquema consistente de toma de decisiones para el área de producción y una ventaja competitiva para la organización" (Gonzales, 2015, p.15-20)	La medición de esta variable se realizará con un cuestionario y se tomarán en cuenta las dimensiones y los indicadores de la teoría principal	Condiciones del mercado	Precios	Ordinal Escala de Likert (1)Nunca (2)Pocas veces (3)Algunas veces (4)Casi siempre (5)Siempre
				Calidad	
			Recursos materiales	Materia prima	
				Maquinarias	
				Terreno	
			Recursos financieros	Compras	
				Venta	
				Rentabilidad	

Fuente: Elaboración propia

Variable 2: Exportación

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Exportación	"Es la comercialización de bienes nacionales a un mercado extranjero de gran valor en los negocios internacionales y tiene como objetivo la venta de los productos en el país extranjero al que corresponde. Al mismo tiempo, es la obtención de beneficios a través de la venta de servicios y productos, logrando incrementar la productividad en su organización. Los exportadores gozan el privilegio de tener clientes fuera de sus fronteras, teniendo en cuenta siempre las normas que se rigen en dicho país". (Martinez, 2015, p.103-113)	La medición de esta variable se realizará con un cuestionario y se tomarán en cuenta las dimensiones y los indicadores de la teoría principal	Crecimiento económico	Producción de bienes	Ordinal Escala de Likert (1)Nunca (2)Pocas veces (3)Algunas veces (4)Casi siempre (5)Siempre
				Producción de servicios	
			Productividad	Mano de obra	
				Calidad de producción	
				Uso de recursos	
			Ventajas en la producción	Flexibilidad de productos	
				Rendimiento de calidad	
				Sistemas de distribución	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. Instrumento de recolección de datos

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

SEÑOR(A):

Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios servirá para recopilar datos informativos acerca de las dos variables de estudios de mi proyecto de investigación relacionadas con las estrategias de marketing y la competitividad. Le agradezco de antemano su tiempo, comprensión y colaboración brindada.

INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:

Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)

CUESTIONARIO

VARIABLE: ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNCA	POCAS VECES	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
CONDICIONES DEL MERCADO	PRECIOS					
	1. Considera que el precio de su producto es muy accesible.					
	2. Establece sus precios basándose en la competencia.					
	CALIDAD					
RECURSOS MATERIALES	3. Agrega algún elemento diferenciador a su producto principal.					
	4. Su producto se diferencia por su calidad.					
	MATERIA PRIMA					
	5. Se encuentran las mercancías debidamente protegidas contra el deterioro físico.					
	6. Considera la renovación de materia prima.					
	MAQUINARIAS					
	7. Realiza frecuentemente el mantenimiento de maquinarias.					
	8. Considera que el uso de maquinarias le favorece a su producción diaria.					
	TERRENO					
	9. Utiliza intermediarios como los mayoristas que vendan y distribuyan sus productos al mercado internacional.					
10. Ha solicitado en algún determinado momento los servicios de un bróker internacional para la venta de sus productos a un cliente extranjero.						
RECURSOS FINANCIEROS	COMPRAS					
	11. Considera la compra de nuevos instrumentos.					
	12. La compra de materiales nuevos es llevada al almacén.					
	VENTAS					
	13. Considera que su punto de venta es de fácil ubicación para el cliente.					
	14. Considera la posibilidad de aumentar más puntos de venta.					
	RENTABILIDAD					
	15. Considera que el tener una base de datos de sus principales socios le ha generado mayores utilidades.					
16. Considera que el valor de su participación varía constantemente.						

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

SEÑOR(A):

Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios servirá para recopilar datos informativos acerca de las dos variables de estudios de mi proyecto de investigación relacionadas con las estrategias de marketing y la competitividad. Le agradezco de antemano su tiempo, comprensión y colaboración brindada.

INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:

Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)

CUESTIONARIO

VARIABLE: EXPORTACIÓN

DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA					
		NUNCA	POCAS VECES	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	
		1	2	3	4	5	
CRECIMIENTO ECONÓMICO	PRODUCCIÓN DE BIENES						
	1. Analiza los costos promedio de las acciones de recaudación.						
	2. Hay inconvenientes con la producción de bienes y servicios.						
	PRODUCCIÓN DE SERVICIOS						
PRODUCTIVIDAD	3. Considera accesible el precio de su producto para su mercado meta.						
	4. Proporciona información agregada del producto que ofrece a sus clientes.						
	MANO DE OBRA						
	5. Actualiza y capacita a sus trabajadores.						
	6. Considera que sus capacitadores están capacitados para realizar el trabajo de campo.						
	CALIDAD DE PRODUCCIÓN						
VENTAJAS EN LA PRODUCCIÓN	7. Cumple con las fechas acordadas para el desarrollo de los objetivos.						
	8. Realiza mejoras en las maquinarias para el cumplimiento de objetivos.						
	USO DE RECURSOS						
	9. Considera una buena comunicación a través de las redes sociales.						
VENTAJAS EN LA PRODUCCIÓN	10. Usa productos aplicados en las labores agrícolas como: pesticidas, abonos o químicos.						
	FLEXIBILIDAD DE PRODUCTOS						
	11. Considera que el comprador encuentra variabilidad de sus productos.						
	12. Recibe ayuda de autoridades responsables sobre acuerdos de exportación.						
	RENDIMIENTO DE CALIDAD						
	13. Pone énfasis en el valor adicional que le da a su producto.						
VENTAJAS EN LA PRODUCCIÓN	14. Brinda frecuentemente actualizar la calidad de su producto.						
	SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN						
	15. Se asocia con otras empresas para cumplir con un pedido de mayor magnitud.						
	16. Al realizar una distribución cumple con el tiempo de entrega de su producto.						

Anexo 3: Validez y confiabilidad del instrumento

Validez del instrumento por juicio de expertos

Tabla 14: Validez de expertos

Expertos	Aplicables
Experto 1: Dr. Jara Miranda, Robert Alexander	83%
Experto 2: Mg. Delgado Farfán, Irvin Stid	82%
Experto 3: Mg. Berta Hinostroza, Mike Paul	82%

La validez del instrumento por juicio de expertos indica que es aplicable

Confiabilidad de instrumento

Variable 1: Estrategia de producción

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Casos Válidos	30	100,0
Excluidos ^a	0	0,0
Total	30	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 15: Alfa de Cronbach de variable estrategias de producción

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,825	16

Variable 2: Exportación

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Casos Válidos	30	100,0
Excluidos ^a	0	0,0
Total	30	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 16: Alfa de Cronbach de la variable exportación

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,846	16

Anexo 4. Validación de expertos del instrumento de investigación



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. Jara Miranda, Robert Alexander
I.2. Especialidad del Validador: Doctor en Administración
I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Tiempo Completo – Universidad César Vallejo
I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
I.5. Autor del instrumento: Alarcón Pajuelo, Osnar Luis / Olivos Racchumí, Linda Leidy

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						83 %

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

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

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Los Olivos, 02 de mayo del 2022.

83 %

Dr. Jara Miranda, Robert Alexander
DNI: 42312593

Teléfono: 947 995 565

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1:

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

Variable 2:

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



Dr. Jara Miranda, Robert Alexander
DNI: 42312593

Teléfono: 947 995 565

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

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. Delgado Farfán, Irvin Stid
- I.2. Especialidad del Validador: Maestro en Comercio y Negociaciones Internacionales
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Tiempo Parcial – Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Alarcón Pajuelo, Osnar Luis / Olivos Racchumí, Linda Leidy

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						82%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

82%

Los Olivos, 02 de mayo del 2022.



Mg. Delgado Farfán, Irvin ~~Stid~~

DNI: 45471935

Teléfono: 940327624

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1:

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

Variable 2:

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



Mg. Delgado Farfán, Irvin Stid

DNI: 45471935

Teléfono: 940327624

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

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. Berta Hinostroza, Mike Paul
- I.2. Especialidad del Validador: Dra. en Administración y RRHH
- I.3. Cargo e Institución donde labora: DTP Universidad Cesar Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Alarcón Pajuelo, Osnar Luis / Olivos Racchumí, Linda Leidy

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						82 %

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

82 %

Los Olivos, 02 de mayo del 2022.



Firma de experto informante

DNI: 09561796

Teléfono: 995461549

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1:

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

Variable 2:

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



Firma de experto informante

DNI: 09561796

Teléfono: 995461549

CARTA DE PRESENTACIÓN

Validador 1:
Dr. Jara Miranda, Robert Alexander

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la escuela de Negocios Internacionales de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder realizar el Desarrollo del Proyecto de Investigación de X ciclo.

El título del proyecto de investigación es: "Estrategia de producción y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recurro ante su connotada experiencia en la línea de investigación "Marketing y Comercio internacional".

El expediente de validación que le hago llegar contiene lo siguiente:

Enfoque cuantitativo:

- Carta de presentación.
- Dictamen favorable del proyecto por parte del Comité de Ética en Investigación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Matriz de consistencia.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos que miden las variables y dimensiones.
- Protocolo de evaluación del instrumento.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Alarcón Pajuelo, Osner Luis
DNI: 73235260



Olivos Racchumí, Linda Leidy
DNI: 75372139

CARTA DE PRESENTACIÓN

Validador 2:
Mg. Delgado Farfán, Irvin Stid|

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la escuela de Negocios Internacionales de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder realizar el Desarrollo del Proyecto de Investigación de X ciclo.

El título del proyecto de investigación es: "Estrategia de producción y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recorro ante su connotada experiencia en la línea de investigación "Marketing y Comercio internacional".

El expediente de validación que le hago llegar contiene lo siguiente:

Enfoque cuantitativo:

- Carta de presentación.
- Dictamen favorable del proyecto por parte del Comité de Ética en Investigación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Matriz de consistencia.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos que miden las variables y dimensiones.
- Protocolo de evaluación del instrumento.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Alarcón Pajuelo, Osnar Luis
DNI: 73235260



Olivos Racchumí, Linda Leidy
DNI: 75372139

CARTA DE PRESENTACIÓN

Validador 3:
Mg. Berta Hinojosa, Mike Paul

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos, asimismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la escuela de Negocios Internacionales de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder realizar el Desarrollo del Proyecto de Investigación de X ciclo.

El título del proyecto de investigación es: "Estrategia de producción y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, recurro ante su connotada experiencia en la línea de investigación "Marketing y Comercio internacional".

El expediente de validación que le hago llegar contiene lo siguiente:

Enfoque cuantitativo:

- Carta de presentación.
- Dictamen favorable del proyecto por parte del Comité de Ética en Investigación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Matriz de consistencia.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos que miden las variables y dimensiones.
- Protocolo de evaluación del instrumento.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Alarcón Pajuelo, Osnar Luis
DNI: 73235260



Olivos Racchumí, Linda Leidy
DNI: 75372139

Anexo 5. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA								
Título: Estrategias de producción y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.								
Autor: Alarcón Pajuelo, Osnar Luis / Olivos Racchumi, Linda Leidy								
Problemas	Objetivos	Hipotesis	Variable e indicadores					
<p>Problema general:</p> <p>¿Cuál es la relación entre estrategia de producción y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>¿Cuál es la relación entre condiciones del mercado y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre recursos materiales y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre recursos financieros y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Identificar la relación entre estrategias de producción y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Identificar la relación entre condiciones del mercado y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.</p> <p>Identificar la relación entre recursos materiales y exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.</p> <p>Identificar la relación entre recursos financieros con exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.</p>	<p>Hipótesis general:</p> <p>La estrategia de producción se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.</p> <p>Hipótesis específicos:</p> <p>Las condiciones del mercado se relaciona la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.</p> <p>Los recursos materiales se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.</p> <p>Los recursos financieros se relaciona con la exportación de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín hacia Nueva York, 2021.</p>	Variable 1: Estrategia de producción					
			Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medición	Niveles o rangos	Niveles o rangos
			Condiciones de mercado	Precio	1,2	(1)Nunca (2)Pocas veces (3)Algunas veces (4)Casi siempre (5)Siempre	Malo Regular Bueno	Malo Regular Bueno
				Calidad	3,4			
			Recursos materiales	Materia prima	5,6			
				Maquinarias	7,8			
				Terreno	9,10			
			Recursos financieros	Compras	11,12			
				Venta	13,14			
				Rentabilidad	15,16			
			Variable 2: Exportación					
			Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medición	Niveles o rangos	Niveles o rangos
			Crecimiento económico	Producción de bienes	1,2	(1)Nunca (2)Pocas veces (3)Algunas veces (4)Casi siempre (5)Siempre	Malo Regular Bueno	Bajo Medio Alto
				Producción de servicios	3,4			
			Productividad	Mano de obra	5,6			
Calidad de producción	7,8							
Uso de recursos	9,10							
Ventajas de producción	Flexibilidad de productos	11,12						
	Rendimiento de calidad	13,14						
	Sistemas de distribución	15,16						

Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos	Estadística a utilizar
<p>Tipo de estudio: Aplicada</p> <p>Diseño: No experimental, Transversal, Correlacional</p>	<p>Población: La población informante del presente trabajo de investigación y estudio ha quedado definida por 50 agroexportadores de cacao orgánico de los agroexportadores de la provincia de San Martín, región San Martín.</p> <p>Tamaño de muestra: 50</p> <p>Tipo de muestreo: Censal</p>	<p>Variable 1: Estrategias de producción</p> <p>Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Año: 2022 Elaboración: Propia Ámbito de Aplicación: Agroexportadoras de cacao orgánico Forma de Administración: Individual</p> <p>Variable 2: Exportación</p> <p>Técnicas: Encuesta Instrumentos: Cuestionario Año: 2022 Elaboración: Propia Ámbito de Aplicación: Agroexportadoras de cacao orgánico Forma de Administración: Individual</p>	<p>DESCRIPTIVA</p> <p>INFERENCIAL</p>

Base de datos para SPSS

VARIABLES	ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN																EXPORTACIÓN										V1	V2	D1	D2	D3							
	Condiciones de mercado				Recursos materiales				Recursos financieros				Crecimiento economico				Productividad				Ventajas de producción																	
	INDICADORES	P1	P2	C1	C2	MP1	MP2	M1	M2	T1	T2	C1	C2	V1	V2	R1	R2	PB1	PB2	PS1	PS2	MO1	MO2	CP1	CP2	UR1						UR2	FP1	FP2	RC1	RC2	SD1	SD2
Cuestionario 1	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	2	2	53	50	13	20	20
Cuestionario 2	4	2	5	3	2	4	2	3	4	3	4	2	3	2	3	2	4	2	2	5	2	5	4	2	3	5	4	2	3	3	3	48	54	14	18	16		
Cuestionario 3	4	4	3	4	3	2	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	2	3	2	4	2	4	4	3	2	4	4	4	4	54	54	15	18	21		
Cuestionario 4	3	3	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	55	58	13	20	22		
Cuestionario 5	4	4	3	3	3	3	2	4	3	4	3	2	3	2	4	2	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	49	56	14	19	16			
Cuestionario 6	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	58	59	15	22	21		
Cuestionario 7	4	5	4	3	3	5	2	5	2	4	5	3	5	3	4	3	2	5	3	3	3	3	5	2	4	5	3	3	3	4	3	2	60	53	16	21	23	
Cuestionario 8	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	62	61	15	23	24		
Cuestionario 9	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	35	38	9	12	14		
Cuestionario 10	2	2	3	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	41	38	10	14	17		
Cuestionario 11	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	3	69	69	17	27	25		
Cuestionario 12	4	3	3	5	5	3	3	2	5	2	2	3	2	4	3	2	4	2	4	3	4	2	4	2	4	2	4	4	5	4	3	2	51	53	15	20	16	
Cuestionario 13	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	60	60	16	21	23		
Cuestionario 14	4	2	3	3	3	2	2	3	2	2	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	45	42	12	14	19			
Cuestionario 15	4	4	3	3	2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	5	3	2	2	58	55	14	22	22	
Cuestionario 16	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	59	57	16	21	22		
Cuestionario 17	3	3	2	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	2	4	2	4	2	4	2	2	3	2	2	2	2	51	42	10	19	22		
Cuestionario 18	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	58	60	14	21	23		
Cuestionario 19	3	2	2	2	3	2	2	2	3	4	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	2	2	3	2	4	40	39	9	16	15		
Cuestionario 20	5	4	5	4	4	3	5	3	5	2	4	4	2	5	4	5	3	2	4	4	4	2	5	2	4	2	2	4	4	3	4	64	53	18	22	24		
Cuestionario 21	4	4	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3	2	4	3	4	4	3	4	2	3	3	3	4	4	4	2	2	4	4	47	54	14	16	17		
Cuestionario 22	4	3	3	5	3	2	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	3	3	2	3	4	2	4	4	3	3	53	54	15	16	22		
Cuestionario 23	2	4	4	3	4	2	3	3	4	4	4	2	2	3	4	2	3	4	2	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	50	51	13	20	17			
Cuestionario 24	4	4	3	3	3	4	4	2	2	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	50	59	14	17	19		
Cuestionario 25	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	61	62	16	23	22		
Cuestionario 26	4	3	5	5	3	3	5	4	3	4	5	4	3	5	3	3	5	4	3	3	5	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	62	59	17	22	23		
Cuestionario 27	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	53	50	13	20	20			
Cuestionario 28	4	2	5	3	2	4	2	3	4	3	4	2	3	2	3	2	4	2	2	5	2	5	4	2	3	5	5	4	2	3	3	48	54	14	18	16		
Cuestionario 29	4	4	3	4	3	2	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	2	3	2	4	2	4	2	4	3	2	4	4	4	4	54	54	15	18	21		
Cuestionario 30	3	3	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	55	58	13	20	22		
Cuestionario 31	4	4	3	3	3	3	2	4	3	4	3	2	3	2	4	2	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	49	56	14	19	16		
Cuestionario 32	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	58	59	15	22	21		
Cuestionario 33	4	5	4	3	3	5	2	5	2	4	5	3	5	3	4	3	2	5	3	3	3	3	5	2	4	5	3	3	4	3	2	60	53	16	21	23		
Cuestionario 34	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	62	61	15	23	24		
Cuestionario 35	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	35	38	9	12	14		
Cuestionario 36	2	2	3	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	1	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	41	38	10	14	17		
Cuestionario 37	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	3	69	69	17	27	25		
Cuestionario 38	4	3	3	5	5	3	3	2	5	2	2	3	2	4	3	2	4	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	5	4	3	2	51	53	15	20	16		
Cuestionario 39	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	60	60	16	21	23			
Cuestionario 40	4	2	3	3	3	2	2	3	2	2	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	45	42	12	14	19		
Cuestionario 41	4	4	3	3	2	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	5	3	2	2	58	55	14	22	22		
Cuestionario 42	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	59	57	16	21	22		
Cuestionario 43	3	3	2	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	2	4	4	2	4	2	4	2	2	3	2	2	2	2	51	42	10	19	22		
Cuestionario 44	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	58	60	14	21	23		
Cuestionario 45	3	2	2	3	2	2	3	4	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4	2	4	2	2	3	2	40	39	9	16	15		
Cuestionario 46	5	4	5	4	4	3	5	3	5	2	4	4	2	5	4	5	3	2	4	4	4	2	5	2	4	2	2	4	4	3	4	64	53	18	22	24		
Cuestionario 47	4	4	3	3	2	2	3	4	3	2	3	3	2	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	4	4	4	2	2	4	4	47	54	14	16	17			
Cuestionario 48	4	3	3	5	3	2	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	3	3	2	3	4	2	4	4	3	3	53	54	15	16	22		
Cuestionario 49	2	4	4	3	4	2	3	3	4	4	4	2	2	2	3	4	2	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	50	51	13	20	17			
Cuestionario 50	4	4	3	3	3	4	4	2	2	2	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	50	59	14	17	19	