



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“LA ASOCIATIVIDAD DE PRODUCTORES DE CHOCOLATE DEL DISTRITO DE CAJAMARCA – CAJAMARCA COMO MEDIO DE EXPORTACION A ESTADOS UNIDOS 2022”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Ricardo Jose Montenegro Moreno

Asesor:

Mg. Cristhian Paul Céspedes Ortiz

Cajamarca - Perú

2022

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado esencialmente a Dios por darme la oportunidad de continuar estudiando nuestra carrera y a mis padres por el apoyo incondicional que me han dado en todo este tiempo, son los mejores padres que un hijo pueda tener.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por darme la oportunidad de terminar mi carrera y a todos los docentes que me han enseñado en todos estos años, me siento infinitamente agradecida por haberme brindado su conocimiento, también agradecer a mi familia por todo el apoyo, valores y consejos, gracias a todos ustedes.

Tabla de contenido

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
RESUMEN.....	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	21
CAPÍTULO III. RESULTADOS	29
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	44
REFERENCIAS	50
ANEXOS.....	55

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Empresas productoras de chocolate en Cajamarca</i>	22
Tabla 2 <i>Escala de medición de la encuesta</i>	26
Tabla 3: <i>Género de los responsables de las empresas</i>	29
Tabla 4: <i>Nivel de asociatividad de productores de chocolate</i>	30
Tabla 5: <i>Nivel de medio de exportación para productores de chocolate</i>	31
Tabla 6: <i>Relación de Asociatividad y medio de exportación de productores de chocolate</i>	32
Tabla 7: <i>Relación de Asociatividad y medio de exportación de productores de chocolate</i>	33
Tabla 8: <i>Dimensión Esfuerzo para Asociatividad</i>	35
Tabla 9: <i>Dimensión Competitividad para Asociatividad</i>	37
Tabla 10: <i>Logística para medio de exportación</i>	39
Tabla 11: <i>Canales de distribución para medio de exportación</i>	41
Tabla 12: <i>Prueba de normalidad</i>	43
Tabla 13: <i>Correlación para la asociatividad y medio de exportación</i>	43

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Género de los responsables de las empresas	29
<i>Figura 2:</i> Nivel de asociatividad de productores de chocolate	30
<i>Figura 3:</i> Nivel de medio de exportación para productores de chocolate.....	31
<i>Figura 4:</i> Relación de Asociatividad y medio de exportación de productores de chocolate	32
<i>Figura 5:</i> Relación de Asociatividad y medio de exportación de productores de chocolate	34
<i>Figura 6:</i> Dimensión Esfuerzo para Asociatividad.....	36
<i>Figura 7:</i> Dimensión Competitividad para Asociatividad	38
<i>Figura 8:</i> Logística para medio de exportación	40
<i>Figura 9:</i> Canales de distribución para medio de exportación.....	42

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es identificar las ventajas de Asociatividad de productores de chocolate del distrito de Cajamarca - Cajamarca como medio de exportación a Estados Unidos 2022. Para lograr a cabo la investigación se consultó con artículos bibliográficos, cuyos estudios tienen como instrumentos la asociatividad y exportación en el cual está basada en una investigación aplicada con un enfoque cualitativo ya que busca examinar el estado de todos los productores de chocolate del distrito de Cajamarca y plantear una solución. La investigación utiliza un estudio de diseño descriptivo, no experimental con método Inductivo – Deductivo ya que solo analiza el efecto de asociar a los productores de la zona y que a través de esto ellos puedan ingresar a nuevos mercados extranjeros; el instrumento que se utilizó como técnica una encuesta cuyo instrumento es un cuestionario evaluado mediante la escala de Likert. La población está compuesta por 26 productores socios de chocolate de Cajamarca; por ende, la muestra será de 16 productores del distrito de Cajamarca y el tipo de muestreo es no probabilístico. Como resultados tenemos que si la asociatividad es baja y el medio de exportación es bajo la relación entre ambos es 71%, cuando la asociatividad es media y el medio de exportación también entonces la relación entre ambos es un 82%, cuando la asociatividad es alta y el medio de exportación es alto se tiene una relación de 80%, esto se traduce como que, al incrementar la asociatividad se incrementa el medio de exportación. Entonces se llegó a la conclusión por medio de la correlación de Pearson que, si existe una correlación positiva y alta, pues $r=0,780$ es un valor que se acerca a 1.

Palabras clave: asociatividad, productores, exportación.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La Historia del chocolate comienza con los primeros homínidos de las zonas templadas de América que comían la fruta dulce y cremosa que ofrecían las vainas o habas del cacao, el origen del chocolate registra que ya se consumían los granos de cacao desde hace 3750 años en México. (Cub del chocolate, 2021)

En el viejo mundo todos los cronistas e historiadores de Indias hablan del cacao, no sucede lo mismo en la palabra chocolate que por fin aparece tardíamente, en la década de 1570. (Hernández Triviño, 2013)

En la actualidad el chocolate implica a la industria hotelera como parte de los alimentos procesados del sector, también al sector cultural y debido a que la competencia del chocolate es cada vez más fuerte, con las empresas implicadas en ella, necesitan estrategias de marketing eficaces (Sosa Tinoco, 2020).

Por muchos años Latinoamérica solo se ha conformado con exportar el cacao producido a Europa, para que países como Suiza, se llevaran todos los galardones al ser distinguidos como el “mejor chocolate del mundo”; pero esto está empezando a cambiar porque día a día las fábricas de chocolate de países como Ecuador, Perú y Venezuela, no sólo cultivan el cacao, sino que se quedan con él para crear un producto que no tiene nada que envidiarles a las chocolaterías europeas. (Pérez Almeida, 2013)

Teniendo en cuenta lo antes mencionado podemos pensar en modelos de asociación y exportación para el chocolate ya elaborado como tal. Muñoz señala que la asociatividad empresarial y el esfuerzo de cooperación interempresarial que

tiene como objetivo mejorar la gestión, la productividad y la competitividad de sus participantes.

Se diferencia de las asociaciones o gremios empresariales en que estas tienen como objetivo principal la representatividad frente al sector público y la defensa de intereses sectoriales de cara a las políticas públicas que los afectan. (Casas & Muñoz, 2014)

Es por eso que se realizó una investigación la cual intenta responder a este desafío a través de artículos, tesis de repositorios (EBSCO, UTE, UPN, Google Académico) internacionales, nacionales y locales con el fin de conocer sobre la asociatividad como medio de exportaciones.

(Molina Martínez & Ramos Martínez, 2020) en México realizaron una investigación donde tienen como objetivo identificar los principales factores que pueden impulsar las exportaciones de cacao en grano de las empresas productoras y exportadoras de cacao en grano de Tabasco, para lo cual se aplicó una encuesta utilizando una escala tipo Likert que consta de 45 ítems a las empresas mencionadas, los resultados obtenidos permitieron concluir que las exportaciones de dichas empresas se pueden incrementar mediante el aumento de la competitividad y la diversificación del mercado de exportación mediante la aplicación de diversas estrategias empresariales.

(Molina Mina, 2019) elaboró un plan de exportación de Vino de cacao hacia la provincia de Ontario, Canadá previo a la creación de la asociación ASOCASA formada por productores del cantón San Lorenzo, provincia de Esmeraldas(Ecuador), donde evaluó las características y atributos con los que contará el producto y con los que se pretende cuente la asociación para su apertura

a mercados internacionales, se determinó la fracción arancelaria en la que se clasificará el vino para su comercialización internacional y para la exportación del producto, se presenta la propuesta de comercializar. Se concluyó que en el sector canadiense la demanda de tiene un crecimiento progresivo en los últimos años. Debido a su crecimiento económico y social este país se ha convertido en uno de los mejores mercados para la venta de productos derivados de cacao (tercer producto importado por Canadá desde Ecuador) y productos del sector vinícola, situación dada por la influencia que ha sufrido el mercado con la inmigración. El consumidor canadiense define sus compras principalmente por la calidad del producto, su origen y composición, sin embargo, se caracteriza por ser inquieto e innovador dando paso a la acogida de nuevos productos al mercado.

(Orbea Herrera, 2018) en su tesis *“Asociatividad para la comercialización de Cacao de los pequeños Productores del recinto Aguacate de Pise, Cantón Valencia - Provincia De Los Ríos”*, tiene como objetivo identificar si existen condiciones que permitan fomentar procesos asociativos para la comercialización de cacao en el Recinto Aguacate de Pise, cantón Valencia-provincia de Los Ríos. El presente estudio ha tomado como muestra el recinto Aguacate de Pise-cantón Valencia provincia de Los Ríos, la información obtenida fue gracias a las diferentes técnicas y conocimientos alcanzados durante la realización de los estudios de cuarto nivel. Finalmente, se concluye que, la población del recinto Aguacate de Pise-cantón Valencia provincia de Los Ríos, tienen las condiciones sociales e institucionales como los medios de comercialización y producción, escenarios necesarios para que puedan actuar de manera organizada y fomentar un proceso asociativo, para poder solventar necesidades socio-económicas y ambientales que comparten. La presente investigación es una reflexión de la situación que atraviesa la mayor parte del agro

de nuestro territorio ecuatoriano y la posibilidad que existe para mejorar la forma de producir y obtener mayor rentabilidad.

(Morales Chocce, 2021) En esta investigación el objetivo fue determinar la relación entre los factores de comercialización y la exportación de cacao orgánico del distrito de Kimbiri-VRAEM. La investigación fue de tipo aplicada, de nivel descriptivo correlacional y con un diseño no experimental de corte transversal. Los resultados obtenidos fueron que el 68% de los productores de cacao manifiestan que los factores de comercialización se relacionan raramente y un 78% de los productores de cacao orgánico expresó que la exportación afecta raramente. Se concluye que existe relación entre los factores de comercialización y la exportación de cacao orgánico, así como existe relación entre la producción y la asociatividad de los productores de cacao, el precio internacional y la logística interna.

(Alva Salirrosas & Diestra García, 2018) en su tesis *“La asociatividad como oportunidad para la exportación de Artesanía textil de Santiago de Chuco – 2018”*, realizada en Trujillo, sostiene como objetivo analizar las ventajas de la asociatividad como oportunidad para la exportación de artesanía textil en Santiago de Chuco. con el propósito de analizar las ventajas de una asociatividad, se aplicaron instrumentos para la recolección de datos de tipo encuesta y observación. Se llegó a identificar que las ventajas de la asociatividad que cumplen actualmente son canales de distribución, certificaciones de calidad, precio ofertado, volumen de producción, características técnicas, nuevos mercados, poder de negociación, acceso a capital, capacitación y minimizar costos, cumpliendo solo el 80% de todas las que el MINCETUR propone como primordiales, dando como resultado un beneficio para ellos ya que se están desarrollando como asociación

(Quillahuamán Mamani & Carazas Sacaca, 2018) en su tesis “*La asociatividad de pequeños productores como estrategia para mejorar la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo – Cusco 2015*”, tiene como objetivo demostrar que la asociatividad de los pequeños productores contribuye a la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo. La investigación se centra en aspectos específicos de la realidad entre los pequeños productores de hortalizas del distrito de San Jerónimo, Provincia y Región del Cusco, describiendo un panorama global de su problemática a través de su estudio y análisis a profundidad. El trabajo articula las estrategias de competitividad para mejorar las cadenas de producción de los pequeños productores a través del cumplimiento del objetivo general y de los específicos, desde diversos puntos de vista, para lo que se ha realizado un análisis que relaciona a la asociatividad como una estrategia eficaz para las cadenas productivas. En ese sentido, las observaciones que articulan la presente investigación son los factores que condicionan la aplicación de esta herramienta a fin de generar competitividad en las cadenas de producción. El propósito de esta investigación es el de contribuir al esfuerzo de reflexión sobre políticas de intervención para el desarrollo de la competitividad como estrategia de la asociatividad. Se concluye que las dimensiones de la asociatividad muestran un bajo nivel de correlación; pero dicha correlación es significativa; para demostrar nuestra hipótesis se ha realizado una prueba de medias para determinar si con asociatividad se mejoran los ingresos, cuyos resultados confirman nuestra hipótesis que el proceso de asociación mejora los niveles de ingresos de las unidades productoras, contribuyendo indirectamente a sus niveles de competitividad en el mercado.

(Juscamaita Guzmán & Zelada Rodríguez, 2020) en su investigación realizada en Cajabamba tuvo como objetivo elaborar una propuesta asociativa adecuada para los productores del caserío de Siguis, distrito de Cachachi, Cajabamba -Cajamarca, para la exportación de ají de páprika a España, en el año 2019. El tipo de investigación es propositiva, Entre los principales resultados se determinó que los productores cuentan con indicios importantes para proponer la asociatividad, dado que trabajan conjuntamente, planifican su producción y están dispuestos a asociarse, además destacar que el ají de páprika es un producto con gran potencial en las exportaciones, Finalmente se concluyó que la Cooperativa es el tipo de asociatividad adecuado para estos productores, les brindará beneficios como acceso a financiamiento, mayores oportunidades de mercado, mayor poder de negociación para la compra de materia prima y venta del producto a un precio justo, y a través del plan de negocio se determinó el proyecto como viable.

(Bobadilla Alfaro & Orrillo Carranza, 2019) en su tesis *“Propuesta de un modelo de asociatividad para los productores de la caña de azúcar del caserío Guayabo – Contumazá como estrategia para la comercialización del aguardiente al mercado de Asturias - España”*. Tiene como objetivo primordial proponer un modelo de asociatividad adecuado para los productores anteriormente mencionados que sirva como base principal para la comercialización de su producto. En este estudio se explica los modelos de asociatividad que sirve como fuente de información para determinar cuál es el indicado para ellos, así como las ventajas que involucra implementar la asociatividad dentro de un determinado sector. A partir del objetivo general, se empezó a recolectar información que permita conocer el modelo asociativo adecuado, como los beneficios que este proporciona, para ello se realizó una encuesta a los productores y una entrevista al Representante de la

Dirección Regional de Agricultura de Cajamarca, especialista en temas de asociatividad. Los principales resultados que se obtuvieron a través de la aplicación de dichos instrumentos, es que, el mejor modelo asociativo para los productores de la caña de azúcar del caserío Guayabo – Contumazá es la Cooperativa Agraria, y las ventajas que se obtendría a partir de esta implementación son: complementación de capacidades, economía a escalas, fuerza negociadora, posibilidad de marca, menos intermediarios.

(Carrión Cruz, 2021) realizó una investigación en Cajamarca titulada *“Producción y exportación de cacao en la región Cajamarca hacia Estados Unidos, 2016 – 2020”*, donde tuvo como objetivo Determinar de qué manera incide la producción y exportación de cacao en la región Cajamarca hacia Estados Unidos, la metodología fue de tipo aplicada, así mismo, se utilizó la técnica del análisis documental para la recolección de los datos de fuentes confiables. Los resultados obtenidos dicen que existe una significancia del 71% entre la cantidad producida y el volumen exportado, existe una significancia del 51.2% entre el costo de producción y el precio de exportación, existe una significancia del 76.8% entre la rentabilidad de cacao y el valor exportado, existe una significancia del 45.3% entre el consumo interno y la brecha de oferta-demanda de cacao. Se concluye que, la relación entre la producción y exportación de cacao de la región Cajamarca a EE.UU. es medianamente significativa (50.3%), debido esencialmente en que la producción de la región Cajamarca en los últimos años se ha incrementado, sin embargo, las exportaciones hacia los EE. UU. han disminuido.

Marco teórico

El sustento teórico que requiere con el propósito de darle un carácter científico al problema que se está investigando por lo que pasaremos a describir las razones de nuestro tema de investigación y cada una de las variables de estudio con sus dimensiones e indicadores respectivos.

Para entender mejor el estado en el que se encuentra el mercado del cacao el Perú mencionaremos que (Cárdenas Guerra, 2019) publicó un artículo de “Políticas públicas y exportaciones de cacao del Perú”, donde describió la incidencia de políticas públicas en la exportación de cacao, entre los resultados expuestos, se observa que el Perú en cuanto a la producción de cacao ha ejecutado diversas políticas públicas como la Promoción de la producción Agraria, Programa para la ejecución de colegios para productores de cultivo de cacao, Plan para la competitividad y el Programa para el cultivo alternativo, que lograron que la producción de cacao del país se incremente del año 2011 (56 499 hectáreas) al 2015 (92 592 hectáreas) lo que es un crecimiento del 163%, llegando a tener rendimiento por hectárea de 0,77. En cuanto a la exportación de cacao, la política de Promoción externa del comercio, ha ocasionado que las cantidades exportadas se incremente del año 2011 (32 997 Tm) al 2016 (80 047 Tm), un incremento significativo del 142.5%. concluyendo así que, la implementación de políticas públicas tiene un efecto positivo en el incremento de las exportaciones de cacao, sin embargo, ello no es suficiente para ser considerados como productores y exportadores mundiales de cacao.

La razón principal de la exportación hacia estados unidos según (Carrión Cruz, 2021) es que el cacao año tras año, obtiene relevancia en las exportaciones peruanas, llegando desde el 2016 a ocupar la sexta posición como el producto más

exportado del país. Asimismo, producto de los diferentes tratados comerciales, el Perú se ha consolidado en los mercados internacionales, teniendo como principales características la calidad del mismo y su origen orgánico, siendo Estados Unidos y naciones de la Zona Europea como Italia, Bélgica, España y Países Bajos sus principales destinos de exportación del cacao peruano.

La asociatividad

La definición de la asociatividad dice que un mecanismo de cooperación por el cual las pequeñas empresas combinan sus esfuerzos para enfrentar las dificultades que provienen del proceso de la globalización y permite conseguir niveles de competitividad similares a los de las empresas de mayor envergadura. Es así que en el concepto asociación se basa en tres dimensiones importantes; cooperación, esfuerzo y asociatividad las cuales están relacionadas al trabajo en conjunto de las pequeñas y medianas empresas para que de esta manera puedan alcanzar objetivos que solo alcanzan cuando trabajan asociadamente. (Martinez & Liendo, 2001)

Dimensiones de la asociatividad

Las dimensiones que serán mencionadas a continuación permitirán evaluar la asociatividad empresarial, ya que han sido utilizada en un conjunto de organizaciones dedicadas a una actividad empresarial específica, y que se dirige a un conjunto de productores dedicados a la industria chocolatera. (Alvaro Sanga, 2017)

La cooperación empresarial se define como cualquier práctica que tiene como objeto poner en contacto a una o más empresas, con actividades comunes o diferentes, con el objetivo de ofrecer intereses comunes. Es así que la cooperación

empresarial es sustancial para los trabajos en conjunto donde todos puedan lograr una meta común. (Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza, 2015)

(Porter, 1990) señala que la **competitividad** depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar donde las empresas logran ventaja frente a los mejores competidores del mundo a causa de las presiones y los retos y se benefician de tener fuertes rivales nacionales, proveedores dinámicos radicados en el país y clientes nacionales exigentes. En el mundo actual la competencia empresarial es más rivalizada por lo que si una pequeña empresa necesita crecer tiene que asociarse con una o más empresas que busquen un objetivo común. Es así que trabajando en conjunto estas empresas pueden lograr exportar productos mejorando cada vez que se asocien.

Por otro lado, esfuerzo se emplea como referencia al uso intenso de la fuerza, el vigor o la mente para alcanzar un objetivo o superar determinados obstáculos. Por lo general, esforzarse resulta imprescindible para conseguir éxito. (Pérez Porto & Merino, 2019)

Exportación

De manera similar que la exportación es el régimen aduanero de un conjunto de operaciones y procesos que consiente o permite la salida de territorio nacional aduanero las mercancías nacionales o nacionalizadas que serán usadas o consumidas de manera definitiva en el exterior. La exportación definitiva no se encuentra afectada a ningún tributo. Exportar comprende de dos dimensiones básicas las cuales se relacionan para que una empresa tenga éxito al involucrarse en el comercio internacional entre las cuales se encuentran; logística de exportación y canales de distribución estas dos dimensiones cuentan con requisitos esenciales

para que un producto pueda ingresar a otro país como documentación aduanera, certificaciones, aranceles y otros. (SUNAT, 2008)

Dimensiones de la exportación

(Cargo Flores, 2020) define como **logística de exportación** al proceso de planificación, gestión y control de los flujos de materiales y productos, en el que se incluyen las informaciones y los servicios relacionados con dicho proceso. En la cadena logística se incluyen las operaciones de aprovisionamiento de materias primas o materiales, la fabricación o transformación de productos y la distribución de los mismos. Abarca los movimientos internos y externos, así como las operaciones de importación y exportación. La gestión de este proceso es un factor clave para satisfacer la demanda en los mercados globalizados, donde, además de los productos, compiten las cadenas logísticas.

Canales de distribución o también llamado canal de marketing, es el conjunto de organizaciones independientes que participan el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor final o de un usuario industrial. Los canales de comercialización pueden ser considerados como conjuntos de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumo. (Velazquez Velazquez, 2012)

(Roldan , 2017) Señala que una cadena de suministro es el conjunto de actividades, instalaciones y medios de distribución necesarios para llevar a cabo el proceso de venta de un producto en su totalidad. Esto es, desde la búsqueda de materias primas, su posterior transformación y hasta la fabricación, transporte y entrega al consumidor final. Es así que esta investigación busca saber la relación que existe entre la asociatividad de productores de chocolate del distrito de

Cajamarca como medio de Exportación a Estados Unidos y de este modo elaborar un plan para que ellos puedan exportar su producto al mercado de Estados Unidos

1.2. Formulación del problema

Problema general

¿Cuál es la ventaja de la relación de asociatividad de productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca como medio de Exportación a Estados Unidos 2022?

Problemas específicos

¿Cuáles son las ventajas de asociatividad de productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca?

¿Cuáles son las características necesarias para exportar chocolate a Estados Unidos 2022?

¿Cuál es la correlación entre Asociatividad y exportación de productores de chocolate del distrito de Cajamarca - Cajamarca?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Identificar la relación de Asociatividad de productores de chocolate del distrito de Cajamarca - Cajamarca como medio de exportación a Estados Unidos 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

Describir las ventajas de una asociatividad entre los productores de chocolate del distrito de Cajamarca-Cajamarca 2022.

Describir características necesarias para exportar chocolate a Estados Unidos 2022.

Determinar la correlación entre Asociatividad y exportación de
productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca 2022.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

Hipótesis alterna

Existe relación de asociatividad y medio de exportación a Estados
Unidos entre productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca,
2022.

Hipótesis nula

No existe relación de asociatividad y medio de exportación a Estados
Unidos entre productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca,
2022.

1.4.2. Hipótesis específicas

H1: La asociatividad es de nivel medio o alto entre los productores de
chocolate del distrito de Cajamarca - Cajamarca 2022.

H2: El medio de exportación es de nivel medio o alto de los productores
de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca 2022.

H3: Existe relación directa y significativa entre la asociatividad y medio
de exportación a Estados Unidos entre productores de chocolate del distrito
de Cajamarca – Cajamarca, 2022.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

2.1.1. Enfoque:

Es una investigación cuantitativa, porque utiliza la recolección de datos para probar hipótesis sobre la base de la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

2.1.2. Diseño

La presente investigación es un estudio Descriptivo-No experimental, puesto que según Kerlinger (1981), señala que en la investigación no experimental resulta imposible manipular variables, en tanto en esta investigación solamente se observará fenómenos tal como se dan en su contexto natural para posteriormente ser analizados. (Kerlinger , 1981)

Así mismo esta investigación presenta un corte transversal causal debido a que se relaciona en base a datos en un solo momento y analizara el efecto de implementar una asociatividad entre productores en los meses de mayo y junio, en un único tiempo. Además, tiene como propósito describir variables y analizar su incidencia (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

2.1.3. Tipo

La presente investigación se enmarca dentro del tipo descriptivo, puesto que según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014), nos menciona que una investigación descriptiva es aquella que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos.

Por lo tanto, esta investigación aplicada es de tipo correlacional descriptiva por que trabaja sobre realidades y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta de las variables Asociatividad y Exportación.

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

2.2.1. Población

Según (Arias Odón, 2012), la población, es un conjunto finito o infinito de elementos, personas o instituciones que son motivo de investigación y tienen características comunes. La cual queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio.

En la presente investigación se considerará una población finita, ya que se conoce el número exacto de elementos que constituyen el estudio el cual está conformado por todos productores del Cajamarca que están conformadas por 26 empresas (Arias Odón, 2012).

Tabla 1 *Empresas productoras de chocolate en Cajamarca*

Empresas productoras	Localización	Referencia
El Porongo Chocolatería	Cajamarca	EL PORONGO CHOCOLATERIA, Cajamarca - Fotos, Número de Teléfono y Restaurante Opiniones - Tripadvisor
Chocolates "La Shiliquita"	Cajamarca	Chocolate "La Shiliquita" - Inicio Facebook
Chocolate moreno	Cajamarca	Chocolate Moreno - Publicaciones Facebook
Noramazonika	Cajamarca	Noramazonika (consumeloquecajamarcaproduce.com)
Abiva Chocolatería	Cajamarca	Abiva Chocolatería Premium - Inicio Facebook
Linaje Chocolates	Cajamarca	Chocolates Linaje - El mejor regalo para toda ocasión
Delicatesse	Cajamarca	Delicatesse - Cajamarca, Cajamarca: teléfono - Jirón 2 de Mayo, 323, Cajamarca (planetaperu.pe)
NUWA	Jaén	Nuwa Jaén - Inicio Facebook

Deliciosa chocolatería Cajamarquina	Cajamarca	Deliciosa chocolatería Cajamarquina - Opiniones sobre El Porongo Chocolatería, Cajamarca, Perú - Comentarios - Tripadvisor
Mavefghi el Manantial SAC	San Ignacio	MAVEFGHI EL MANANTIAL S.A.C. - MAVEFGHI (compuesmpresa.com)
Todo Ecologico - Cafeteria & Chocolatería	Jaén	Opiniones Todo Ecologico - Cageteria & Chocolatería (Cafetería) de Jaén en Cajamarca (empresasdeperu.net)
Virgen del Carmen	(Celendín)	Empresa Virgen del Carmen Celendín S.R.L – AGRO RURAL
Chocolatería y productos Lácteos Díaz	Celendín	Chocolatería y Productos Lácteos Díaz: teléfono - Celendin, Celendín (planetaperu.pe)
La casa de la Torta Helada y Chocolatería	Cajamarca	La Casa de la Torta Helada y Chocolatería - Inicio Facebook
Finca Don Asunción	Cajamarca	Finca Don Asunción: horarios - Calle Chanchamayo 199, Cajamarca (planetaperu.pe)
Chocolatería Chocoriki	Cajamarca	Chocolatería Chocoriki (chocolateriachocoriki.blogspot.com)
Chokosol	Celendín	Chokosol Celendin - Inicio Facebook
HOT Chocolate	(Celendín)	HOT Chocolate Celendin - Inicio Facebook
Cielo Azul del Edén	Celendín	CIELO AZUL DEL EDEN: PRODUCTOS CELENDINOS (celendinx.blogspot.com)
Chocolate La Shoita	Cajamarca	Chocolate "la shoita" - Inicio Facebook
Shilicolate	Celendín	Shilicolate - Inicio Facebook
Miski chocolatería	Celendín	Miski chocolatería - Celendín - Inicio Facebook
Chocolatería El Gallego	Celendín	Chocolatería El Gallego en Celendin - Celendin - Cajamarca (deperu.com)
Frutos del Chinchipe	Cajamarca	Frutos del Chinchipe - Inicio Facebook
JALQUEÑITO	San Ignacio	Delicioso chocolate - JALQUEÑITO-San Ignacio-Cajamarca Facebook
Chocolate Martinez	San Ignacio	Chocolate Martinez Residence Chirinos (locale.online)

2.2.2. Muestra

Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014), menciona que la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se

recolectan datos y que tiene que definirse o determinarse de ante mano con precisión.

Con la finalidad de poder determinar la muestra emplearemos el método no probabilístico y por conveniencia que están constituidos por los casos disponibles a los cuales tenemos acceso. Estos constituyen 23 productores de chocolate.

Para determinar la muestra se establecieron los siguientes criterios de inclusión y exclusión.

a. Criterio de inclusión

- Todos los productores chocolate que pertenezcan a la provincia de Cajamarca distrito de Cajamarca.
- Los productores chocolate con disponibilidad y que realicen el correcto llenado de la encuesta.
- Los productores chocolate que tengan RUC, por ende, que estén registrados en SUNAT.
- Los productores de chocolate que tenga por lo menos un producto lanzado en el mercado cajamarquino.

b. Criterio de exclusión:

- Productores que no recuperan lo invertido.
- Productores que no tienen acceso a sacar su producción, ya sea por problemas en vías de acceso o por el desconocimiento del cliente hacia la empresa.
- Productores que venden por debajo de los precios que están en el mercado con el fin de eliminar a la competencia
- Productores que solo se dedican a surtir cacao.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1. Métodos

2.3.1.1. Método Inductivo – Deductivo. Por medio del presente método, se adquiere conocimientos de lo general a lo particular y viceversa; es decir, del análisis de cada variable implicadas en nuestro objetivo de investigación se podrá efectuar generalizaciones con relevancia científica que permitieron sustentar afirmaciones en relación a nuestra hipótesis.

2.3.1.2. Método Hermenéutico. A través de este método específico se buscará interpretar y comprender de manera sistematizada las teorías que fundamenten la presente investigación.

2.3.2. Técnicas

(Abril, 2022) nos señala que las técnicas constituyen el conjunto de mecanismos, medios o recursos dirigidos a recolectar, conservar, analizar y transmitir los datos de los fenómenos sobre los cuales se investiga. Por lo cual, las técnicas son procedimientos o recursos fundamentales de recolección de información, de los que se vale el investigador para acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento.

Por lo tanto, la técnica que se emplea para la recolección de datos en esta investigación es una encuesta.

2.3.3. Instrumentos

(Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) señalan que un instrumento de medición es el recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente. Algunos de los instrumentos para recabar información son, el cuestionario, la guía entrevista, las pruebas objetivas, los test y las escalas de actitudes. Para el recojo de la información en el presente estudio se utilizó un cuestionario con 25 preguntas.

2.4. Procedimiento

En el presente estudio se utilizó un instrumento con cinco opciones de respuesta. Se elaboró la encuesta 25 preguntas, las mismas que se aplicaron a los productores de chocolate del distrito de Cajamarca, con la finalidad de recolectar información acerca de Asociatividad y Exportación. La encuesta se dividió en dos partes. La primera consta de 15 preguntas que evalúan la Asociatividad de los Productores en tres dimensiones: Cooperación, esfuerzo y competitividad. La segunda parte consta de consta también de 10 preguntas que evalúan la variable exportación la cual cuenta con dos dimensiones: logística de exportación y canales de distribución, las cuales consta con respuestas que están organizadas en una escala Likert del 1 al 5

Tabla 2 *Escala de medición de la encuesta.*

Escala	Respuesta
1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

En la tabla 1, se puede apreciar la escala de medición de la encuesta aplicada en la investigación

2.4.1. Validez y confiabilidad de información

Para determinar la validez y confiabilidad del instrumento, se utilizó la opinión y el visto bueno de 03 expertos en el tema de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de nuestra casa superior de estudios sede Cajamarca. (Anexos 3, 4 y 5)

Para obtener la confiabilidad del instrumento se validó con el Alpha de Cronbach, si consideramos que el instrumento mientras más se acerque a 1 es más confiable, entonces se concluyó que este es confiable para ambas variables (Software SPSS v 26.0)

CONFIABILIDAD

ALPHA DE CRONBACH

➤ Asociativa	(15 ítems)	= 0,815 Muy bueno
➤ Exportación	(10 ítems)	= 0.852 Muy bueno
➤ Global	(15 ítems)	= 0.890 Muy bueno

Tamaño de muestra piloto 10 empresas

En consecuencia, el instrumento es confiable.

Software SPSS v. 26.0

2.4.2. Para analizar la información

Después de haber aplicado el instrumento a los 23 productores de la muestra, se procedió a organizar los cuestionarios aplicados y analizarlo mediante el Software Software SPSS v 26.0, posteriormente se realizó la información detallada de los resultados organizándolos en cuadros y gráficos, lo cual permitió que se detallen los resultados finales de las variables y dimensiones; para la redacción del informe se utilizó el paquete office 2019.

2.4.3. Aspectos éticos de la investigación

Se está citando a todas las fuentes que han sido consultadas y consideradas en para esta investigación, también contamos con la autorización de los productores de chocolate de la provincia de Cajamarca para recaudar la información necesaria,

esta información será usada solo para fines académicos, basándonos en el método científico y sin dejar de lado valores que un investigador debe observar; todos los resultados se presentan sin alterar datos reales.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

En este capítulo se explicarán los resultados de la investigación dando respuesta a la hipótesis general y a las específicas, se creyó conveniente hacerlo mediante tablas y gráficos que representen la situación de los productores de chocolate, cabe recalcar que se presentarán gráficos por separado diferenciando la situación asociativa y de exportación entre productores que incluimos en nuestra.

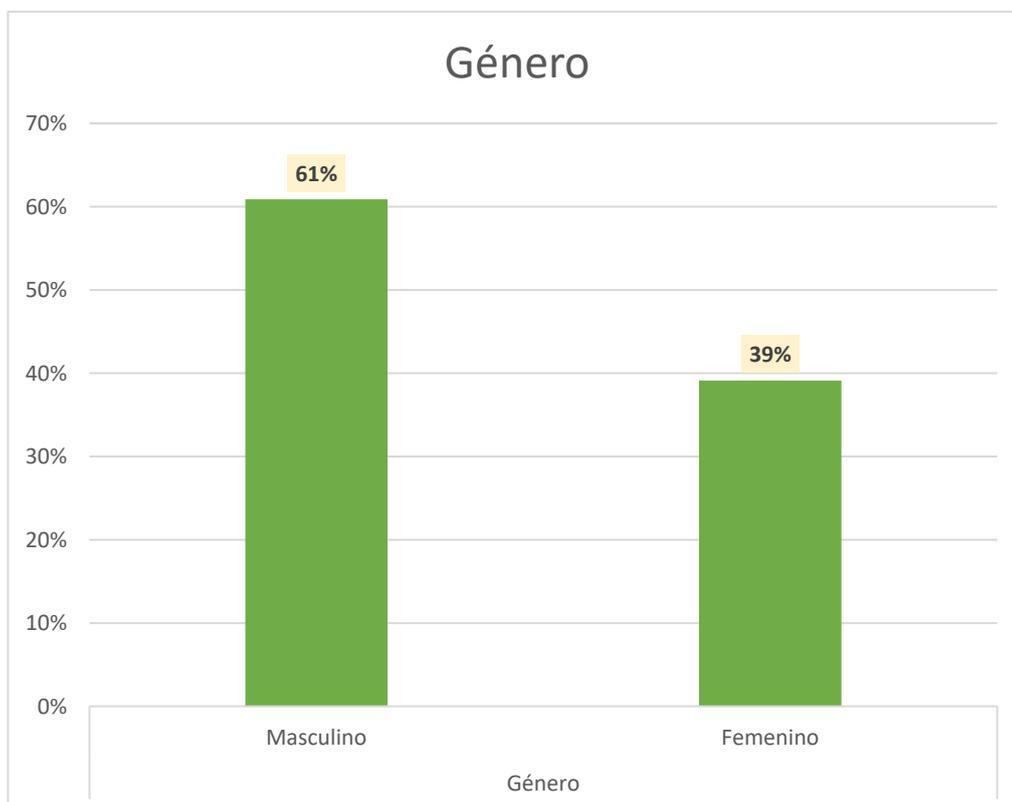
4.1.Responsables de las empresas productoras de chocolate

Tabla 3: *Género de los responsables de las empresas*

Género	frec.	%
Masculino	14	61%
Femenino	9	39%
Total	23	100%

Interpretación: De la tabla 1 el 62% de las empresas tiene como responsable el género masculino dejando un 39% para el género femenino.

Figura 1 Género de los responsables de las empresas



4.2. Asociatividad

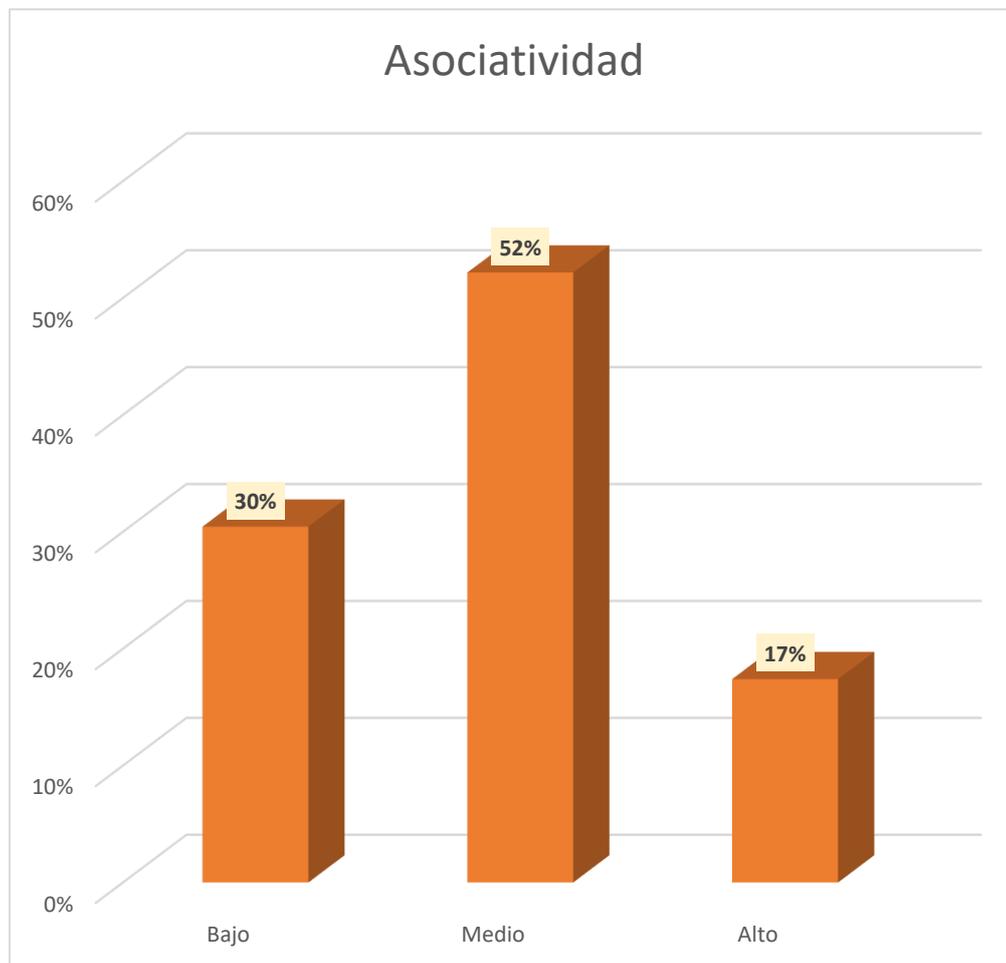
Tabla 4: Nivel de asociatividad de productores de chocolate

Nivel.	frec.	%
Bajo	7	30%
Medio	12	52%
Alto	4	17%
Total	23	100%

*Bajo menos de 48; medio de 48 a 52, alto más de 52

Interpretación: De la tabla 2 el 30% representa un nivel bajo, el 52% un nivel medio y solo el 17% un nivel alto para la asociatividad de productores de chocolate.

Figura 2: Nivel de asociatividad de productores de chocolate



4.3.Exportación

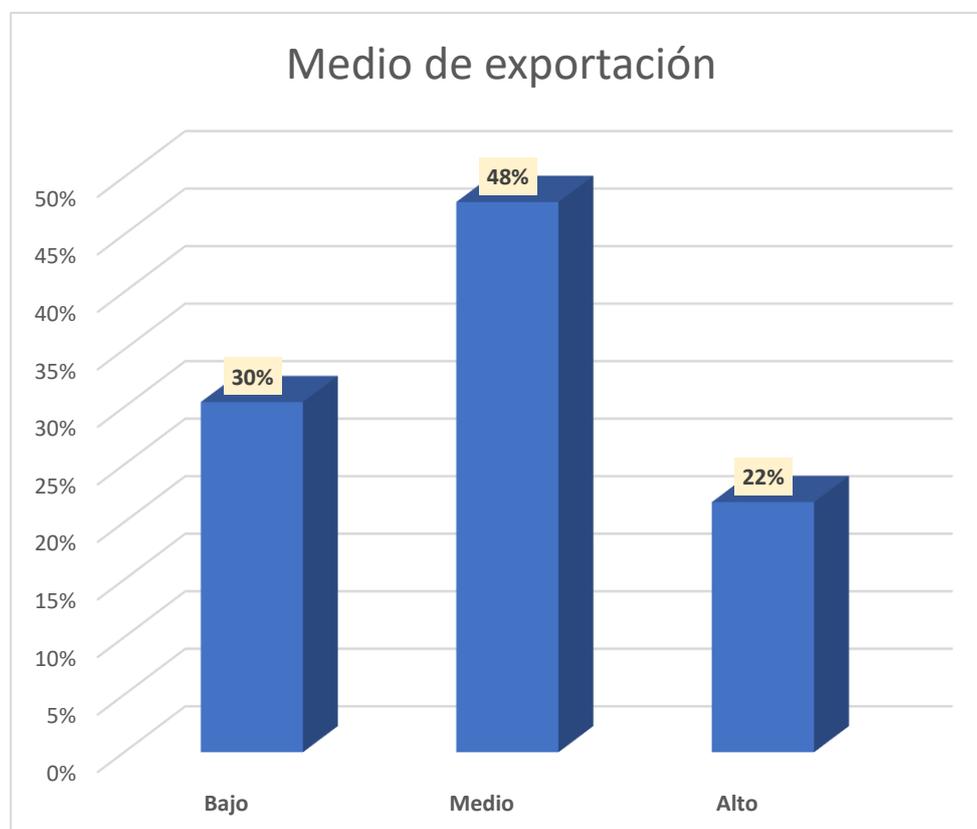
Tabla 5: Nivel de medio de exportación para productores de chocolate

Nivel.	frec.	%
Bajo	7	30%
Medio	11	48%
Alto	5	22%
Total	23	100%

*Bajo menos de 37, medio de 37 a 41, alto más de 41

Interpretación: De la tabla 3 el 30% representa un nivel bajo, el 48% un nivel medio y solo el 22% un nivel alto para el medio de exportación de productores de chocolate.

Figura 3: Nivel de medio de exportación para productores de chocolate



4.4. Objetivo general: Identificar la relación de Asociatividad de productores de chocolate del distrito de Cajamarca - Cajamarca como medio de exportación a Estados Unidos 2022.

Tabla 6: *Relación de Asociatividad y medio de exportación de productores de chocolate*

Variables	Medio de exportación					
	Bajo		Medio		Alto	
	frec.	%	frec.	%	frec.	%
Bajo	5	71%	2	18%	0	0%
Medio	2	29%	9	82%	1	20%
Alto	0	0%	0	0%	4	80%
	7	100%	11	100%	5	100%

Interpretación: De la tabla 4 cuando la asociatividad es baja y el medio de exportación es bajo se tiene un 71%, cuando la asociatividad es medio y el medio de exportación es medio se tiene un 82%, cuando la asociatividad es alta y el medio de exportación es alto se tiene un 80%, se traduce como al incrementar la asociatividad se incrementa el medio de exportación.

Figura 4: *Relación de Asociatividad y medio de exportación de productores de chocolate*



4.5. Objetivos específicos

4.5.1. Describir las ventajas de una asociatividad entre los productores de chocolate del distrito de Cajamarca-Cajamarca 2022.

Tabla 7: *Relación de Asociatividad y medio de exportación de productores de chocolate*

Ítem	Rpta.	frec.	%
Relacionarse con otros productores de chocolate es una ventaja	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	9%
	De acuerdo	20	87%
	Totalmente de acuerdo	1	4%
Vincularse con otros productores de chocolate mejora la competitividad con otros productores	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	35%
	De acuerdo	14	61%
	Totalmente de acuerdo	1	4%
Colabora frecuentemente con otros productores de su zona	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	16	70%
	De acuerdo	7	30%
	Totalmente de acuerdo	0	0%
Los productores de su zona comparten información sobre el cultivo de chocolate	Totalmente en desacuerdo	10	43%
	En desacuerdo	11	48%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	9%
	De acuerdo	0	0%
	Totalmente de acuerdo	0	0%
Usted cree que cuando se asocia con otros productores sus oportunidades se incrementan	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	35%
	De acuerdo	12	52%
	Totalmente de acuerdo	3	13%
Total		23	100%

Interpretación: Con el criterio de acumular respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo de 65% a más, de la Tabla 5 para la dimensión cooperación se tiene las ventajas de relacionarse con otros productores de chocolate, vincularse con otros productores de chocolate mejora la competitividad con otros productores y sus oportunidades se incrementan.

Figura 5: Relación de Asociatividad y medio de exportación de productores de chocolate

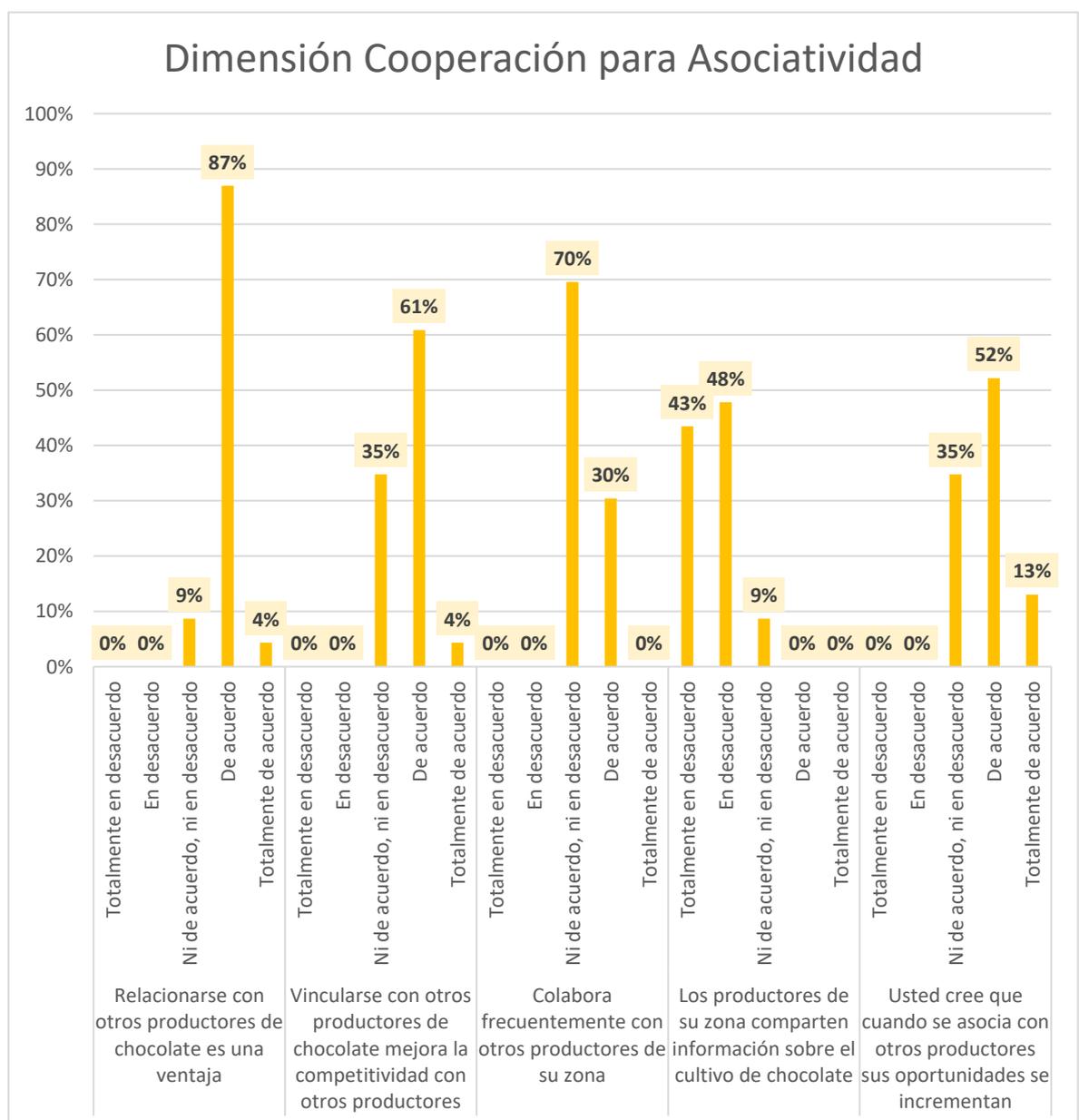


Tabla 8: *Dimensión Esfuerzo para Asociatividad*

Ítem	Rpta.	frec.	%
Los productores de su zona buscan información para mejorar el cultivo de chocolate	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	17%
	De acuerdo	16	70%
	Totalmente de acuerdo	3	13%
Los productores de su zona se apoyan constantemente	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	9%
	De acuerdo	21	91%
	Totalmente de acuerdo	0	0%
Existe apoyo público o privado para mejorar la siembra y cultivo de chocolate en su zona	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	3	13%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	26%
	De acuerdo	14	61%
	Totalmente de acuerdo	0	0%
Los productores de su zona buscan apoyo de parte del gobierno	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	7	30%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10	43%
	De acuerdo	6	26%
	Totalmente de acuerdo	0	0%
Existe voluntad entre los productores para obtener un producto estándar y de buena calidad	Totalmente en desacuerdo	8	35%
	En desacuerdo	10	43%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	22%
	De acuerdo	0	0%
	Totalmente de acuerdo	0	0%
Total		23	100%

Interpretación: Con el criterio de acumular respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo de 65% a más, de la Tabla 6 para la dimensión esfuerzo se tiene las ventajas de buscar información para mejorar el cultivo de chocolate y se apoyan constantemente.

Figura 6: Dimensión Esfuerzo para Asociatividad

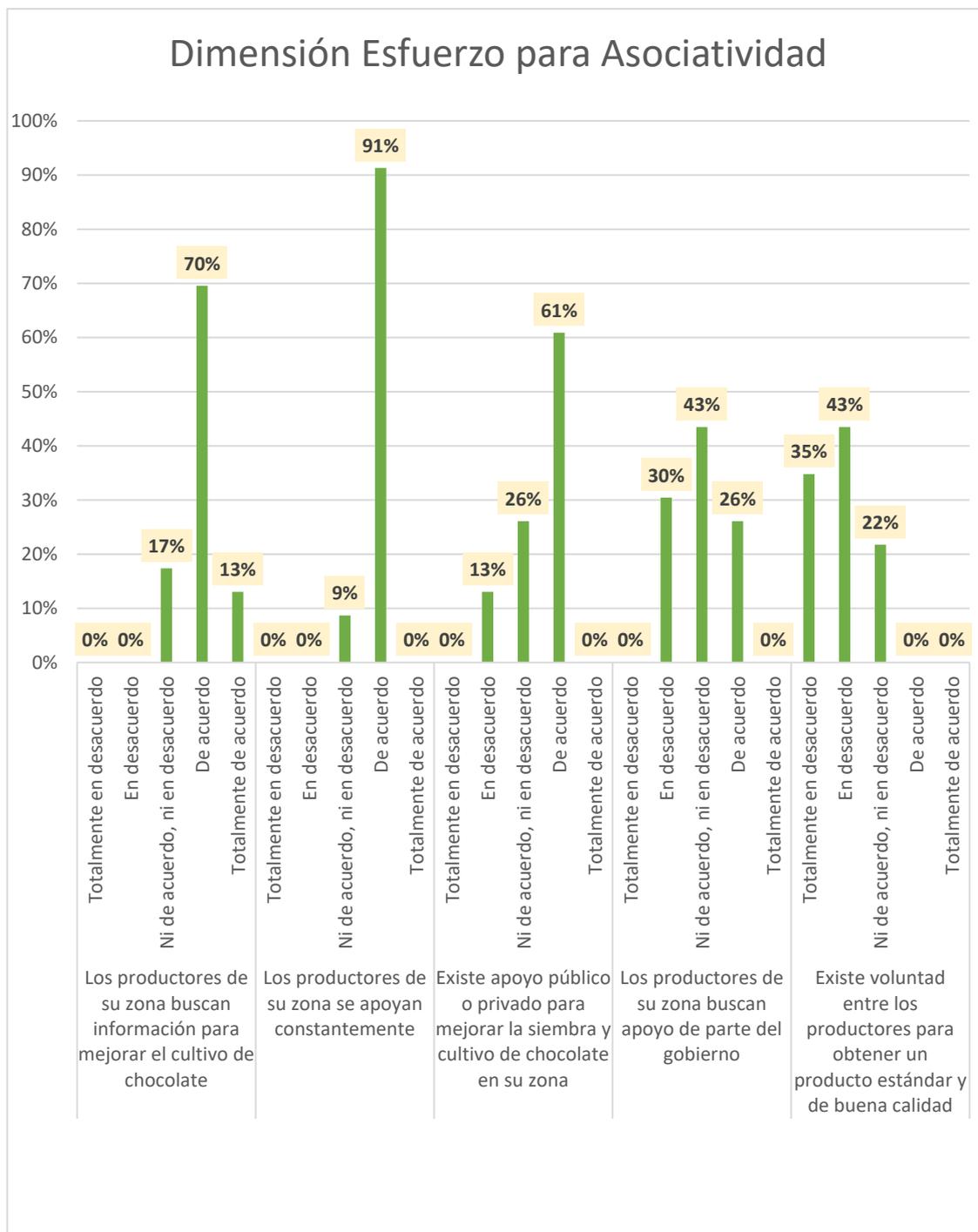
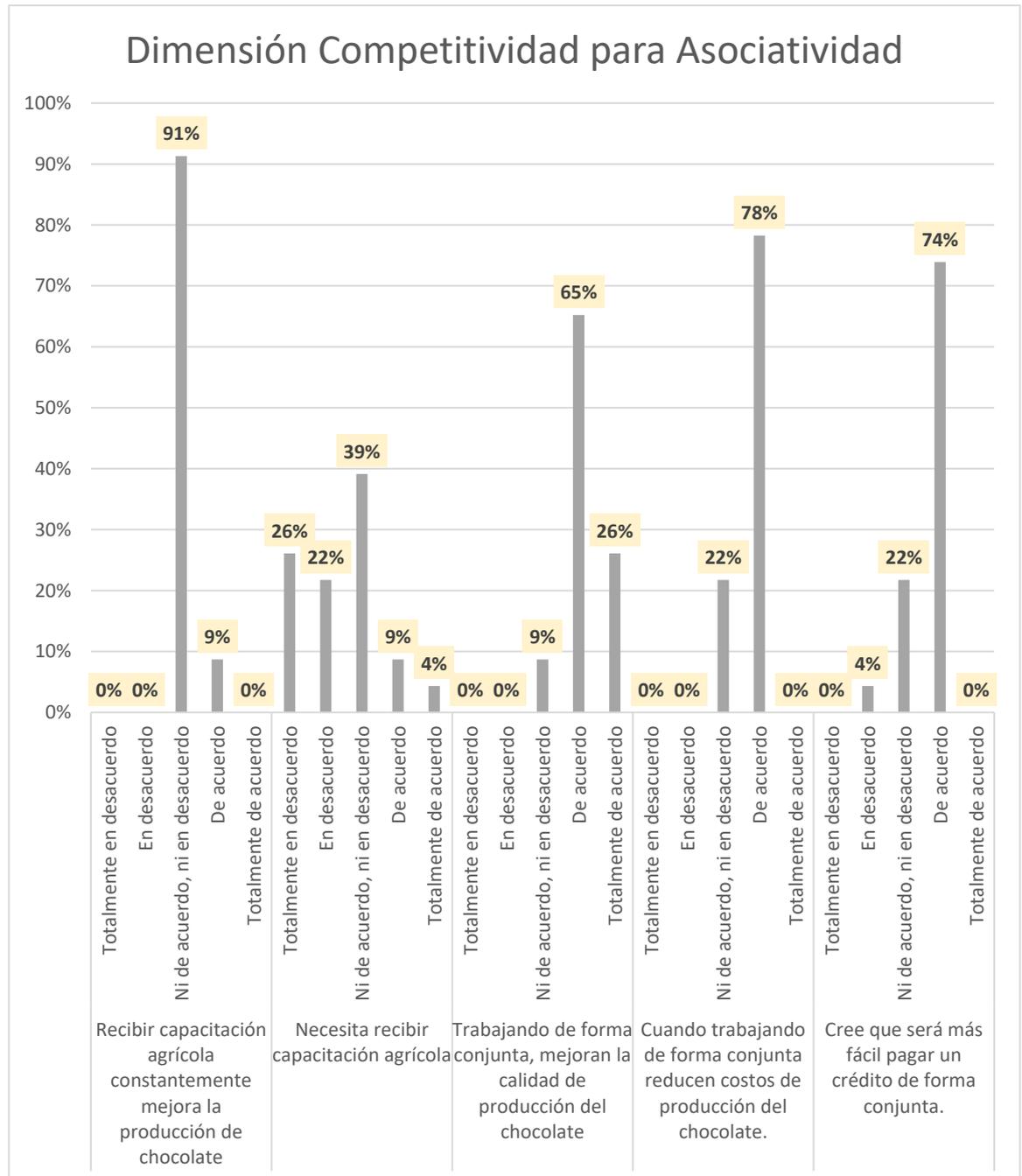


Tabla 9: *Dimensión Competitividad para Asociatividad*

Ítem	Rpta.	frec.	%
Recibir capacitación agrícola constantemente mejora la producción de chocolate	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	21	91%
	De acuerdo	2	9%
	Totalmente de acuerdo	0	0%
Necesita recibir capacitación agrícola	Totalmente en desacuerdo	6	26%
	En desacuerdo	5	22%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	39%
	De acuerdo	2	9%
	Totalmente de acuerdo	1	4%
Trabajando de forma conjunta, mejoran la calidad de producción del chocolate	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	9%
	De acuerdo	15	65%
	Totalmente de acuerdo	6	26%
Cuando trabajando de forma conjunta reducen costos de producción del chocolate.	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	22%
	De acuerdo	18	78%
	Totalmente de acuerdo	0	0%
Cree que será más fácil pagar un crédito de forma conjunta.	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	1	4%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	22%
	De acuerdo	17	74%
	Totalmente de acuerdo	0	0%
Total		23	100%

Interpretación: Con el criterio de acumular respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo de 65% a más, de la Tabla 7 para la dimensión competitividad se tiene las ventajas de mejoran la calidad del producto, reducen costos y más fácil de pagar créditos.

Figura 7: Dimensión Competitividad para Asociatividad



4.5.2. Describir características necesarias para exportar chocolate a Estados Unidos 2022.

Tabla 10: *Logística para medio de exportación*

Ítem	Rpta.	frec.	%
Usted cree que, asociándose con otros productores, su producto podría llegar a tener la calidad que requiere los países extranjeros.	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	1	4%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	17%
	De acuerdo	13	57%
	Totalmente de acuerdo	5	22%
Usted cree que, asociándose con otros productores, su producto podría incursionar en mercados internacionales.	Totalmente en desacuerdo	1	4%
	En desacuerdo	1	4%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	35%
	De acuerdo	9	39%
	Totalmente de acuerdo	4	17%
Usted cree que, asociándose con los productores, podrían desarrollar proceso logístico de almacenaje, transporte, embalaje, tramites documentarios, etc.	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	30%
	De acuerdo	14	61%
	Totalmente de acuerdo	2	9%
Usted cree que trabajando asociados podrían manejar con más facilidad la documentación de una exportación.	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	1	4%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	35%
	De acuerdo	11	48%
	Totalmente de acuerdo	3	13%
Usted cree que trabajando asociados, disminuyen los riesgos de realizar una exportación de chocolate.	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	1	4%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	4%
	De acuerdo	11	48%
	Totalmente de acuerdo	10	43%
Total		23	100%

Interpretación: Con el criterio de acumular respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo de 65% a más, de la Tabla 8 para la dimensión logística se tiene las ventajas de mejorar calidad para llegar a países extranjeros, desarrollar procesos

logísticos de almacén, transporte, embalaje y trámites documentarios, también disminuir riesgos de realizar una exportación de chocolate.

Figura 8: Logística para medio de exportación

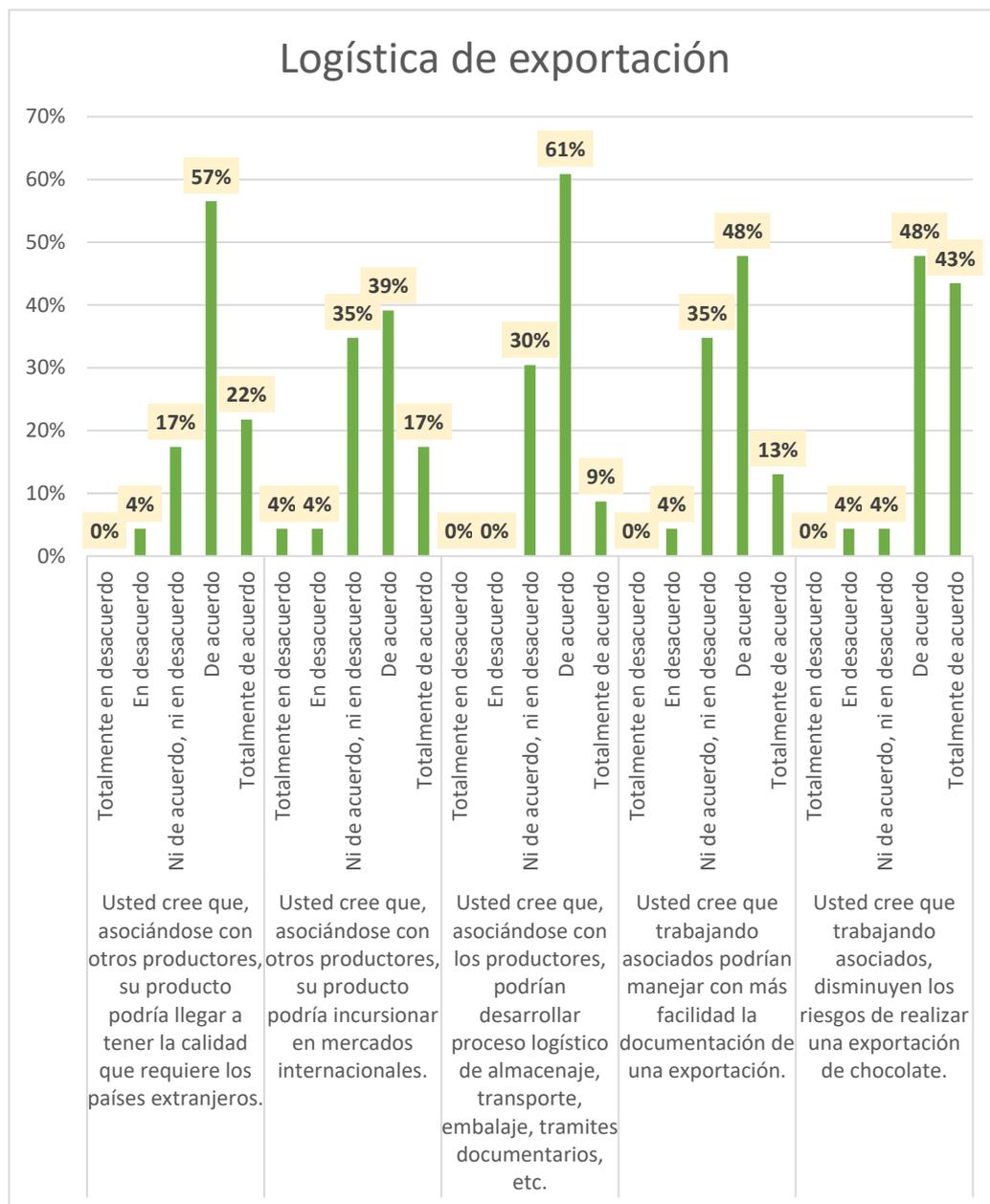


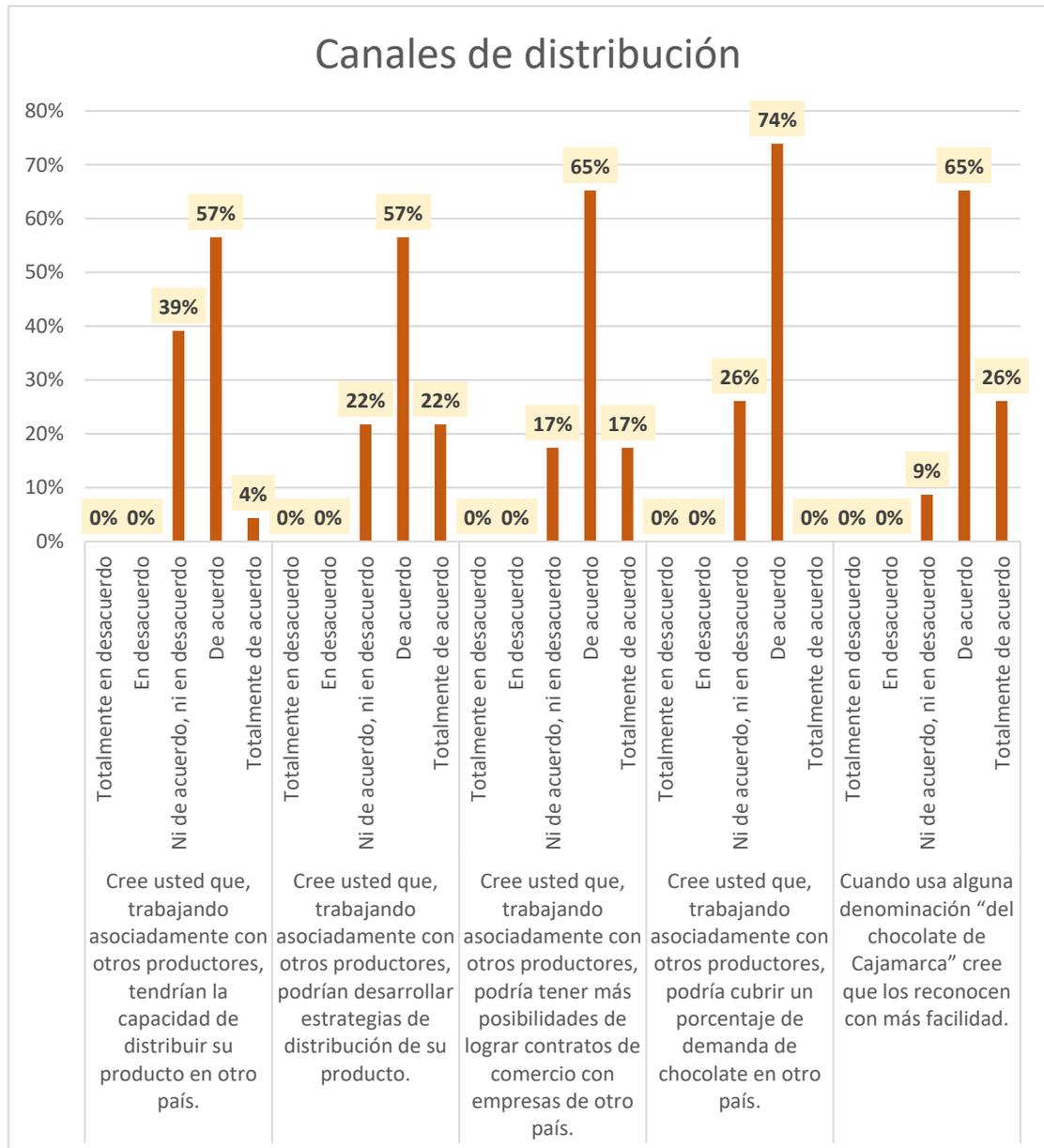
Tabla 11: *Canales de distribución para medio de exportación*

Ítem	Rpta.	frec.	%
Cree usted que, trabajando asociadamente con otros productores, tendrían la capacidad de distribuir su producto en otro país.	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	39%
	De acuerdo	13	57%
	Totalmente de acuerdo	1	4%
Cree usted que, trabajando asociadamente con otros productores, podrían desarrollar estrategias de distribución de su producto.	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	22%
	De acuerdo	13	57%
	Totalmente de acuerdo	5	22%
Cree usted que, trabajando asociadamente con otros productores, podría tener más posibilidades de lograr contratos de comercio con empresas de otro país.	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	17%
	De acuerdo	15	65%
	Totalmente de acuerdo	4	17%
Cree usted que, trabajando asociadamente con otros productores, podría cubrir un porcentaje de demanda de chocolate en otro país.	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	26%
	De acuerdo	17	74%
	Totalmente de acuerdo	0	0%
Cuando usa alguna denominación “del chocolate de Cajamarca” cree que los reconocen con más facilidad.	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2	9%
	De acuerdo	15	65%
	Totalmente de acuerdo	6	26%
Total		23	100%

Interpretación: Con el criterio de acumular respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo de 65% a más, de la Tabla 9 para la dimensión distribución se tiene las ventajas de mejorar calidad para llegar a países extranjeros, desarrollar procesos

logísticos de desarrollar estrategias de distribución, más posibilidades de contratos con empresas de otro país, cubrir un porcentaje de la demanda de chocolate en otro país y con el nombre de Chocolate de Cajamarca serán reconocidos con más facilidad.

Figura 9: Canales de distribución para medio de exportación



4.5.3. Determinar la correlación entre Asociatividad y exportación de productores de chocolate del distrito de Cajamarca - Cajamarca 2022.

Tabla 12: *Prueba de normalidad*

Shapiro-Wilk			
Variables/Dimensiones	Estadístico	gl	Sig.
Asociatividad	0.946	23	0.236
Medio de exportación	0.934	23	0.133

Interpretación: Según la tabla 10 se tiene Sig. mayor es a 0,05, por tanto, las variables siguen una distribución normal, por ende, utilizamos el coeficiente de correlación de Pearson, para encontrar una correlación.

Tabla 13: *Correlación para la asociatividad y medio de exportación*

Correlación de Pearson	Medio de exportación
Asociatividad	0,780
Sig. bilateral	0.000

Interpretación: De la tabla 11 se observa una correlación positiva y alta, pues $r=0,780$ es un valor que se acerca a 1. Entonces se dice que en la investigación aceptamos la hipótesis alterna; Si existe relación de asociatividad y medio de exportación a Estados Unidos entre productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca, 2022 y rechazamos la hipótesis nula.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

En este capítulo, daremos respuesta a las hipótesis mencionadas anteriormente, para la hipótesis general, concluimos que, si existe relación de asociatividad y medio de exportación a Estados Unidos entre productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca, 2022. Para las hipótesis específicas, podemos decir que, la asociatividad es de nivel medio o alto entre los productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca 2022, también que el medio de exportación es de nivel medio o alto entre los productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca 2022 y por ultimo que si existe relación directa y significativa entre la asociatividad y medio de exportación a Estados Unidos entre productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca, 2022.

(Molina Martínez & Ramos Martínez, 2020) en México realizaron una investigación cuyo objetivo fue identificar los principales factores que pueden impulsar las exportaciones de cacao en grano de las empresas productoras y exportadoras de cacao en grano de Tabasco, al igual que en la presente investigación utilizaron una encuesta tipo Likert, los resultados que obtuvieron ellos concluyeron que las exportaciones de dichas empresas se pueden incrementar mediante el aumento de la competitividad y la diversificación del mercado de exportación; coincidiendo así con la presente investigación, que como resultados se determinó que para la cooperación se tiene las ventajas de relacionarse con otros productores de chocolate, también se concluyó que el vincularse con dichos productores mejora la competitividad con otros productores y sus oportunidades se incrementan. Se puede decir según los resultados obtenidos que al incrementar la asociatividad se incrementa el medio de exportación.

(Orbea Herrera, 2018) en su tesis “*Asociatividad para la comercialización de Cacao de los pequeños Productores del recinto Aguacate de Pise, Cantón Valencia - Provincia De Los Ríos*”, tiene como objetivo identificar si existen condiciones que permitan fomentar procesos asociativos para la comercialización de cacao. En la información que obtuvieron, finalmente se concluye que, la población del recinto Aguacate de Pise-cantón Valencia provincia de Los Ríos, tienen las condiciones sociales e institucionales como los medios de comercialización y producción, lo que puede fomentar un proceso asociativo, para poder solventar necesidades socio-económicas y ambientales que comparten, concluyen que sus resultados son una reflexión de la situación que atraviesa la mayor parte del agro en territorio ecuatoriano y la posibilidad que existe para mejorar la forma de producir y obtener mayor rentabilidad; al comparar la investigación antes mencionada con los resultados obtenidos en la presente investigación concluimos que para lograr una asociatividad no solo se requiere, como dice (Orbea Herrera, 2018), de medios como comercialización y producción, sino que también es necesario evaluar la cooperación, que posee las ventajas de relacionarse con otros productores de chocolate, lo que a su vez mejora la competitividad con otros productores lo que hace que sus oportunidades se incrementan, también se requiere de esfuerzo el cual da ventajas de buscar información para mejorar el cultivo de chocolate y así poder apoyarse de manera constante.

(Morales Chocce, 2021) el objetivo de su investigación fue determinar la relación entre los factores de comercialización y la exportación de cacao orgánico del distrito de Kimbiri-VRAEM. La investigación fue de tipo aplicada, de nivel descriptivo correlacional y con un diseño no experimental de corte transversal, lo que coincide con mi investigación, en sus resultados obtuvieron existe relación

entre los factores de comercialización y la exportación de cacao orgánico, así como existe relación entre la producción y la asociatividad de los productores de cacao, el precio internacional y la logística interna, lo que también coincide son los resultados de mi investigación que dice que, según el cuestionario que se aplicó, cuando la asociatividad es baja y el medio de exportación es bajo se tiene un 71%, cuando la asociatividad es medio y el medio de exportación es medio se tiene un 82%, cuando la asociatividad es alta y el medio de exportación es alto se tiene un 80%; lo que se traduce como que al incrementar la asociatividad se incrementa el medio de exportación.

En su tesis (Alva Salirrosas & Diestra García, 2018) realizada en Trujillo, su objetivo fue analizar las ventajas de la asociatividad como oportunidad para la exportación de artesanía textil en Santiago de Chuco. Estos llegaron a identificar, que las ventajas de la asociatividad que cumplen actualmente son canales de distribución, certificaciones de calidad, precio ofertado, volumen de producción, características técnicas, nuevos mercados, poder de negociación, acceso a capital, capacitación y minimizar costos, cumpliendo solo el 80% de todas las que el MINCETUR propone como primordiales, dando como resultado un beneficio para ellos ya que se están desarrollando como asociación, dichos resultados si los comparamos con los que se obtuvo en la investigación que realice, no ayudaría tanto como las ventajas que se obtuvo al consultarles a los productores de chocolate lo sobre la cooperación, que como ya lo mencionamos anteriormente ayuda a relacionarse con otros productores para mejorar la competitividad y así sus oportunidades se incrementen, el esfuerzo también resultaría ventajoso, ya que se podría incentivar a los productores a buscar información para mejorar el cultivo de

chocolate y agregarles competitividad para que así puedan mejorar la calidad del producto, reducir costos y pagar así créditos que beneficiarían a la asociación.

(Juscamaita Guzmán & Zelada Rodríguez, 2020) en su investigación realizada en Cajabamba tuvo como objetivo elaborar una propuesta asociativa adecuada para los productores del caserío de Siguis, distrito de Cachachi, Cajabamba -Cajamarca, para la exportación de ají de páprika a España, en el año 2019. Entre sus principales resultados se determino que los productores cuentan con indicios importantes para logra la asociatividad, dado que trabajan conjuntamente, planifican su producción y estn dispuestos a asociarse. Al igual que en esta investigación, (Juscamaita Guzmán & Zelada Rodríguez, 2020) concluyen que la asociatividad es adecuada para los productores y que tiene mucha influencia para poder lograr la exportación, ya que según nuestros resultados la distribución tiene las ventajas de mejorar calidad para llegar a países extranjeros, desarrollar procesos logísticos de desarrollar estrategias de distribución; más posibilidades de contratos con empresas de otro país, cubrir un porcentaje de la demanda de chocolate en otro país. La logística brindara oportunidades para mejorar la calidad y así llegar a países extranjeros, desarrollar procesos logísticos de almacén, transporte, embalaje y trámites documentarios, también disminuir riesgos de realizar una exportación de chocolate y los canales de distribución mejoraran la calidad para llegar a países extranjeros, desarrollar estrategias de distribución, más posibilidades de contratos con empresas de otro país, cubrir un porcentaje de la demanda de chocolate en otro país y por ende con el nombre de Chocolate de Cajamarca serán reconocidos con más facilidad.

En la investigación realizada por (Carrión Cruz, 2021), llamada “Producción y exportación de cacao en la región Cajamarca hacia Estados Unidos, 2016 – 2020”,

tuvo como objetivo determinar de qué manera incide la producción y exportación de cacao en la región Cajamarca hacia Estados Unidos. En sus resultados concluyen que, la relación entre la producción y exportación de cacao de la región Cajamarca a EE.UU. es medianamente significativa (50.3%), debido esencialmente en que la producción de la región Cajamarca en los últimos años se ha incrementado, sin embargo, las exportaciones hacia los EE. UU. han disminuido, lo que nos asegura que sería mejor una asociatividad para lograr la exportación de chocolate de Cajamarca, ya que según mis resultados encontramos una correlación positiva y alta entre asociatividad y exportación, pues $r=0,780$ es un valor que se acerca a 1, lo que explica que cuando la asociatividad es baja y el medio de exportación es bajo se tiene un 71%, cuando la asociatividad es medio y el medio de exportación es medio se tiene un 82%, cuando la asociatividad es alta y el medio de exportación es alto se tiene un 80%, por ende los porcentajes obtenidos antes mencionados se traducen como que al incrementar la asociatividad se incrementa el medio de exportación.

4.2.Conclusiones

Para la investigación que tuvo como objetivo, identificar la relación de Asociatividad de productores de chocolate del distrito de Cajamarca - Cajamarca como medio de exportación a Estados Unidos 2022; se estableció las siguientes conclusiones, basándonos también en los objetivos específicos y aceptando o rechazando las hipótesis planteadas anteriormente:

Como conclusión tenemos que si existe una relación de asociatividad y medio de exportación a Estados Unidos entre productores de chocolate del distrito de Cajamarca.

Las ventajas de la asociatividad de los productores en cuanto a cooperación demuestran que el vincularse con otros productores mejora la competitividad (61%)

y así sus oportunidades incrementan (52%), en cuando a esfuerzo se refiere, están de acuerdo en que entre productores de su zona hay apoyo mutuo (91%) y que también buscan información para mejorar los cultivos (70%); eso se refleja en la competitividad dando resultado que al trabajar de forma conjunta la calidad de la producción del chocolate mejora (65%), reduciéndose los costos (78%) y permitiendo de esa manera hacer más fácil el pago de créditos (74%).

Dentro de las características para la exportación de chocolate, se concluyó que, asociándose con los productores, podrían desarrollar procesos logísticos de almacenaje, transporte, embalaje, trámites documentarios, etc (61%). De esa manera se lograría tener un producto de la calidad que requiere el país a exportar (57%) y así también se disminuyen los riesgos de exportación (48%). También se consideró los canales de distribución en los que al asociarse se podría desarrollar estrategias de distribución del producto (57%), así lograr contratos de comercio hacia el país a exportar (65%), cubrir un porcentaje de demanda (74%) y poder usar una denominación como “chocolate cajamarquino” para que se reconozca con mayor facilidad en el extranjero (65%).

Al evaluar la correlación entre asociatividad y exportación se concluyó mediante la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk que tanto la asociatividad y la exportación con sus dimensiones correspondientes siguen una distribución normal (Sig. >0.05), por eso se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson para concluir que si existe una correlación entre dichas variables ($r=0.780$)

REFERENCIAS

- Abril, V. H. (13 de Enero de 2022). *Academia*. Obtenido de Academia:
https://www.academia.edu/6964411/T%C3%A9cnicas_e_Instrumentos_de_Investigaci%C3%B3n_-_Abril_Ph_D
- Alva Salirrosas, R. M., & Diestra García, A. M. (25 de Febrero de 2018). La asociatividad como oportunidad para la exportación de Artesanía textil de Santiago de Chuco - 2018. (*Título de Licenciatura*). Santiago de Chuco, Trujillo, Perú.
- Alvaro Sanga, D. E. (13 de Agosto de 2017). Analisis de la asociatividad y el poder de negociación en la cooperativa de servicios San Santiago-Acora, periodo 2015. Puno, Puno, Perú.
- Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza. (11 de Enero de 2015). *Andalucía Emprende*. Obtenido de Andalucía Emprende:
<https://www.andaluciaemprende.es/wp-content/uploads/2015/02/MANUAL-DE-COOPERACION-EMPRESARIAL.pdf>
- Arias Odón, F. G. (2012). *El proyecto de investigación*. Caracas: Episteme.
- Bobadilla Alfaro, K. S., & Orrillo Carranza, J. M. (25 de Enero de 2019). Propuesta de un modelo de asociatividad para los productores de la caña de azúcar del caserío Guayabo – Contumazá como estrategia para la comercialización del aguardiente al mercado de Asturias - España. (*Tesis de Licenciatura*). Contumazá, Cajamarca, Perú.
- Cárdenas Guerra, R. A. (2019). Políticas Públicas y Exportaciones de Cacao del Perú. Periodo 2011-2016. *Revistas de investigación UNMSM*, 10.

Cargo Flores. (2 de Febrero de 2020). *Cargo Flores*. Obtenido de Cargo Flores:

<https://www.cargoflores.com/service/logistica-y-distribucion-internacional/#:~:text=LA%20CADENA%20LOG%3%8DSTICA,servicios%20relacionados%20con%20dicho%20proceso.&text=Optimizar%20recursos%20olog%3%ADsticos.,de%20cross%20trade%20por%20ejemplo.>

Carrión Cruz, G. Y. (1 de Noviembre de 2021). Producción y exportación de cacao en la región Cajamarca hacia Estados Unidos, 2016 – 2020. Cajamarca, Cajamarca, Perú.

Casas, C., & Muñoz, P. (10 de enero de 2014). *Agenda 2014 de la Universidad del Pacífico*. Obtenido de <http://agenda2014.pe/agenda.html>

Cuadros Huamani , Y. N. (Agosto de 2019). *CORE*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/328899563.pdf>

Cub del chocolate. (3 de Enero de 2021). *Cub del chocolate*. Obtenido de Cub del chocolate: <https://www.clubdelchocolate.com/content/70-cacao-en-la-america-precolombina>

Grinnell, R. M., & Unrau, Y. (2005). *Social Work Research and Evaluation: Quantitative and Qualitative Approaches*. Nueva York: Cengage Learning.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la investigación* (6° ed.). (S. d. Interamericana editores, Ed.) Mexico D.F: McGRAW-HILL.

Hernández Triviño, A. (2013). Chocolate: historia de un nahuatlismo. *Estudios de cultura náhuatl*, 37-87. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0071-16752013000200003&script=sci_abstract&tlng=pt

Juscamaita Guzmán, S. K., & Zelada Rodríguez, E. J. (5 de Noviembre de 2020).

Asociatividad de los productores de ají de páprika del Caserío de Siguis, Distrito de Cachachi, Cajabamba-Cajamarca para la exportación al mercado de España en el 2019. Cajabamba, Cajamarca, Perú.

Kerlinger , F. N. (1981). *Enfoque conceptual de la investigacion del comportamiento*.

Estados Unidos: Interamericana.

Martinez, A., & Liendo, M. (2001). Asociatividad. Una alternativa para el desarrollo y crecimiento de las Pymes. *Semantic scholar*, 311-319.

Molina Martínez, R., & Ramos Martínez, M. F. (2020). Variables que impiden incrementar las exportaciones de cacao en grano del estado de Tabasco.

CIMEXUS, 63-81. Obtenido de <https://cimexus.umich.mx/index.php/cim1/article/view/355/297>

Molina Mina, M. J. (14 de Agosto de 2019). Modelo de asociatividad para la producción y exportación de vino elaborado a base de cacao del cantón San Lorenzo hacia el mercado de Ontario, Canadá. Ibarra, Ibarra, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.pucesi.edu.ec/bitstream/11010/486/1/Tesis%20Mar%c3%ada%20Jos%c3%a9%20Molina.pdf>

Morales Chocce, M. S. (11 de Agosto de 2021). Factores de comercialización y la exportación de cacao orgánico del distrito de Kimbiri-VRAEM-2020. VRAEM,

Ayacucho, Perú. Obtenido de <http://repositorio.udaff.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11936/218/Tesis%20-%20Serfaty.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Orbea Herrera, M. E. (13 de Octubre de 2018). Asociatividad para la comercialización de cacao de los pequeños productores del recinto Aguacate de Pise, cantón Valencia-provincia de Los Ríos. (*Tesis de maestría*). Quito, De los Rios, Ecuador.
- Pérez Almeida, L. (29 de Octubre de 2013). De clase mundial el chocolate latinoamericano. *El diario*, pág. 25. Obtenido de <https://eldiariiony.com/2013/10/29/de-clase-mundial-el-chocolate-latinoamericano/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (1 de Enero de 2019). *Definicion.de*. Obtenido de Definicion.de: <https://definicion.de/esfuerzo/>
- Porter, M. E. (1990). La competitividad de las ubicaciones. En M. E. Porter, *La ventaja competitiva de las naciones* (págs. 163-202). New York: Plaza & Janes Editores SA.
- Quillahuamán Mamani, D., & Carazas Sacaca, M. (15 de Marzo de 2018). La asociatividad de pequeños productores como estrategia para mejorar la competitividad de las cadenas de producción de hortalizas en el distrito de San Jerónimo – Cusco 2015. (*Tesis de Maestría*). Cusco, Cusco, Perú.
- Roldan , P. N. (2017). Cadena de Suministro. *Econopedia*, 5. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-suministro.html>
- Sosa Tinoco, M. M. (2020). Aproximación al chocolate y promoción del territorio: un análisis comparativo entre México y España. *Communication Papers Media Literacy & Gender Studies*, 107. Obtenido de <https://dugi-doc.udg.edu/handle/10256/19243>

SUNAT. (27 de Junio de 2008). GJA-03 LEY GENERAL DE ADUANAS. Lima, Lima,

Perú. Obtenido de

<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03normasoc.htm>

Velazquez Velazquez, E. (16 de Agosto de 2012). Canales de distribución y logística.

Mexico D.F, Mexico, Mexico.

ANEXOS

Anexo N.º 0.1. Matriz de Consistencia: La Asociatividad de productores de Chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca como medio de Exportación a Estados Unidos 2022

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA/ DISEÑO
<p>Problema General: ¿Cuál es la ventaja de la relación de asociatividad de productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca como medio de Exportación a Estados Unidos 2022?</p> <p>Problemas Específicos. ¿Cuál son las ventajas de asociatividad de productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca 2022?</p> <p>¿Cuáles son las características necesarias para exportar chocolate a Estados Unidos 2022?</p> <p>¿Cuál es la correlación entre Asociatividad y exportación de productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca 2022?</p>	<p>Objetivo General: Identificar la relación de Asociatividad de productores de chocolate del distrito de Cajamarca - Cajamarca como medio de exportación a Estados Unidos 2022.</p> <p>Objetivos Específicos: Describir las ventajas de una asociatividad entre los productores de chocolate del distrito de Cajamarca-Cajamarca 2022.</p> <p>Describir características necesarias para exportar chocolate a Estados Unidos 2022.</p> <p>Determinar la correlación entre Asociatividad y exportación de productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca 2022</p>	<p>Hipótesis General. Hipótesis alterna Existe relación de asociatividad y medio de exportación a Estados Unidos entre productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca, 2022.</p> <p>Hipótesis nula No existe relación de asociatividad y medio de exportación a Estados Unidos entre productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca, 2022.</p> <p>Hipótesis Específicas H1: La asociatividad es de nivel medio o alto entre los productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca 2022. H2: El medio de exportación es de nivel medio o alto de los productores de chocolate del distrito de Cajamarca - Cajamarca 2022. H3: Existe relación directa y significativa entre la asociatividad y medio de exportación a Estados Unidos entre productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca, 2022.</p>	<p>Variable Independiente: Asociación Definición Conceptual. Según Liendo (2000) definen a la asociatividad como un mecanismo de cooperación por el cual las pequeñas empresas combinar sus esfuerzos para enfrentar las dificultades que provienen del proceso de la globalización y permite conseguir niveles de competitividad similares a los de las empresas de mayor envergadura.</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperación • Esfuerzo • Competitividad <p>VARIABLE DEPENDIENTE EXPORTACIÓN Definición Conceptual. Bahamonde (2018) afirma de manera similar que “Es el régimen aduanero de un conjunto de operaciones y procesos que consiente o permite la salida de territorio nacional aduanero las mercancías nacionales o nacionalizadas que serán usadas o consumidas de manera definitiva en el exterior. La exportación definitiva no se encuentra afectada a ningún tributo”.</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logística de exportación • Canales de distribución internacional 	<p>Propósito: propósito de esta investigación está basada en una investigación aplicada</p> <p>Enfoque: Cuantitativa</p> <p>Diseño: Descriptivo-No experimental</p> <p>Tipo: correlacional - descriptivo</p> <p>Población: lo 26 productores de chocolate del distrito de Cajamarca.</p> <p>Muestra: 23 productores de chocolate del distrito de Cajamarca.</p> <p>Método: Método Inductivo – Deductivo. Método Hermenéutico.</p> <p>Técnicas: la técnica que se emplea para la recolección de datos en esta investigación es una encuesta.</p> <p>Instrumento: Encuesta</p>

**Anexo N.º 0.2. Cuestionario para Identificar las ventajas de asociatividad de
productores Chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca como medio de
Exportación a Estados Unidos 2022.**

La presente encuesta tiene el objetivo de Identificar las ventajas de asociatividad de
productores Chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca como medio de
Exportación a Estados Unidos 2022. La siguiente encuesta es anónima, por lo cual lo
invitamos a contestar con sinceridad, ya que la información solo se utilizará para fines
académicos.

Género:

a) Masculino

b) Femenino

Edad:

Marque con una “X” según la escala determinada en el cuadro:

5= Totalmente de acuerdo, 4 = De acuerdo, 3 = Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, 2 = En desacuerdo,
1 = Totalmente en desacuerdo

Nº	ASOCIATIVIDAD	5	4	3	2	1
Cooperación						
1	Relacionarse con otros productores de chocolate es una ventaja					
2	Vincularse con otros productores de chocolate mejora la competitividad con otros productores					
3	Colabora frecuentemente con otros productores de su zona					
4	Los productores de su zona comparten información sobre el cultivo de chocolate					
5	Usted cree que cuando se asocia con otros productores sus oportunidades se incrementan					
Esfuerzo						
6	Los productores de su zona buscan información para mejorar el cultivo de chocolate					
7	Los productores de su zona se apoyan constantemente					
8	Existe apoyo público o privado para mejorar la siembra y cultivo de chocolate en su zona					
9	Los productores de su zona buscan apoyo de parte del gobierno					
10	Existe voluntad entre los productores para obtener un producto estándar y de buena calidad					
Competitividad						
11	Recibir capacitación agrícola constantemente mejora la producción de chocolate					
12	Necesita recibir capacitación agrícola					
13	Trabajando de forma conjunta, mejoran la calidad de producción del chocolate					

14	Cuando trabajando de forma conjunta reducen costos de producción del chocolate.					
15	Cree que será más fácil pagar un crédito de forma conjunta.					

N°	EXPORTACION	5	4	3	2	1
Logística de exportación						
16	Usted cree que, asociándose con otros productores, su producto podría llegar a tener la calidad que requiere los países extranjeros.					
17	Usted cree que, asociándose con otros productores, su producto podría incursionar en mercados internacionales.					
18	Usted cree que, asociándose con los productores, podrían desarrollar proceso logístico de almacenaje, transporte, embalaje, tramites documentarios, etc.					
19	Usted cree que trabajando asociados podrían manejar con más facilidad la documentación de una exportación.					
20	Usted cree que trabajando asociados, disminuyen los riesgos de realizar una exportación de chocolate.					
Canales de distribución						
21	Cree usted que, trabajando asociadamente con otros productores, tendrían la capacidad de distribuir su producto en otro país.					
	Cree usted que, trabajando asociadamente con otros productores, podrían desarrollar estrategias de distribución de su producto.					
23	Cree usted que, trabajando asociadamente con otros productores, podría tener más posibilidades de lograr contratos de comercio con empresas de otro país.					
24	Cree usted que, trabajando asociadamente con otros productores, podría cubrir un porcentaje de demanda de chocolate en otro país.					
25	Cuando usa alguna denominación “del chocolate de Cajamarca” cree que los reconocen con más facilidad.					

Anexo N.º 0.3. Validación de los instrumento por el estadísticos: Asociatividad



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO ASOCIATIVIDAD
(JUICIO DE EXPERTOS)

Yo VÍCTOR SÁNCHEZ CÁCERES Identificado con DNI N° 26722763 Con Grado Académico de DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN. Hago constar que he leído y revisado los 15 ítems del cuestionario de encuesta para diagnosticar la ASOCIATIVIDAD, correspondiente a la Tesis para optar el título profesional:

“La asociatividad de productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca como medio de exportación a Estados Unidos 2022”

Del tesista: Ricardo José Montenegro Moreno.

Los ítems del cuestionario están distribuidos en 3 dimensiones: Cooperación (05 ítems), Esfuerzo (05 ítems), Competitividad (05 ítems). El Instrumento corresponde a la tesis mencionada líneas arriba. Luego de la evaluación de cada ítem y realizada las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Cuestionario de encuesta		
Nº Ítems revisados	Nº de Ítems válidos	% de Ítems válidos
15	15	100

Lugar y Fecha 02-02-2022

Apellidos y Nombres del Evaluador... VÍCTOR SÁNCHEZ CÁCERES



.....
LIC. VÍCTOR SÁNCHEZ CÁCERES
COESPE 37
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

FIRMA DEL EVALUADOR



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
FICHA DE EVALUACIÓN DE CUESTIONARIO ASOCIATIVIDAD
(JUICIO DE EXPERTOS)

Apellidos y Nombres del Evaluador: VÍCTOR SÁNCHEZ CÁCERES

Grado Académico: Dr. en ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN

Título de la Investigación: La asociatividad de productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca como medio de exportación a Estados Unidos 2022.

Autor: Ricardo José Montenegro Moreno.

N° Item	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis		Pertinencia con la variable y dimensiones		Pertinencia con la dimensión /indicador		Pertinencia con la redacción Científica (propiedad y coherencia)	
	Apropiado	inapropiado	apropiado	inapropiado	apropiado	inapropiado	apropiado	inapropiado
1	X		X		X		X	
2	X		X		X		X	
3	X		X		X		X	
4	X		X		X		X	
5	X		X		X		X	
6	X		X		X		X	
7	X		X		X		X	
8	X		X		X		X	
9	X		X		X		X	
10	X		X		X		X	
11	X		X		X		X	
12	X		X		X		X	
13	X		X		X		X	
14	X		X		X		X	
15	X		X		X		X	

EVALUACIÓN. No válido, Mejorar ()

Válido, Aplicar (x)

Nota: La validez exige el cumplimiento del 100%

Lugar y Fecha 02-02-2022

Apellidos y Nombres del Evaluador VÍCTOR SÁNCHEZ CÁCERES



.....
LIC. VÍCTOR SÁNCHEZ CÁCERES
COESPE 37
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ
FIRMA DEL EVALUADOR
DNI N° : 26722763

Anexo N.º 0.4. Validación del instrumento por el estadísticos: Exportación



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO EXPORTACIÓN
(JUICIO DE EXPERTOS)

Yo VÍCTOR SÁNCHEZ CÁCERES Identificado con DNI N° 26722763 Con Grado Académico de DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN Universidad Particular CÉSAR VALLEJO. Hago constar que he leído y revisado los 10 ítems del cuestionario de encuesta para diagnosticar exportación, correspondiente a la Tesis para optar el título profesional:

“La asociatividad de productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca como medio de exportación a Estados Unidos 2022”

Del tesista: Ricardo José Montenegro Moreno.

Los ítems del cuestionario están distribuidos en 2 dimensiones: Logística de exportación (05 ítems), Canales de distribución (05 ítems). El Instrumento corresponde a la tesis mencionada líneas arriba. Luego de la evaluación de cada ítem y realizada las correcciones respectivas, los resultados son los siguientes:

Cuestionario de encuesta		
Nº Ítems revisados	Nº de Ítems válidos	% de Ítems válidos
10	10	100

Lugar y Fecha 02-02-2022

Apellidos y Nombres del Evaluador... VÍCTOR SÁNCHEZ CÁCERES



.....
LIC. VÍCTOR SÁNCHEZ CÁCERES
COESPE 37
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

FIRMA DEL EVALUADOR



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
FICHA DE EVALUACIÓN DE CUESTIONARIO: ASOCIATIVIDAD
(JUICIO DE EXPERTOS)

Apellidos y Nombres del Evaluador: VÍCTOR SÁNCHEZ CÁCERES

Grado Académico: Dr. en ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN

Título de la Investigación: La asociatividad de productores de chocolate del distrito de Cajamarca – Cajamarca como medio de exportación a Estados Unidos 2022.

Autor: Ricardo José Montenegro Moreno.

Nº Item	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
	Pertinencia con el problema, objetivos e hipótesis		Pertinencia con la variable y dimensiones		Pertinencia con la dimensión /indicador		Pertinencia con la redacción Científica (propiedad y coherencia)	
	Apropiado	inapropiado	apropiado	inapropiado	apropiado	inapropiado	apropiado	inapropiado
16	X		X		X		X	
17	X		X		X		X	
18	X		X		X		X	
19	X		X		X		X	
20	X		X		X		X	
21	X		X		X		X	
22	X		X		X		X	
23	X		X		X		X	
24	X		X		X		X	
25	X		X		X		X	

EVALUACIÓN. No válido, Mejorar ()

Válido, Aplicar (x)

Nota: La validez exige el cumplimiento del 100%

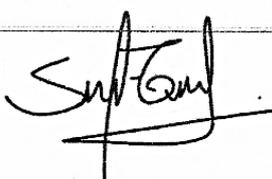
Lugar y Fecha 02-02-2021

Apellidos y Nombres del Evaluador VÍCTOR SÁNCHEZ CÁCERES



.....
LIC. VICTOR SANCHEZ CACERES
COESPE 37
COLGIO DE ESTADISTICOS DEL PERÚ
FIRMA DEL EVALAUDOR
DNI N° : 26722763

Anexo N.º 0.5. Validación de los instrumentos por los otros dos expertos

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS ENCUESTA 1				
Título de la investigación:	"LA ASOCIATIVIDAD DE PRODUCTORES DE CHOCOLATE DEL DISTRITO DE CAJAMARCA – CAJAMARCA COMO MEDIO DE EXPORTACION A ESTADOS UNIDOS 2022"			
Línea de investigación:	DESARROLLO SOSTENIBLE Y GESTIÓN EMPRESARIAL			
Apellidos y nombres del experto:	SORIANO TORRES PAULO EDUARDO			
Especialidad del experto:	COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	ASOCIACIÓN			
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Opinión de aplicabilidad: <input checked="" type="checkbox"/> Aplicable <input type="checkbox"/> Aplicable después de corregir <input type="checkbox"/> No aplicable <input type="checkbox"/>				
Sugerencia:				
Firma del experto:  DNI. 43959124				

**MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS
ENCUESTA 2**

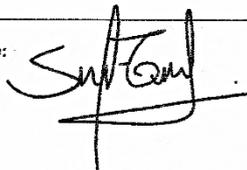
Título de la investigación:	"LA ASOCIATIVIDAD DE PRODUCTORES DE CHOCOLATE DEL DISTRITO DE CAJAMARCA – CAJAMARCA COMO MEDIO DE EXPORTACION A ESTADOS UNIDOS 2022"
Línea de investigación:	DESARROLLO SOSTENIBLE Y GESTIÓN EMPRESARIAL
Apellidos y nombres del experto:	SORIANO TORRES PAULO EDUARDO
Especialidad del experto:	COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
El instrumento de medición pertenece a la variable:	ASOCIACIÓN

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**
Sugerencia:

Firma del experto:
DNI: 43959124



**MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS
ENCUESTA 1**

Título de la investigación:	"LA ASOCIATIVIDAD DE PRODUCTORES DE CHOCOLATE DEL DISTRITO DE CAJAMARCA – CAJAMARCA COMO MEDIO DE EXPORTACION A ESTADOS UNIDOS 2022"
Línea de investigación:	DESARROLLO SOSTENIBLE Y GESTIÓN EMPRESARIAL
Apellidos y nombres del experto:	CÉSPEDES ORTIZ, CRISTHIAN PAÚL
Especialidad del experto:	MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN (MBA)
El instrumento de medición pertenece a la variable:	ASOCIACIÓN

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

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

Sugerencia:

Firma del experto:
DNI. 26732973



**MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS
ENCUESTA 2**

Título de la investigación:	"RELACIÓN ENTRE LA INCLUSIÓN FINANCIERA Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS MYPES DEL SECTOR LACTEO DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, 2020"
Línea de investigación:	DESARROLLO SOSTENIBLE Y GESTIÓN EMPRESARIAL
Apellidos y nombres del experto:	CÉSPEDES ORTIZ, CRISTHIAN PAÚL
Especialidad del experto:	MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN (MBA)
El instrumento de medición pertenece a la variable:	ASOCIACIÓN

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Sugerencia:

Firma del experto:
DNI 26732973



Anexo N.º 0.6. Confiabilidad

Confiabilidad del cuestionario:

PROYECTO DE TESIS

**“LA ASOCIATIVIDAD DE PRODUCTORES DE CHOCOLATE DEL
DISTRITO DE CAJAMARCA – CAJAMARCA COMO MEDIO DE
EXPORTACION A ESTADOS UNIDOS 2022”**

Tesista: Ricardo José Montenegro Moreno

CONFIABILIDAD

ALPHA DE CRONBACH

➤ Asociativa	(15 ítems)	= 0,815 Muy bueno
➤ Exportación	(10 ítems)	= 0.852 Muy bueno
➤ Global	(15 ítems)	= 0.890 Muy bueno

Tamaño de muestra piloto 10 empresas

En consecuencia, el instrumento es confiable.

Software SPSS v. 26.0

Cajamarca 07 de febrero de 2022



.....
LIC. VICTOR SANCHEZ CACERES
COESPE 37
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

Dr. Víctor Sánchez Cáceres
DNI 26722763