

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

“RELACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA Y LA  
EXPORTACIÓN EN UNA EMPRESA  
COOPERATIVA, CAJAMARCA, 2023”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciada en Administración y Negocios Internacionales**

**Autor:**

Liliana Isabeth Flores Herrera

**Asesor:**

Mg. Lic. Liliana Beatriz Carrillo Carranza

<https://orcid.org/0000-0003-0085-8528>

Cajamarca - Perú

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	James Gamarra Banda	46860481
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

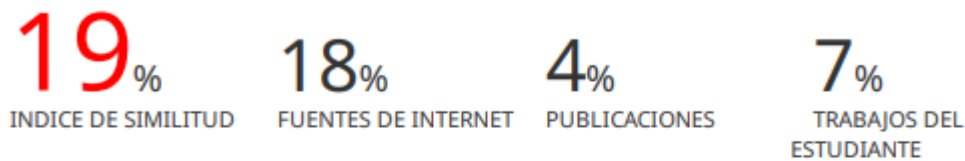
Jurado 2	Mayra Yaqueline Alcalde Martos	71439943
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Paulo César Cáceres Iglesias	41412453
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## INFORME DE SIMILITUD

### “RELACIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA Y LA EXPORTACIÓN EN UNA EMPRESA COOPERATIVA, CAJAMARCA, 2023”

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

3%

★ [repositorio.autonoma.edu.pe](http://repositorio.autonoma.edu.pe)

Fuente de Internet

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo

## **DEDICATORIA**

Dedico la presente investigación a mis padres, Gumercindo Flores y Teonilda Herrera, por ser pilares fundamentales en mi vida y por el esfuerzo de brindarme estudios universitarios, para cumplir mis metas y superarme como persona y en mi vida profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por protegerme, brindarme salud durante todo el largo camino y darme las fuerzas para superar todos los obstáculos y dificultades que se me presentó a lo largo de toda mi vida.

A mis hermanas, Nancy y Kely, y además a mi esposo Dixson; por siempre motivarme a seguir mejorando cada día y sus atenciones. Y finalmente agradezco a mi asesora Liliana Carrillo que me brindó su apoyo, disposición y orientación para el desarrollo de la investigación.

**Tabla de contenido**

<b>JURADO EVALUADOR</b>	<b>2</b>
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
<b>1.1.    Realidad problemática</b>	<b>10</b>
<b>1.2.    Formulación del problema</b>	<b>27</b>
<b>1.3.    Objetivos</b>	<b>27</b>
<b>1.4.    Hipótesis</b>	<b>28</b>
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	30
CAPÍTULO III: RESULTADOS	35
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	49
REFERENCIAS	58
ANEXOS	64

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1 Prueba de normalidad Shapiro Wilk.....	35
Tabla 2 Relación de las variables cadena productiva y la exportación.....	36
Tabla 3 Relación de la variable cadena productiva y la dimensión compromiso de exportación.....	36
Tabla 4 Relación de la variable cadena productiva y la dimensión conocimiento de exportación.....	37
Tabla 5 Relación de la variable cadena productiva y la dimensión estrategia de exportación .....	38
Tabla 6 Relación de la variable cadena productiva y la dimensión desempeño exportador.....	38
Tabla 7 Relación de la variable cadena productiva y la dimensión programa de promoción de exportación .	39
Tabla 8 Valorización porcentual – Dimensión Compromiso de exportación .....	40
Tabla 9 Valorización porcentual – Dimensión Conocimiento de exportación .....	41
Tabla 10 Valorización porcentual – Dimensión estrategia de exportación .....	42
Tabla 11 Valorización porcentual – Desempeño exportador.....	42
Tabla 12 Valorización porcentual - Programa de promoción de exportaciones .....	44
Tabla 13 Valorización porcentual – Dimensión producción .....	46
Tabla 14 Valorización porcentual – Dimensión transformación .....	47
Tabla 15 Valorización porcentual – Dimensión comercialización .....	48

## RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es determinar si existe una relación de la cadena productiva y la exportación en una empresa cooperativa en Cajamarca, desde las dimensiones compromiso de exportación, conocimiento de exportación, estrategia de exportación, desempeño exportador y programas de exportadores. La investigación es de tipo correlacional descriptiva aplicando un diseño no experimental; utilizando como técnica una encuesta y como instrumento el cuestionario aplicado a una muestra de 17 jefes intervinientes, desde la producción hasta la exportación. Los resultados indican que sí existe una relación directa moderada entre la cadena productiva y la exportación. El estudio se evaluó con la prueba de normalidad Shapiro Wilk y obtuvo un resultado menor a 0.05, rechazando la  $H_0$  y se aceptó la  $H_a$  de la investigación; por ende, se usó datos estadísticos de Spearman al tener datos no paramétricos. La cadena productiva y las dimensiones de la exportación tienen una relación directa moderada, demostrando que la empresa cooperativa aun debe mejorar en la cadena productiva, y por ende, el resultado será notorio en el volumen en las exportaciones para llegar a ser más competitiva en el ámbito internacional.

**PALABRAS CLAVES:** Cadena productiva, exportación, empresa cooperativa, competitividad



## SUMMARY

The objective of this research is to determine if there is a relationship between the production chain and exports in a cooperative company in Cajamarca, from the dimensions of export commitment, export knowledge, export strategy, export performance and exporter programs. The research is of a descriptive correlational type applying a non-experimental design; using a survey as a technique and as an instrument the questionnaire applied to a sample of 17 intervening bosses, from production to export. The results indicate that there is a moderate direct relationship between the production chain and exports. The study was evaluated with the Shapiro Wilk normality test and obtained a result of less than 0.05, rejecting the  $H_0$  and accepting the  $H_a$  of the investigation; therefore, Spearman's statistical data was used when having non-parametric data. The productive chain and the export dimensions have a moderate direct relationship, demonstrating that the cooperative company still has to improve in the productive chain, and therefore, the result will be notorious in the volume of exports to become more competitive in the market. at international level.

**KEY WORDS:** Productive chain, export, agro-industrial company, competitiveness.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

A nivel mundial, el crecimiento acelerado de las empresas industriales está siendo tendencia para fines de lucro, llegando a ser sostenibles en el tiempo al brindar un producto de calidad. Por ende, hace que el mercado internacional sea más competitivo en el momento de intercambio de bienes entre el proveedor y consumidor; y gracias a la cadena de valor que desempeña un papel muy importante en el crecimiento de la empresa para lograr un nivel eficiente en la productividad y de tal manera logren pasar a las exportaciones para incrementar la economía del país. A nivel Latinoamericano, a inicios del siglo XX, el comercio internacional fue evolucionando y se manifestó en diversos tratados o convenios de libre comercio entre países industrializados con la misma finalidad de avanzar por las vías del desarrollo. Por consiguiente, el surgimiento de la tecnología promueve cada vez los trámites al momento de las exportaciones e importaciones agilizan los procesos para el uso o consumo del bien o servicio (Universidad Tecnológica Latinoamericana en Línea [UTEL], 2017). En los últimos años, el comercio internacional es el motor fundamental para el crecimiento de las empresas en los países en desarrollo e incrementa su economía, y aún más importante, en empresas que se desarrollan en el sector de las exportaciones.

Las organizaciones son de suma importancia porque es fundamental para el desarrollo económico, generando oportunidades laborales y el incremento de ingresos de cada poblador, ya sea del área rural o de sus mismas instalaciones que interviene la cadena productiva del bien. Inclusive, muchas plantas industriales y otras pequeñas empresas se instalan cerca a la fuente de la materia prima para generar un impacto socioeconómico en las áreas rurales (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], 2013, p. 1).

Además, a nivel mundial, la cadena productiva empezó a tener importancia a finales de la década de los noventa, se define como un conjunto de procesos, donde se involucran de dos a más factores que conforman una línea de producción, de manera productiva y económica. Estos factores también son conocidos como eslabones que se unen para crear vínculos en la cadena productiva, en la etapa de abastecimiento de insumos, transformación y hasta llegar a la comercialización del bien o servicio, con la finalidad de lograr la competitividad en el ámbito nacional e internacional (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial [ONUDI], 2004, p. 25). Cabe resaltar que, cuando existe eficiencia en los recursos utilizados de la cadena productiva del bien, se cumple con las exigencias de calidad del consumidor, con la finalidad de lograr el éxito en las exportaciones de manera concentrada y mayor productividad al abastecer al mercado internacional.

Como expresa (Vegas Rodríguez, 2008), la cadena productiva consta de etapas consecutivas por actores que se relacionan u intervienen a lo largo, desde que los diversos insumos ingresan al proceso y sufren alguna transformación. Por tal razón, las trayectorias de las empresas industriales eran diferentes en el pasado y, en la actualidad el sector presenta oportunidades y beneficios, como el desarrollo económico y reduciendo la pobreza generando empleos en el país; asimismo brindar un producto de calidad y un mantener un aumento constante en las exportaciones. El mundo cambia rápidamente creando oportunidades que las empresas de los países en desarrollo tienen que ser capaces de responder de manera rápida y asertiva. Las respuestas asertivas traen como consecuencia, muchos beneficios y oportunidades en el sector industrial a nivel mundial, simultáneamente, si no se analiza de manera adecuada, los efectos podrían ser negativos, tanto a corto como a largo plazo (FAO, 2013).

El (Departamento Nacional de Planeación ([DNP], 2004) concretiza que la cadena productiva es un conjunto de eslabones que intervienen en la producción como la materia prima, uso de intermedios y la tecnología. De igual manera puede llegar a comprender desde bienes primarios, transformación de bienes, hasta los bienes finales (p. 11). Y la Dirección General de Promoción Agraria ([DGPA], 2015) también tiene una definición similar al autor corporativo anterior, que es un conjunto de agentes económicos que están interconectados en la elaboración del bien, desde el ingreso de los insumos (materia prima) en la producción, transformación, comercializar y hasta llegar al consumidor final. La cadena productiva en una empresa es relativamente importante, porque el buen funcionamiento y uso adecuado de los eslabones intervinientes es fundamental para llegar a ser más competitivos en el mercado.

En Suiza, Ginebra, el comercio internacional mundial alcanza el nivel más alto tras la crisis del covid-19. En 2020, hubo un aumento del 10% con respecto al primer trimestre del dicho año tras la pandemia; asimismo se vio la recuperación más rápida y de buenos resultados capitalizando el incremento de la demanda mundial relacionada con el covid-19. El informe expresa que los países de China, India y Sudáfrica tuvieron una recuperación muy rápida con respecto a otros países durante el primer trimestre del 2021. Estadísticas actuales muestran la desigualdad en la recuperación de los países, los más desarrollados se recuperan de manera más rápida a diferencia de los países que están en desarrollo. Finalmente, los países desarrollados y en desarrollo tiene la misma finalidad de obtener un mayor crecimiento a nivel global (United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD], 2021).

Mientras que, en el Perú, según el artículo 60° de la (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT], 2008) señala que la exportación definitiva es el régimen aduanero que permite la salida de mercancía de territorio nacional (zona franca) para el uso o consumo en el país de destino, cumpliendo todos los requisitos

de ley y no afectar a ningún tributo. Las exportaciones son beneficiosas para las empresas y los países, pero dada las circunstancias, las exportaciones empresariales en el 2020 fueron afectadas por la paralización de la pandemia (covid-19) y como consecuencia dañaron la balanza comercial nacional. Se menciona que, las exportaciones tuvieron una caída de casi un 16% en el periodo enero-diciembre de 2020 con respecto al año anterior. Según cifras de sunat las exportaciones decrecieron un 4,5% en enero del 2020, con respecto al año anterior. Al enfrentar a la pandemia (covid-19), un alto porcentaje de pequeñas, medianas y grandes empresas que se dedican al comercio internacional (exportación – importación) estaba en decadencia y así mismo, muchas familias que dependían laboralmente de estas empresas para generar ingresos económicos y ser el sustento de sus familias (Sociedad de Comercio Exterior del Perú [COMEXPERU], 2021).

Existen factores negativos de un país que benefician a los países competentes a mejorar las estrategias en su producción para no perder participación en el mercado y seguir incrementando su nivel de competitividad; es decir, tener la capacidad de responder con más rapidez a los cambios que ocurren en el mercado internacional. Por lo tanto, con relación a las fuentes de investigación la variable cadena productiva está relacionada con la variable exportación, cada una se mide por dimensiones. La variable (cadena productiva), fue medido por las dimensiones de producción, transformación y comercialización; mientras que la variable (exportación), se midió con la estrategia de exportación, conocimiento de la exportación, desempeño de la exportación y programas de promoción de exportaciones. La finalidad de las empresas que se dedican a las exportaciones es mantenerse competitivos en el mercado extranjero, siendo eficientes y eficaces en la producción y simultáneamente se reflejará en el volumen de las exportaciones, llegando a ser una empresa cooperativa de valor.

La problemática identificada en las empresas cooperativas cajamarquinas es la falta de efectividad en la cadena productiva y, por ende, afecta en la cantidad exportable dirigido al mercado internacional. En la actualidad, las exportaciones están en constante crecimiento después de la pandemia, pero las empresas al recurrir en muchas deficiencias no alcanzan altos niveles de productividad; es decir, no satisfacen los requerimientos del mercado internacional en gran volumen exportable. Las variables, cadena productiva y la exportación no disponen de una correcta estrategia para llegar a ser eficiente en la producción con relación directa a la cantidad exportable. Las oportunidades de las empresas cooperativas cajamarquinas es la negociaciación con mercados internacionales, mediante las exportaciones se logra mejores beneficios económicos de las empresas y asimismo del país, inclusive va a generar más empleos y seguir manteniendo un sistema de gestión ambiental.

Para la sustentación del estudio de la relación de la cadena productiva y la exportación en una empresa cooperativa, 2023 en la ciudad de Cajamarca, se consideró antecedentes internacionales previas como:

Viera (2013) en la investigación titulada “Análisis, investigación y propuesta para fortalecer la infraestructura nacional de la calidad para la evaluación de la conformidad de los productos del cacao ecuatoriano provenientes de la cadena productiva que se exportan a la Unión Europa, Estados Unidos y Japón 2013” de la Universidad Central del Ecuador en la ciudad de Quito-Ecuador, una investigación de tipo descriptiva-exploratoria. Tiene como objetivo analizar y plantear una propuesta de mejora en la actual infraestructura de la calidad nacional para la evaluación de la conformidad de los productos provenientes de la cadena productiva del cacao ecuatoriano que se exportan a la Unión Europea, Estados Unidos y Japón. Como resultado se obtiene datos que no son representativos, pero al realizar las diferentes encuestas a los provenientes, manifiesta que el producto involucra varias variables. No existe mucha información para la verificación de la infraestructura de la

calidad, pero las respuestas más representativas es que el 50% de los encuestados afirma que es obligatorio el cumplimiento de conformidad, en el mercado que se encuentre de manera nacional u internacional. Con respecto a los mercados internacionales, pocos trabajadores afirmaron que estar interesados en mercados globales y la obtención de la certificación “UTZ CERTIFIED”, realizada por una auditoria con un auditor independiente certificado por UTZ y sea valida la acreditación que se puede usar en cualquier producto con un cumplimiento con un 90% puntos. El autor concluye que, el cacao requiere evaluaciones de conformidad, por ser uno de los principales productos que se comercializan en todos los mercados los granos de cacao, previamente fermentada y seca. Los granos de cacao ecuatoriano se exportan a los mercados de los países desarrollados como Estados Unidos, Unión Europea y Japón. Al momento Ecuador no cuenta con la infraestructura adecuada para mejorar la calidad para los servicios de conformidad de los productos del cacao, que en algunos casos se dice que no es indispensable, pero como requisito aduanero se interpreta como obligatorio.

Abril (2018) en la investigación titulada “Análisis de la cadena productiva del sector industrial de cuero y sus efectos en la producción de calzado en la provincia de Tungurahua 2018” de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil [UCSG] en la ciudad de Guayaquil-Ecuador, una investigación de tipo descriptiva. Tiene como objetivo analizar la cadena productiva del sector industrial de cuero para identificar aspectos críticos en la producción de calzado en la provincia de Tungurahua durante el periodo 2010-2016. Como resultado se obtiene que, desde que se recoge la materia prima (cuero del ganado vacuno) o lo dejan en la empresa, posteriormente pasa a un proceso de transformación junto con otros insumos para poder obtener un calzado que sea de elegante, calidad y duradero. El autor concluye que, la cadena productiva en el sector industrial ha ido evolucionando con el tiempo, que más empresas se dedican a este rubro y con el paso de los años han ido optimizando recursos de materia prima, mano de obra y en menor tiempo, logrando ser

eficiente en el proceso de producción para que el negocio sea sustentable y sostenible. Además, algunos insumos son importados para terminar el producto final disminuyendo de esa manera las posibilidades de competitividad, ya que en el mercado internacional no casi se ofrece productos de elegante, calidad y que sea duradero. El sector aporta muchos beneficios, tanto para el país como para la sociedad como empleos para las personas que no cuentan con conocimientos técnicos. Además, menciona que al fomentar e mejorar los cambios en el proceso productivo va a ser competitivos en el mercado internacional.

Loayza (2018) en la investigación titulada “Análisis de la cadena productiva del cacao ecuatoriano para el diseño de una política pública que fomente la productividad y la eficiencia de la producción cacaotera período 2007-2016” de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador de la ciudad de Quito-Ecuador, una investigación con enfoque cuantitativo con una metodología de tipo descriptiva. Tiene como objetivo determinar los factores que inciden en la competitividad de la cadena productiva del cacao ecuatoriano y establecer lineamientos de política pública para mejorar la productividad y eficiencia de su producción. Como resultado se obtiene que, el cacao ecuatoriano es muy conocido en el mercado internacional por su sabor y aroma, se manifiesta que se debe realizar un análisis a las plantas en territorio nacional, debido a que con el transcurso del tiempo las plantaciones manifiestan un estado de largo tiempo donde se envejecen. Además, otro aspecto importante al momento de realizar el análisis fue la diferencia entre las plantas plantadas y las áreas cosechadas, sustentan que se relacionan de forma directa, quiere decir que, si se lograra un incremento en la producción por consecuencias también se daría en la exportación. De acuerdo con el análisis foda que se realizó tuvo buenas oportunidades y fortalezas, pero de igual manera debilidades y amenazas; se cruzó y se realizó estrategias que le permita generar eficientemente el ingreso de los insumos para la transformación, con la finalidad de lograr la gran calidad de cacao ecuatoriano. El autor concluye que, la producción y exportación de



cacao muestra una tendencia creciente, se dirige a los países que tienen un elevado nivel de exportaciones mundiales. Manifiesta que la situación de la exportación de cacao no es beneficiosa, se muestra un creciente en la producción mas no en el precio y por consecuente en la vida de los productores que siguen siendo de escasos recursos. Mayormente las exportaciones son de materia prima; pasa por la cadena productiva que interviene desde el inicio de la actividad productiva y termina en la comercialización, es decir, son diversidad de eslabones que predominan en la actividad cacaotera que ayudan al fortalecimiento o debilidad en su funcionamiento. Los lineamientos para continuar mejorando la productividad y eficiencia es renovar las plantas envejecidas para evitar perder la calidad en consecuencias de plagas, por ello la fermentación de inversión extranjera de capital en la cadena productiva para aumentar la capacidad de producción en favor del cultivo.

De igual manera, se tomará antecedentes nacionales previas como:

Chávez, Trujillo y Trujillo (2017) en la investigación titulada “Análisis de la cadena productiva de la quinua en san Román – Puno para usos prospectivos” de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) en la ciudad de Puno-Perú, una investigación de tipo exploratorio, descriptivo y explicativo. Tiene como objetivo analizar el estado actual de la cadena productiva de la quinua para usos prospectivos. Caso: productores de Quinua de la región San Román – Puno. Como resultado se obtienen que, existe muchos problemas, por ejemplo, el sistema de riego que mal estado en San Román que puedan ser beneficiados solo espera la lluvia para las cosechas. También, por la mala imagen debido a las reexportaciones de la quinua porque se exporta con teoría orgánica y no convencional, la producción de Puno utiliza productos ecológicos, pero ya tiene la mala imagen el bien. De igual manera, afecta de forma directa al precio internacional de la quinua, no es tan elevado como antes, cada año es menor y no generan ganancias con la venta; además si cosecha poca cantidad en el terreno peruano no ayuda al rendimiento de las exportaciones y afecta al negociador. Finalmente, el

consumidor desea saber de donde es la trazabilidad del producto y si cuenta con las certificaciones para el consumo. Los autores concluyen que, Puno ha desarrollado eslabones de una cadena productiva tradicional: producción, transformación y comercialización. El primero eslabón se refiere a las técnicas de cultivo de los productores y que la quinua sea de calidad ecológica, interviene el riego para el sembrío y no cuenta con gran cantidad de producción. El segundo lugar, en la transformación no intervienen los productores porque se vende limpia a acopiadores; al vender en este estado se pierde poder de negociar el productor, solo algunos que le agregan un valor agregado. Finalmente, la comercialización lo realizan empresas industriales que lo acopian la quinua de los productores; por la falta de conocimiento se pierde beneficios de negociar directamente con las empresas internacionales y evitar los intermediarios.

Linares (2017) en la investigación titulada “Influencia de la legislación peruana como factor competitivo para la exportación cooperativa del tomate desde Tacna 2015” de la Universidad Privada de Tacna en la ciudad de Tacna-Perú, una investigación descriptiva y correlacional de diseño transaccional-descriptivo. Tiene como objetivo determinar si existe una relación entre la estructura legal peruana como factor competitivo y las exportaciones cooperativas del tomate desde Tacna, año 2015. Como resultados se obtiene que, las organizaciones internacionales se basan en la constitución firmadas por todos los miembros intervinientes. Es importante porque interviene el respaldo de la presencia de las organizaciones para el funcionamiento, que se realizar con un personal internacional. De igual manera, se financian los fondos y para que tengan la capacidad de ser eficientes en adaptarse en los distintos países, respetando leyes, política, entre otros. Las organizaciones internacionales tienen que cumplir con todas sus funciones que se le indica, sin ninguna restricción u obstáculo que se presente. Inclusive algunos artículos de los tratados constitutivos van a ayudar aceptar o denegar el cumplimiento de sus fines. El autor concluye

que, las variables están relacionadas y todas las empresas tiene como barrera de entrada la estructura legal. De igual manera, con la legislación fitosanitaria que son relevantes para que un producto se consume en otro país, asimismo la legislación antimonopólica va a ayudar a preservar el comportamiento de los proveedores y ofertantes, por lo cual se fomenta la comunicación. Además, existe razones para que las empresas sean vulnerables en la recepción o su exportación. Los medios de transporte que se use va a depender para ser eficientes en los costos de inventario u almacén. Finalmente, relacionado con personas de extrema pobreza y brindarles capacitaciones para ejercer puestos de trabajo y la política tributaria del estado peruano, ser equitativo en la reducción de impuestos de acuerdo con las posibilidades.

Reategui (2019) en la investigación titulada “Impacto de la Cadena productiva del plátano como estrategia de inclusión productiva en los distritos de Sauce y Chazuta, 2018” de la Universidad César Vallejo en la ciudad de Tarapoto – Perú, una investigación de tipo preexperimental. Tiene como objetivo determinar el impacto de la cadena productiva del plátano como estrategia de inclusión productiva del Gobierno Regional de San Martín, en los distritos de Sauce y Chazuta, 2018. Como resultados se obtuvo que, al emplear la encuesta se informó de los indicadores de la variable cadena productiva como producción y productividad, gestión empresarial y gestión social. Las diferentes preguntas realizadas son análisis e interpretación de que se acepta que existe impacto de la cadena productiva del plátano como estrategia de inclusión producida por el gobierno de las dimensiones que conforman la variable cadena productiva. El autor concluye que, existe un impacto positivo de la cadena productiva del plátano como estrategia de inclusión con un nivel de significancia de 95% de confiabilidad, pero si se analiza sin implementar la estrategia de inclusión será una producción deficiente y por ende antes el volumen de exportación del plátano no será beneficioso para la empresa.

Espinoza (2017) en la investigación titulada “Ventaja competitiva y cadena productiva en la exportación de mangos frescos de la Asociación de Productores Agropecuarios de la provincia de Palpa-Ica, 2017” de la Universidad César Vallejo en la ciudad de Lima-Perú, una investigación de tipo correlacional de diseño no empírico y transversa. Tiene como objetivo determinar la relación entre Ventaja Competitiva y Cadena Productiva en la exportación de mangos frescos de la Asociación de Productores Agropecuarios de la provincia de Palpa- Ica, 2017. Como resultado se obtiene que, un promedio de los datos estadísticos de la ventaja competitiva según la variable cadena productiva, se realizó un análisis de cada dimensión respecto a la variable ventaja competitiva con sus dimensiones de liderazgo en coste, diferenciación y segmentación; y de la cadena productiva con sus dimensiones son producción, transformación, y comercialización. El autor concluye que, las opiniones de los encuestados tienen una relación positiva entre las variables ventaja competitiva y cadena productiva de los mangos. Asimismo, existe la relación positiva de la variable ventaja competitiva con las dimensiones producción, transformación y comercialización de la variable cadena productiva.

Del Águila (2019) en la investigación titulada “Influencia de programas de promoción de exportaciones en el desempeño exportador de empresas exportadoras de pota congelada en Perú 2019” de la Universidad San Ignacio de Loyola en la ciudad de Lima - Perú, una investigación de tipo explicativo (correlacional-casual) no experimental transversal. Tiene como objetivo determinar la influencia de los programas de promoción de exportaciones en el desempeño exportador de las empresas exportadoras de pota congelada 2019. Como resultado se obtiene que, el uso de los programas de exportaciones influye de manera positiva en el desempeño exportador de las empresas que exportan pota congelada en el 2019. Se acepta la hipótesis alterna por la obtención de valor de  $p = 0.043 > 0.05$ , quiere

decir que si tienen relación e influye positivamente en el desempeño exportador. Por lo tanto, los programas de desempeño exportador si influye positivamente con las dimensiones programas de promoción de exportaciones, estrategia de exportación, compromiso de exportación, conocimiento y desempeño exportador. El autor concluye que, al entrevistar a los gerentes de las empresas se comprueba que es de suma importancia la exportación en el proceso del desarrollo del desempeño exportador. También está relacionado con el conocimiento exportador, ayudando a obtener más información para saber manejar las diferentes situaciones que se presentan en la exportación; inclusive está relacionado con la estrategia de exportación, ayudando a obtener estrategias claves y contar con la información precisa del mercado al cual se va a exportar. Asimismo, tiene influencia positiva con las dimensiones compromiso de exportación y estrategias de exportación, brinda conocimientos de los recursos para lograr el objetivo de las empresas de manera correcta y la otra se refiere a si las empresas tienen el compromiso exportador, llegará a establecer una estrategia de exportación correcta. Finalmente, si existe una relación entre la estrategia de exportación y el desempeño exportador, se debe a la formulación e incentivas estrategias adecuadas para la exportación que esta conlleva a obtener un desempeño exportador en el mercado internacional.

Finalmente, la presente investigación se apoya en antecedentes locales como:

Dávila (2013) en la investigación titulada “Limitaciones de la producción de rosas (rosa sp.) para la exportación, en la provincia de Cajamarca” de la Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo [UPAGU] en la ciudad de Cajamarca-Perú, una investigación de tipo aplicada, descriptivo y no experimental – transversal. Tiene como objetivo determinar las limitaciones de la producción de rosas para la exportación, en la provincia de Cajamarca. Como resultado se obtuvo que, el estudio se hizo en la ciudad de Chile, por presentar mejores ventajas frente a otros países, además evaluaron criterios como primer puesto del PBI per

cápita de América Latina, ventaja geográfica, tasa de crecimiento PBI y si cuenta con acuerdo de libre comercio. El autor concluye que, las rosas se desarrollan por pequeños productores, que cuentan con insumos y las condiciones climáticas para el crecimiento de un rosa sin ser afectadas por plagas. Al ser pequeño productores tienen dificultades para organizarse y entre todos no perder sus ventas y de manera asociativa podrían lograr el éxito en las exportaciones de las rosas, además, no cuentan con conocimiento de la gestión de comercio internacional y por ende solo venden al mercado local y nacional. Los principales países importadores de rosas son los países de Holanda, EE. UU, Alemania, Bélgica y Rusia, que son atractivos para este bien y lograr abastecer a los mercados internacionales, convirtiéndose en un incremento en la economía del Perú.

Calla y Escobar (2017) en la investigación titulada “Influencia de la cadena productiva de arándanos en la provincia de Cajamarca en su comercio internacional hacia el mercado estadounidense, ciudad de Boston, para el año 2018” de la Universidad Privada del Norte [UPN] de la ciudad de Cajamarca-Perú, una investigación de tipo explicativo, transversal y no exploratorio. Tiene como objetivo determinar si actualmente existen en el mercado estadounidense – ciudad de Boston condiciones que sean favorables para el comercio internacional de los arándanos en fresco. Como resultado se obtiene que, las dimensiones eficiencia y producción de la variable cadena productiva, si influye en la variable comercio internacional y sus dimensiones oferta y demanda, quiere decir que, si aumenta la cadena productiva, por ende, la oferta como la demanda también aumentarán. También se plasma un proceso productivo del arándano, se presenta 4 eslabones desde productores, acopiadores, envasadores y/o etiquetado y hasta llegar al mercado (mercado regional). Recalca que la cadena productiva se encarga de la transformación, este diseño lo elaboraron las autoras del proyecto para asegurar que la calidad e inocuidad del producto se la mejor. El autor concluye que, tiene relación las variables cadena productiva y el comercio

internacional, por conclusión sus productos son excelente. En otras palabras, el comercio internacional de los arándanos va a aumentar y de igual manera surgirá el incremento de su exportación hacia el mercado estadounidense. Con el uso adecuado de la cadena productiva garantizará el éxito en la oferta exportable constantemente, no solo de manera local, sino regional y hasta del país.

La cadena productiva es una actividad económica que se relaciona para llevar un proceso desde el ingreso de insumos hasta un producto final y entregárselo a los consumidores finales. Muchas veces se confunde con la cadena de valor, o se usa de manera intercambiable los términos, pero, hay una gran diferencia entre las dos. La cadena de valor se entiende como una alianza vertical o red estratégica entre un número de empresas independientes dentro de una cadena productiva (Lundy et al 2004, p. 12).

La cadena productiva es un sistema que está conformado por personas (hombres y mujeres) que cumplen roles específicos, cumpliendo ciertas actividades interrelacionadas e interdependientes con la transformación de un producto, desde la producción hasta llegar al consumidor final, con el fin de ser competitiva en el mercado. La cadena es una secuencia de eslabones, por ende, una contribuye al desarrollo de la otra. Es importante que los individuos que intervienen en la producción desarrollen un buen desempeño laboral, para generar un producto que cumpla con los estándares de calidad y no de manera negativa (Salazar y Van, 2004, pp. 11-12).

La cadena productiva involucra una secuencia interconectada, a través de la unión de los eslabones de producción, transformación y comercialización del producto. Esta variable implica una sucesión de eslabones que intervienen desde la provisión de insumos de la materia prima, cambio o transformación del producto, y finalmente las relaciones que se producen en la comercialización y consumo del bien final (Gottret y Lundy, 2007, p. 24).

El término de cadena productiva es nuevo, con frecuencia es confundido con cadena de valor. En primer lugar, la variable cadena productiva interviene desde el momento de la producción, cambio o transformación y finalmente hasta llegar al consumo del bien; mientras que la cadena de valor se orienta a la demanda, su finalidad es generar un valor o ventajas para llegar a ser competitivos en el producto final. La cadena productiva se dirige a la oferta, es decir, son eslabones claves para el lograr caracterizar un alto nivel de competitividad, en el cual se involucra el ingreso de nuevos insumos, producción y comercialización de un bien o servicio hasta llegar al consumidor (Gereffi, 2001, p. 14).

Según (MINCETUR , 2008, como se citó en Espinoza Tinco, 2017) define a las siguientes dimensiones como:

*Producción* es la etapa más importante, en la cual intervienen los actores directos relacionados con la primera fase, es decir, ingresa nuevos ingresos de insumos y las actividades que se realizan con la materia prima, mano de obra y costos que se utilizan en la transformación del bien.

*Transformación* es el segundo eslabón, formado por un conjunto de actividades internas de trabajo de las empresas industriales desde el ingreso de insumos, almacenamiento y transformación del bien y finalmente listo para el área de comercialización del producto.

*Comercialización* es el eslabón final, en este último proceso de la cadena productiva se encarga de realizar comercializar el bien a nivel nacional o ya sea las exportaciones a nivel internacional para fidelizar al cliente final.

(Rodríguez, 1997; Smith, 1776), considera que el comercio internacional entre países permite realizar que la cadena productiva aumente la riqueza aprovechando en el principio la división de trabajo. Por ejemplo, si un país puede producir una cantidad de un producto



determinado a un menor costo que otro país, entonces el primer país posee una ventaja absoluta sobre el segundo. De acuerdo con esta afirmación, los beneficiados son los países que se basan en el principio de la ventaja absoluta, pero al lograr que un país sea más eficiente en la producción de un bien que otro, se puede lograr al intercambio de bienes de cada país que se especialice en la mejor producción de cada bien, así mismo salir beneficiados todos a nivel mundial (pp. 12-13).

Las exportaciones se encuentran como el primer término dentro de las estrategias del mercado internacional, se conceptualiza como la salida de territorio nacional de un bien o servicio a otro país diferente. Gracias a las exportaciones existen beneficios en la economía del país, al permitir ingresos de divisas y la comercialización de mercancías nacionales en el extranjero. Las empresas pueden considerar exportar cuando se cuenta con la capacidad masiva en la producción, tendencias crecientes de ventas, estructura eficiente y organizada con un análisis FODA, para mejorar la imagen y competitividad de la empresa en un mercado internacional (Huesca, 2012, pp. 64-65).

(Alaya y Tirado, 2018; Daniels, Radebaugh y Sullivan, 2013), afirma que la exportación es la venta de bienes o servicios producidos por una empresa de un determinado país y que dichos productos están dirigidos a clientes que residen en un país diferente al de la producción. Las pequeñas o medianas empresas que incursionan en el comercio internacional optan por las exportaciones para lograr incrementar sus ventas, conseguir economías de escala en el área de producción y ser competitiva en el mercado internacional. Cabe decir, el bien o servicio producidos en un determinado país, debe cumplir con las normas de calidad establecidas con la finalidad de ser consumido o utilizado en un país de destino (p. 40).

(Shamsuddoha y Yunus Ali, 2006, como se citó en Bazan Ibarra y Sanabria Porras, 2019) define a las siguientes dimensiones como:

*Programas de promoción de exportaciones* son las medidas importantes que ayudan a seguir mejorando el desempeño en el mercado de las exportaciones. Es decir, son los programas que ayudan en la penetración de nuevos nichos de mercado internacional que podría influir directa o indirectamente en el rendimiento de exportación de las empresas dedicadas al rubro.

*Desempeño exportador* se define como el éxito o fracaso al vender bienes o servicios que son producidos en un país y consumidos en otro, aplicando una planificación y ejecución de las estrategias de marketing de exportación. El éxito es primordial, va a depender de resultado que se obtenga, al ser positivo se lograra aumentar la rentabilidad de la empresa.

*Estrategia de exportación* significa cualquier decisión explícita, usan fuerzas interna o externa para lograr cumplir el objetivo del éxito de la exportación del producto a mercados internacionales, la empresa utiliza un plan de acción para el logro de la meta generando mejores beneficios.

*Conocimiento de exportación* es el grado de conocimiento que tienen el gerente sobre el mercado internacional, las regulaciones gubernamentales y los procedimientos de exportación. Esto quiere decir que, las personas que asumen la gerencia deben contar con previos conocimientos de comercio internacional, es decir saber los estándares y procedimientos del éxito de las exportaciones en el mercado de destino. Esta dimensión es beneficiosa porque va a permitir la toma de buenas decisiones en el planteamiento de las estrategias para aumentar la capacidad de las exportaciones.

*Compromiso de exportación* es la capacidad de lograr manejar el tema administrativo referente a los recursos financieros, gerenciales y humanos que respectivamente estén relacionados con el tema de la exportación.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cuál es la relación de la cadena productiva y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023?

Además, se responderá las preguntas específicas de investigación

¿Cuál es la relación de la cadena productiva y el compromiso de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023?

¿Cuál es la relación de la cadena productiva y el conocimiento de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023?

¿Cuál es la relación de la cadena productiva y la estrategia de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023?

¿Cuál es la relación de la cadena productiva y el desempeño exportador en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023?

¿Cuál es la relación de la cadena productiva y los programas de promoción de exportaciones en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023?

## **1.3. Objetivos**

Objetivo general

Determinar la relación existente entre la cadena productiva y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

### Objetivo específico

Determinar la relación de la cadena productiva y el compromiso de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Determinar la relación de la cadena productiva y el conocimiento de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Determinar la relación de la cadena productiva y la estrategia de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Determinar la relación de la cadena productiva y el desempeño exportador en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Determinar la relación de la cadena productiva y los programas de promoción de exportaciones en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

## 1.4. Hipótesis

### Hipótesis general

Existe una relación directa entre la cadena productiva y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

### Hipótesis específicas

Existe una relación directa entre la cadena productiva y el compromiso de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Existe una relación directa entre la cadena productiva y el conocimiento de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Existe una relación directa entre la cadena productiva y la estrategia de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Existe una relación directa entre la cadena productiva y el desempeño exportador en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Existe una relación directa entre la cadena productiva y los programas de promoción de exportaciones en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

El presente estudio, permite ampliar los conocimientos en esta rama de la investigación, que ha sido estudiada con la finalidad de dar iniciativa a investigaciones futuras enfocadas en la eficiencia de la cadena productiva para el éxito en las exportaciones masivas, llegar a ser empresas competentes en el ámbito internacional.

En Cajamarca, la variedad de proyectos de mejoramiento en la cadena productiva de algunos productos originarios orgánicos de la ciudad ha tomado importancia en llegar a la eficiencia al momento de la transformación del bien. La finalidad de estos proyectos es beneficiar a las empresas cooperativas cajamarquinas, llegando a ser eficientes en el cambio o transformación del bien e incentivar la exportación masiva a los mercados internacionales. Cabe resaltar que, si las empresas optimizan los recursos necesarios de la materia prima, van a lograr obtener un producto de calidad y mayor cantidad; por ende, el éxito en las exportaciones, logrando abastecer a los mercados internacionales con un gran volumen, y por consecuencia una mejor rentabilidad. Los empresarios o gerentes de planta y exportación buscan mejores escenarios para la evolución del producto, que va a beneficiar con una mejor rentabilidad a la empresa y así mismo, el desarrollo económico del país, por ejemplo, generar más empleos para los cajamarquinos, incluyendo planes para el cuidado del medio ambiente con la finalidad de generar un impacto positivo y finalmente, brindar ayuda social a los pobladores de las comunidades cercanas a la empresa.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

El enfoque considerado para la presente investigación es cuantitativo, el cual según (Grinnell, 1997, como se citó en Castro Monge, 2010), son aquellos estudios que usan aspectos cuantitativos para mediar la variable.

El enfoque cuantitativo es cuando se usa la recolección de datos y el análisis para contestar las preguntas de investigación y para poder así probar las hipótesis establecidas previamente (Hernández et al 2014, p. 4).

La presente investigación es de diseño no experimental, según Hernández et al (2014), señalan que en este atributo no se manipula a la variable de análisis, asimismo, solo es observar al fenómeno de análisis en su entorno natural, para consiguientemente investigarlo (p. 162).

Así mismo esta investigación presenta un corte transversal debido a que se relaciona en base a datos en un solo momento, en un único tiempo. Además, tiene como propósito describir variables y analizar su incidencia (Hernández et al 2014, p. 154).

Esta investigación se enmarca dentro del descriptivo puesto que Rodríguez Moguel (2003), menciona que una investigación descriptiva es la que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o proceso de los fenómenos (p. 25).

Esta investigación se enmarca del tipo correlacional pues que para Hernández et al. (2014), afirma que el tipo de estudio correlacional tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular (p. 93).

En esta investigación se estudió la relación que existe entre las dos variables de estudio que son cadena productiva y exportación en una empresa cooperativa de la ciudad de Cajamarca.

La población según Hernández et al. (2014, p. 174), definen como una agrupación de ciertos aspectos que encierran las mismas características y atributos como lo son el contenido, lugar y tiempo determinado.

En la presente investigación considera una población finita, puesto que se conoce el número exacto de elementos que constituyen en la empresa, el cual está conformado por los 337 socios, de los cuales solo (17) fueron encuestados por ocupar puestos de jefes de producción y comercialización con experiencia en la empresa cooperativa.

La muestra para Hernández et al (2014, p. 34), sostiene que es un subgrupo de la población del cual se reunirán los datos, y debe delimitarse con especificación para hallar los datos correctos.

Con la finalidad de poder determinar la muestra, se emplea el método no probabilístico que consiste en seleccionar a los jefes encargados en cada proceso, los cuales tienen mayor conocimiento y brindan respuestas concisas al investigador. En este caso, los jefes son personas que intervienen en el área de producción y comercialización de la empresa cooperativa.

El método inductivo – deductivo es el medio por el cual se obtendrá conocimientos de lo general a lo particular y viceversa: quiere decir, del análisis de cada variable involucrada en nuestro objetivo de investigación se podrá efectuar generalizaciones con relevancia científica que permitieron sustentar afirmaciones con relación a nuestra hipótesis (Hernández et al 2014, p. 45).

El método hermenéutico es aquel método específico que busca interpretar y comprender de manera sistematizada de las teorías que fundamenten la presente investigación (Hernández et al 2014, p. 43).

La técnica para recolectar la información necesaria es una encuesta virtual; siendo, el método de evaluación sumaria o escala psicométrica de Rensis Likert utilizando respuestas de la encuesta donde especifica el grado nunca, casi nunca, a veces y siempre (Fabila et al 2013, p. 32).

El instrumento según Hernández et al (2014, p. 41), indica que se fundamentan en un agrupamiento de ítems expuestos en forma de asentimientos o discernimientos, ante las cuales se requiere la oposición del individuo en tres, cinco o siete niveles. En la investigación se agrupa la respuesta de las preguntas por dimensiones respectiva de cada variable.

El cuestionario se proyectó en base a variable 1 (cadena productiva) y variable 2 (exportación), donde también se vincularon las dimensiones de cada una de las variables indicadas producción, transformación y comercialización, y también las dimensiones compromiso de exportación, conocimiento de exportación, estrategia de exportación, desempeño exportador y programas de exportadores respectiva de cada variable.

El procedimiento según Hernández et al (2014, p. 123), indican que “los requisitos para recolectar apropiadamente datos cuantitativos deben ser: confiables, válidos y objetivos. Así mismo, la recolección de datos involucra la elaboración de un plan detallado de procedimientos que lleven a juntar datos con un fin específico”. Para esta investigación se consideró realizar una encuesta virtual a los jefes del área de procesos y exportación de la empresa, con el objetivo de llegar a obtener resultados confiables y certeros.



Para determinar la validez y confiabilidad de los instrumentos, se ha utilizado un instrumento validado de otras investigaciones, además de revisar y dar el visto bueno de expertos en el tema de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales de nuestra casa superior de estudios en la sede de Cajamarca.

El instrumento utilizado para la variable cadena productiva fue tomada de la tesis del autor Espinoza (2017), en su tesis titulada “Ventaja Competitiva y Cadena Productiva en la exportación de mangos frescos de la Asociación de Productores Agropecuarios de la provincia de Palpa-Ica, 2017” y para la variable exportación fue tomada de la tesis del autor Águila (2019), en su tesis titulada “Influencia de programas de promoción de exportaciones en el desempeño exportador de empresas exportadoras de papa congelada en Perú 2019”, dichos instrumentos han sido validados por expertos. Y, para medir la confiabilidad de las variables, se utilizó Alfa Cronbach en la cadena productiva (0.881) y mientras que para la exportación, se midió cada dimensión desempeño exportador (0.948), estrategia de exportación (0.952), conocimiento de exportación (0.967), compromiso de exportación (0.967) y programas de promoción de exportaciones (0.979).

Para analizar la información después de haber aplicado el instrumento, se procedió a organizar la información en Excel y el programa SPSS en su versión IBM 27 lo cual permitió elaborar las tablas que describen los resultados finales de las variables y dimensiones respectivas, finalmente para la redacción del informe se utilizó el paquete office 2016.

Se está citando a todas las fuentes previas que han sido consultadas y consideradas para esta investigación, también poseemos con la autorización de la empresa en estudio para recolectar la información necesaria, dicha información usada solo para fines académicos, basándonos en el método científico y sin dejar de lado valores que un investigador debe tener; todos los datos se presentan sin alterar datos reales.

Como datos específicos en esta investigación podemos mencionar que toda información consta con un poder ético especificado con el personal encargado de la empresa, siendo esto parte clara de nuestro trabajo interno con la empresa, así mismo podemos asegurar que la empresa nos dio las facilidades para poder trabajar con su personal para un resultado únicamente referencial para el presente trabajo de investigación.

### CAPÍTULO III: RESULTADOS

En este capítulo, se muestra los resultados estadísticos del SPSS que consta de 63 preguntas de las variables cadena productiva (27 preguntas) y exportación (36 preguntas) respectivamente, utilizando una escala de Likert, el cual fue dirigido a los jefes intervinientes de altos cargos de la producción y comercialización (17) de una empresa cooperativa en la ciudad de Cajamarca. Se recolecto los datos a través de una encuesta virtual, el cual ayuda a la constatación de la hipótesis de las variables cadena productiva y la exportación. Además, va a responder a los objetivos planteados en la introducción de la investigación, acompañado de las demás hipótesis general y específicas.

A continuación, se realiza una prueba de normalidad de Shapiro Wilk en SPSS, por tener una muestra  $n=17$ , menor a 50. Esta prueba se realiza cuanto existe una duda, si los datos tienen una distribución normal o no.

*Tabla 1*

*Prueba de normalidad Shapiro – Wilks*

	Estadístico	gl	p
Cadena productiva	0.385	17	0.001
Exportación	0.533	17	0.001

En la (tabla 1) se logra apreciar que, la prueba aplicada de normalidad Shapiro Wilk da como resultado una significancia  $p = 0.001$ , quiere decir que, las respuestas de los jefes encuestados de la empresa cooperativa en Cajamarca no tienen una distribución normal por ser menor a 0.05; por ende, se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ) de la investigación, se acepta la relación de las variables cadena productiva y la exportación con un nivel de confianza del 95%. Además, si los datos no tienen una distribución normal se debe utilizar datos estadísticos de la corrección de Spearman, las cuales son para pruebas no paramétricas.

HG: Existe una relación directa entre la cadena productiva y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Tabla 2

*Relación de la cadena productiva y la exportación*

			Cadena productiva	Exportación
Rho de Spearman	Cadena productiva	Coefficiente de correlación	1	.601*
		Sig. (bilateral)		0.011
		N	17	17
	Exportación	Coefficiente de correlación	.601*	1
		Sig. (bilateral)	0.011	
		N	17	17

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

En la (tabla 2), se aprecia los resultados estadísticos de la correlación de las variables cadena productiva y la exportación en una empresa cooperativa de Cajamarca. El resultado muestra una prueba no paramétrica de Spearman, indicando que sí existe relación directa alta de 0.601 y significativa ( $p$ -valor  $< 0.05$ ) con un nivel de confianza del 95% entre las variables de la empresa cajamarquina.

H1: Existe una relación directa entre la cadena productiva y el compromiso de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Tabla 3

*Relación de la variable cadena productiva y la dimensión compromiso de exportación*

			Cadena productiva	Compromiso de exportación
Rho de Spearman	Cadena productiva	Coefficiente de correlación	1	.625*
		Sig. (bilateral)		0.017
		N	17	17
	Compromiso de exportación	Coefficiente de correlación	.625*	1
		Sig. (bilateral)	0.017	
		N	17	17

En la (tabla 3), se aprecia el resultado de la correlación de la variable cadena productiva y la dimensión compromiso de exportación de una empresa cooperativa de Cajamarca. El resulta muestra una prueba no paramétrica de Spearman, demostrando que sí existe relación directa alta de 0.625\* y significativa (p-valor < 0.05) con un 95% de confianza entre la cadena productiva y la dimensión compromiso de exportación.

H2: Existe una relación directa entre la cadena productiva y el conocimiento de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2031.

Tabla 4

*Relación de la variable cadena productiva y la dimensión conocimiento de exportación*

		Cadena productiva	Conocimiento de exportación
Rho de Spearman	Cadena productiva	1	.583*
	Conocimiento de exportación	.583*	1
	Sig. (bilateral)		0.014
	N	17	17

En la (tabla 4), se aprecia los resultados de la correlación de la variable cadena productiva y la dimensión conocimiento de exportación de la empresa cooperativa de Cajamarca, donde se observa el resultado de una muestra no paramétrica de Spearman mostrando que sí existe una relación directa y un grado moderado de 0.583\* y significativa (p-valor < 0.05) con un nivel de confianza del 95% entre la variable y la dimensión.

H3: Existe una relación directa entre la cadena productiva y la estrategia de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Tabla 5

*Relación de la variable cadena productiva y la dimensión estrategia de exportación*

			Cadena productiva	Estrategia de exportación
Rho de Spearman	Cadena productiva	Coefficiente de correlación	1	.585*
		Sig. (bilateral)		0.014
		N	17	17
Rho de Spearman	Estrategia de exportación	Coefficiente de correlación	.585*	1
		Sig. (bilateral)	0.014	
		N	17	17

En la (tabla 5), se aprecia los resultados estadísticos de la correlación de la variable cadena productiva y la dimensión estrategia de exportación de una prueba no paramétrica de Spearman y dar como resultado, que sí existe una relación directa moderada de 0.585\* y significativa (p-valor < 0.05) con una confianza del 95% entre la cadena productiva y la dimensión.

H4: Existe una relación directa entre la cadena productiva y el desempeño exportador en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Tabla 6

*Relación de la variable cadena productiva y la dimensión desempeño exportador*

			Cadena productiva	Desempeño exportador
Rho de Spearman	Cadena productiva	Coefficiente de correlación	1	.532*
		Sig. (bilateral)		0.028
		N	17	17
Rho de Spearman	Desempeño exportador	Coefficiente de correlación	.532*	1
		Sig. (bilateral)	0.028	
		N	17	17

En la (tabla 6), se aprecia los resultados estadísticos de la correlación de la variable cadena productiva y la dimensión desempeño exportador en una empresa cooperativa aplicada en una prueba no paramétrica de Spearman. Se aprecia que sí existe una relación directa moderada de 0.532\* y significativa ( $p$ -valor  $< 0.05$ ) con un nivel de confianza del 95% entre la cadena productiva y el desempeño exportador.

H5: Existe una relación directa entre la cadena productiva y los programas de promoción de exportaciones en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Tabla 7

*Relación de la variable cadena productiva y la dimensión programa de promoción de exportaciones*

		Cadena productiva	Programa de promoción de exportaciones
Rho de Spearman	Cadena productiva	Coeficiente de correlación	1
		Sig. (bilateral)	.611**
		N	0.009
	Programa de promoción de exportaciones	Coeficiente de correlación	17
		Sig. (bilateral)	.611**
		N	0.009
			17

En la (tabla 7), se aprecia los resultados estadísticos de la relación de la variable cadena productiva y la dimensión programa de promoción de exportaciones de una empresa cooperativa de Cajamarca. El resultado dado es de una prueba no paramétrica de Spearman, indicando que sí existe una relación directa alta de 0.611\*\* y muy significativa ( $p$ -valor  $< 0.05$ ) con un nivel de confianza del 95%.

A continuación, se muestra las siguientes tablas de Excel de las respuestas de los 17 jefes de la producción y comercialización aplicadas por dimensiones de las variables cadena productiva y la exportación respectivamente de una empresa cooperativa, Cajamarca.

Tabla 8

*Valorización porcentual – Dimensión Compromiso de exportación*

Nº	Indicador	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Siempre (4)
1	¿El ejecutivo de la firma viaja frecuentemente a los mercados de exportación?	0%	0%	88%	12%
2	¿La firma tiene una estructura organizacional apropiada para manejar todas las actividades de exportación?	0%	0%	35%	65%
3	¿La empresa cuenta con amplias instalaciones internas de investigación de mercado de exportación?	0%	0%	71%	29%
4	¿La empresa reserva fondos adecuados para desarrollar mercados en el extranjero?	0%	0%	29%	71%
% Dimensión		0%	0%	56%	44%

En la (tabla 8) hace referencia a la distribución y frecuencia por preguntas y respuestas de los trabajadores de una empresa cooperativa encuestados en la dimensión compromiso de exportación de la variable exportación en una empresa, Cajamarca. Se analiza datos representativos de cada pregunta correspondiente a la primera variable. Además, tienen un buen ambiente laboral para la exportación, tratan de buscar nuevos mercados e inclusive a veces viajan a los países importadores.



Tabla 9

*Valorización porcentual – Dimensión Conocimiento de exportación*

Nº	Indicador	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Siempre (4)
5	¿Los vendedores están suficientemente bien informados sobre los mercados extranjeros existentes?	0%	0%	41%	59%
6	¿En general, se tiene suficiente conocimiento sobre los mercados extranjeros a los que sirven?	0%	0%	53%	47%
7	¿La empresa cuenta con amplias instalaciones internas de investigación de mercado de exportación?	0%	0%	82%	18%
8	¿Se tiene conocimiento de la situación económica de sus mercados de exportación?	0%	0%	41%	59%
9	¿Se tiene suficiente conocimiento sobre los servicios de marketing internacional disponibles de fuentes públicas y privadas?	0%	0%	35%	65%
% Dimensión		0%	0%	51%	49%

En la (tabla 9), hace referencia a la distribución y frecuencia de la dimensión conocimiento de exportación. Se manifiesta que, en la mayoría de veces si se mantienen informados sobre los mercados extranjeros y la manera de cómo manejar el servicio de marketing internacional en estos casos. En el camino, se va adquiriendo conocimientos, pero aún falta un poco conocer a nuestro clientes y exista un ambiente especializado para la penetración de nuevos mercados internacionales, pero siempre se analiza el nivel económico de los clientes.

Tabla 10

*Valorización porcentual – Dimensión estrategia de exportación*

N°	Indicador	Nunca	Casi nunca	A veces	Siempre
		(1)	(2)	(3)	(4)
10	¿Se han extraído metas y objetivos distintos para las operaciones de exportación?	0%	0%	53%	47%
11	¿Se han desarrollado las capacidades adecuadas para recopilar la información necesaria?	0%	0%	35%	65%
12	¿Los países de exportación a ser ingresados han sido claramente identificados?	0%	0%	0%	100%
13	¿La firma ha implementado estrategias para expandir el número de productos a largo de los años, servicios disponibles de fuentes públicas y privadas?	0%	0%	76%	24%
% Dimensión		0%	0%	41%	59%

En la (tabla 10) hace referencia a la distribución y frecuencia de la dimensión estrategia de exportación. Las encuestas manifiestan que, a veces la empresa cooperativa implementa nuevas estrategias para expandir su cartera de productos y por lo cual se requiere que se trazan nuevas metas y objetivos para la exportación. Ya identificados casi todos los mercados, no se recopila la información completa de tales por motivos que ya son clientes fidelizados.

Tabla 11

*Valorización porcentual – Desempeño exportador*

N°	Indicador	Nunca	Casi nunca	A veces	Siempre
		(1)	(2)	(3)	(4)
14	¿En la empresa las ventas de exportación fueron mejor que lo esperado?	0%	0%	76%	24%
15	¿En la empresa el beneficio de exportación fue mejor que el esperado?	0%	0%	82%	18%
16	¿En la empresa el crecimiento de las ventas de exportación fue mejor que el esperado?	0%	0%	88%	12%
17	¿El ingreso de la empresa a nuevos mercados fue mejor que el esperado?	0%	0%	47%	53%
% Dimensión		0%	0%	74%	26%

En la (tabla 11) hace referencia a la distribución y frecuencia de con respecto a la dimensión desempeño exportador de la variable exportación. Según las respuestas se manifiesta que, los mercados internacionales son la clave para el beneficio de una empresa, porque las ventas si se cumplió, pero ya con tanta competencia se ve un crecimiento en el nivel de ventas de aproximadamente de 10 a 15 toneladas respecto al año anterior. Se sabe que los mercados internacionales son más complicados de penetrar porque piden requisitos sanitarios u certificados que son necesarios para el consumo humano y la empresa llegará a ser más competitiva si cumple con todo lo necesario.

Tabla 12

## Valorización porcentual - Programa de promoción de exportaciones

Nº	indicador	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Siempre (4)
18	¿La asistencia de marketing para exportar nuevos productos a través de los PPE favorece a la empresa?	0%	0%	35%	65%
19	¿Favorece los PPE a la empresa a través de la asistencia técnica para desarrollar nuevos productos?	0%	0%	71%	29%
20	¿Favorece a la empresa la asistencia para obtener tecnología extranjera para el desarrollo de productos?	0%	0%	29%	71%
21	¿El desarrollo de la mano de obra calificada en el sector de exportación a través de programas de capacitación técnica y práctica favorece a la empresa?	0%	0%	35%	65%
22	¿La asistencia para establecer centros de ventas y exhibición en el exterior favorece a la empresa?	0%	0%	71%	29%
23	¿La participación en ferias internacionales y ferias especializadas de exportación favorece a la empresa?	0%	0%	29%	71%
24	¿Favorece a la empresa en participación en misiones comerciales?	0%	0%	0%	100%
25	¿Recibir talleres y seminarios de exportación favorece a la empresa?	0%	0%	35%	65%
26	¿La promoción en el extranjero de los productos de la empresa beneficia a la empresa?	0%	0%	35%	65%
27	¿Brindar asistencia para establecer contacto con los compradores extranjeros favorece a la empresa?	0%	12%	47%	41%
28	¿Favorece a la empresa contar con asistencia para resolver disputas comerciales con compradores extranjeros?	0%	0%	65%	35%
29	¿Favorece a la empresa en participar en programas de capacitación en el extranjero sobre desarrollo de productos y mercadeo?	0%	12%	76%	12%
30	¿Favorece a la empresa la prestación de servicios en relación con información de mercados, contacto con compradores y otros servicios de apoyo por parte de las misiones de la empresa en el extranjero?	0%	0%	29%	71%
31	¿Favorece a la empresa contar con instalaciones de subvención por parte del gobierno?	0%	12%	41%	47%
32	¿Favorece a la empresa tener facilidades de seguro pre-embarque, post-embarque e integral a través de un esquema de garantía de crédito a la exportación?	0%	0%	59%	41%
33	¿Contar un esquema de devolución de impuestos favorece a la empresa?	0%	0%	47%	53%
34	¿Favorece a la empresa el reembolso de la prima de seguro de incendio, marítima y envío de bienes?	0%	0%	47%	53%
35	¿Favorece a la empresa tener instalaciones de depósito consolidado para materias primas importadas?	0%	0%	18%	82%
36	¿Favorece económicamente a la empresa el reembolso del impuesto a la renta sobre los ingresos de exportación?	0%	0%	6%	94%
% Dimensión		0%	2%	41%	57%

En la (tabla 12) hace referencia a la distribución y valorización de la dimensión programa de promoción de exportaciones de la variable exportación. Cabe resaltar que, las estrategias que favorezcan a la empresa cooperativa son muy beneficiosas, por lo que se puede mencionar las misiones o ferias son aprovechadas, por lo cual se recibe talleres y capacitaciones para los socios y colaboradores, con la finalidad de incrementar estrategias para brindar un producto orgánico y de calidad a los clientes. Inclusive, trata de estar en contactos constante con el cliente.

La empresa cooperativa se encuentra en desarrollo y para llegar a ser una empresa de valor debe seguir en constante mejora, tener facilidades de seguro pre-embarque y post-embarque en la exportación de los bienes, también sería de beneficio económico que cuente con un esquema de devolución de impuestos a la renta sobre los ingresos de exportación, brindar servicios en relación con los mercados y tener contacto directo con los compradores, así como también, tener asistencia para alguna disputa comercial con clientes del extranjero para una mejor afinidad en las negociaciones.

Tabla 13

## Valorización porcentual – Dimensión producción

Nº	Indicador	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Siempre (4)
1	¿Tiene problemas con el recurso hídrico para sus cultivos?	0%	35%	65%	0%
2	¿Suele preparar el suelo donde se realizará las cosechas?	0%	0%	41%	59%
3	¿Importa los fertilizantes utilizados en las cosechas?	0%	65%	35%	0%
4	¿Tiene problemas cuando le solicita pedidos grandes y no cuenta con personal disponible?	0%	59%	41%	0%
5	¿Contratan capacitadores para la especialización de los agricultores?	0%	0%	6%	94%
6	¿Contratan especialistas para el análisis de sus productos primarios?	0%	0%	12%	88%
7	¿Subcontrata viveros especializados para el almacenamiento de sus productos?	0%	0%	6%	94%
8	¿Subcontrata maquinarias especializadas para el tratamiento de sus productos?	0%	0%	6%	94%
9	¿Subcontrata empresas terciarizadoras para el análisis y preparación de los suelos?	0%	6%	0%	94%
% Dimensión		0%	18%	24%	58%

En la (tabla 13) hace referencia a la distribución y valoración porcentual de la dimensión producción de la variable cadena productiva. Se rescata que, se fijan mucho en cómo se elabora la materia prima, que no utilicen muchos fertilizantes, ni pesticidas para que sea un producto de calidad, orgánico para ser consumidor por el cliente. Siempre se tiene problemas con un alto volumen en su producción, pero la empresa cuenta con las certificaciones correspondientes, además de contratar a terceros que los brinde asesorías y capacitaciones constantes para mejorar la calidad de los productos.

Tabla 14

*Valorización porcentual –Dimensión transformación*

Nº	Indicador	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Siempre (4)
10	¿Tiene problemas con el inventario de sus productos?	53%	47%	0%	0%
11	¿Terciarizar las plantas procesadoras para la transformación de la materia prima?	59%	41%	0%	0%
12	¿Etiqueta sus productos con una marca distinta a la suya?	53%	47%	0%	0%
13	¿Tiene dificultad con la cadena de frío que maneja su producto?	0%	82%	18%	0%
14	¿Tiene dificultad con el inventario dentro del almacén interno?	0%	71%	29%	0%
15	¿Tiene dificultad con el manejo de la carga en almacén?	59%	41%	0%	0%
16	¿Tiene dificultades con el recojo de sus productos en su empresa?	0%	65%	35%	0%
17	¿Tiene dificultades con el traslado de sus productos al punto solicitado?	0%	71%	29%	0%
18	¿Tiene pérdida de sus productos en este proceso?	0%	71%	29%	0%
% Dimensión		25%	59%	16%	0%

La (tabla 14) hace referencia a la distribución y valorización porcentual de las preguntas encuestadas de la dimensión transformación de la variable exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca. Se observa que, casi nunca tienen problemas con el inventario y no terciarizan con ninguna empresa para la transformación de la materia prima, la misma empresa se encarga de transformar sus productos. Casi nunca existe problemas con el recojo del producto, con el manejo de almacén, cadena de frío y no existe muchas pérdidas del producto.

Tabla 15

*Valorización porcentual – Dimensión comercialización*

N°	Indicador	Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Siempre (4)
19	¿Tiene una buena relación con los operadores logísticos que exportan su producto?	0%	0%	35%	65%
20	¿Realiza investigación de mercados potenciales para una nueva plaza?	0%	12%	24%	65%
21	¿La comercialización concerniente de su producto cuenta con certificaciones?	0%	0%	0%	100%
22	¿Exporta su producto vía aérea mediante un operador logístico?	41%	59%	0%	0%
23	¿Exporta su producto vía marítima mediante un operador logístico?	0%	0%	0%	100%
24	¿Exporta su producto a través de otra empresa?	41%	59%	0%	0%
25	¿Realiza investigación respecto a la percepción del cliente sobre el servicio?	0%	0%	35%	65%
26	¿Realiza campañas publicitarias en los países destinatarios?	71%	29%	0%	0%
27	¿Participa en ferias internacionales para mejorar su relación con futuros clientes?	0%	0%	0%	100%
% Dimensión		17%	18%	10%	55%

La (tabla 15) hace referencia a la distribución y valorización de la dimensión comercialización de la variable cadena productiva. Se manifiesta que, existe una buena relación con los operadores logísticos y conjuntamente investigan a nuevos mercados al ser una empresa certificada de los productos que brinda. Siempre exporta sus productos por vía marítima y da seguimiento hasta la recepción del producto e inclusive investiga sobre la percepción que el cliente tuvo, de igual manera, la empresa cooperativa desea seguir mejorando en la participación de las ferias internacionales y realizar una publicidad en el mercado de destino.



## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El resultado de la presente investigación se obtuvo a través de una encuesta virtual dirigido a los jefes encargados de la cadena productiva y la exportación en una empresa cooperativa en la ciudad de Cajamarca. Por ende, se realizó la recopilación de las respuestas en cuadros de Excel y a continuación utilizar el SPSS para la correlación y análisis respecto a las dimensiones respectivas de las variables cadena productiva y exportación.

Por medio de base de datos SPSS, se realizó la prueba de normalidad y se comprobó que no existe una distribución normal. Se tomó en cuenta a Shapiro Wilk porque aplica a datos menores a 50, y la presente investigación tiene a (17) jefes de producción y comercialización en la empresa cooperativa. El nivel significativo ( $p$ ) es de 0.001, siendo ( $p$ -valor  $< 0.05$ ) con un 95% de confianza; por consecuencia, se realiza un prueba no paramétrica de Spearman, rechazándose la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna de la investigación (sí existe una relación entre variables cadena productiva y exportación en una empresa cooperativa de Cajamarca).

Hipótesis general: Existe una relación directa entre la cadena productiva y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Se afirma que con un 95% de confianza que sí existe una relación directa alta significativa ( $p$  - valor  $< 0.05$ ) entre las variables cadena productiva y la exportación de la empresa cooperativa empresa cooperativa de Cajamarca.

La cadena productiva es una secuencia que involucra eslabones de producción, transformación hasta llegar a la comercialización. Desde el ingreso de la materia prima para sufrir un cambio o transformación hasta lograr un producto final para su uso o consumo (Gottret y Lundy, 2007, p. 24). Y, mientras que, la exportación es la venta de bienes o servicios producidos en una empresa en un determinado país y que están dirigidos a clientes

que residen en un país diferente al de la producción cumpliendo con normas de calidad para el uso o consumo en el país de destino (Alaya y Tirado, 2018; Daniels, Radebaugh y Sullivan, 2013). Calla y Escobar (2017) concluye que, la cadena productiva sí influye en la exportación y sus respectivas dimensiones; ya que, sí existe eficiencia en la cadena productiva, por ende, existirá un incremento en las exportaciones del producto hacia el mercado de destino; esto quiere decir que, con el uso adecuado y eficiente en la cadena productiva se va a reflejar en el éxito de las exportaciones y de igual forma sucederá la inversa, si no se hace un correcto proceso porque las variables se relacionan de forma directa.

Hipótesis específica 2: Existe una relación directa entre la cadena productiva y el compromiso de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

Afirma que con un nivel de confianza del 95% que sí existe una relación directa y con un grado alto y significativo ( $p$  - valor  $< 0.05$ ) entre la variable cadena productiva y la dimensión compromiso de exportación.

El compromiso de exportación es la capacidad de manejar los temas financieros, gerenciales y humanos relacionados con el tema de la exportación. Es una estrategia de los empresarios para poder tomar riesgos financieros e impulsar a beneficiarse de mayores rendimientos del mercado internacional con las exportaciones. Abril (2018), afirma que el sector industrial ha evolucionado con el paso de los años, se optimizan recursos, mano de obra y en menor tiempo, logrando ser eficientes en la producción. Inclusive, los empresarios aprovechan estrategias de importar algunos insumos necesarios para la transformación para después exportarlo en el producto final y así generar mayores beneficios. Pero no es el caso de Chávez, Trujillo y Trujillo (2017) en su investigación concluye que, los productores de quinua venden limpia a empresas intermediarias para que lo acopian o le den un valor

agregado; se puede mencionar que, a los productores de Puno les falta conocimiento de requisitos necesarios para la exportación y no cuentan con gran cantidad de producción, esto conlleva a perder el poder de negociar con clientes internacionales.

Hipótesis específica 3: Existe una relación directa entre la cadena productiva y el conocimiento de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

La cadena productiva y la dimensión conocimiento de exportación en una empresa cooperativa de Cajamarca; afirma que, con un nivel de confianza del 95% que sí existe una relación directa moderada y significativa ( $p$  - valor  $< 0.05$ ) entre la variable y la dimensión antes mencionada.

El conocimiento de exportación en una empresa es relevante, puesto que existe muchas empresas nacionales que se dedican a incursionar en el mundo de los mercados internacionales; pero tal es el caso que, en ese momento surgen los problemas por la falta de conocimientos de comercio internacional de bienes o servicios, saber los estándares o procedimientos para el éxito de las exportaciones en el mercado de destino para la toma de buenas decisiones de las estrategias de exportaciones (Shamsuddoha y Yunus Ali, 2006, como se citó en Bazan Ibarra y Sanabria Porras, 2019). Dávila (2013), en su investigación observó dificultades en el tema de conocimientos en las exportaciones y habiendo mercados atractivos para el producto como Holanda, Alemania, entre otros, cumpliendo con los requisitos de calidad establecido. Pero hay otras investigaciones como Viera (2013), menciona que por la falta de conocimientos en el sistema de gestión de calidad con reconocimiento internacional de los productores ecuatorianos no reciben las capacitaciones y orientación para la producción de sus productos, por consecuencia se obstaculiza el ingreso al mercado internacional.

Hipótesis específica 4: Existe una relación directa entre la cadena productiva y la estrategia de exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

La cadena productiva y la estrategia de exportación en una empresa cooperativa de Cajamarca; afirma que, con un nivel de confianza del 95% que sí una relación directa moderada y significativo ( $p$  - valor  $< 0.05$ ) entre la cadena productiva y la estrategia de exportación.

La estrategia de exportación significa cualquier decisión explícita, usan fuerzas interna o externa para lograr cumplir el objetivo del éxito de la exportación del producto a mercados internacionales, la empresa utiliza un plan de acción para el logro de la meta generando mejores beneficios (Shamsuddoha y Yunus Ali, 2006, como se citó en Bazan Ibarra y Sanabria Porras, 2019) Para hablar de esta dimensión, un estudio Del Águila (2019) en su investigación influencia de programas de promoción de exportaciones en el desempeño exportador de papa congelada menciona que, el resultado de su investigación determina que la estrategia de exportación de la empresa ayuda a obtener un mayor conocimiento y anticiparse a lo que puede pasar, utilizando estrategias de exportación de acuerdo a las posibilidades de cada empresa, ya contar con la información precisa del mercado al cual se va a dirigir la exportación.

Como se menciona en la investigación anterior, una buena optimización en la producción y con buenas estrategias de exportación que se implementa para lograr anticiparse ante algún inconveniente serán de manera eficiente y rápida, porque tiene la capacidad de adaptarse e implementar estrategias nuevas que ayuden a la empresa a sobresalir en cualquier momento de déficit.

Hipótesis específica 5: Existe una relación directa entre la cadena productiva y el desempeño exportador en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

La cadena productiva y el desempeño exportador en una empresa cooperativa de Cajamarca; manifiesta una relación directa moderada y significativa ( $p$ -valor  $< 0.05$ ) con un nivel de confianza del 95% entre la variable cadena productiva y la dimensión desempeño exportador.

Calla & Escobar (2017), menciona de forma sucinta información actualizada sobre el arándano, que estimule y fundamente decisiones de inversión relacionadas con las cadenas productivas, la promoción del aumento de áreas en las que se cultive e impulsar su posterior exportación, trayendo con esto el crecimiento y desarrollo económico de las personas asociadas a la cadena productiva de arándanos de la provincia de Cajamarca y; por ende, el crecimiento y desarrollo económico tanto a la empresa, la región y como no decir el país. Por otro lado, planteando el punto de vista exportador Del Águila (2019), dentro de su investigación dirigida a los gerentes de las empresas exportadoras en el Perú. El estudio realizado contribuye notablemente a las limitadas investigaciones que existen sobre los programas de promoción de exportaciones en países en vías de desarrollo como el Perú, se examinó directa e indirectamente los efectos de los PPE (programas de promoción de exportaciones) en el mercado peruano, esta investigación confirma el papel fundamental de la exportación en el proceso de desarrollo del desempeño exportador.

Como se menciona en las investigaciones anteriores, al realizar una eficiente producción en la cadena productiva; el desempeño exportador permite desarrollar y promover las exportaciones manteniendo una relación directa, si se maneja de manera eficientes la variable y la dimensión respectivamente, aumentará la producción y de igual manera se irá investigando nuevas inversiones, aspectos operativos y nuevas estrategias para nuevos mercados que la empresa pueda penetrar, por consiguiente, al tener un buen desempeño exportador puede traer consigo nuevos clientes y posibles pedidos de altos volúmenes de los productos a mercados internacionales.

Hipótesis específica 6: Existe una relación directa entre la cadena productiva y los programas de promoción de exportaciones en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2023.

La cadena productiva y los programas de promoción de exportaciones en una empresa cooperativa de Cajamarca; afirma que, con un nivel del 95% de confianza que sí existe una relación directa alta y muy significativa ( $p$  - valor  $< 0.05$ ) entre las variables antes mencionadas.

Dávila (2013), menciona que en la provincia de Cajamarca se han identificado zonas donde existe un gran potencial productivo, no sólo por poseer el clima ideal para su cultivo con calidad de exportación, sino también por contar con mano de obra barata. El conocer las limitaciones de la producción para exportación, permitirá tomar acciones tanto por parte de los productores, como de los entes de promoción y desarrollo locales y nacionales, para que un producto se convierta de agroexportación. Por otro lado, planteando del punto de vista exportador, Del Águila (2019), afirma que en su investigación al utilizar los programas de promoción de exportaciones (PPE) ayuda a obtener un mayor conocimiento para la introducción, penetración y consolidación de nuevos mercados internacionales para lograr generar un mayor beneficio para la empresa, así como saber manejar diferentes situaciones y/o evitar inconvenientes que se pudiesen presentar durante la exportación.

Los PPE están relacionados con el conocimiento exportador de las empresas y esto va a definir el éxito o fracaso al vender bienes o servicios que son producidos en un país y consumidos en otro, aplicando una planificación y ejecución de las estrategias de marketing de exportación (Shamsuddoha y Yunus Ali, 2006, como se citó en Bazan Ibarra y Sanabria Porras, 2019). Como se menciona en las investigaciones, la cadena productiva y los programas de promoción de exportaciones tienen relación directa. Pero, con ayuda de estos

programas que apoyan a las empresas a conocer más sobre cómo mantener los estándares de calidad, logren fortalecer su crecimiento y ser más competitiva.

A continuación, se presenta las conclusiones de la presente investigación de una empresa cooperativa de la ciudad de Cajamarca, 2023.

En conclusión, se afirma que sí existe una relación directa alta significativa entre las variables cadena productiva y la exportación en una empresa cooperativa, pero, según como se utilice los eslabones de la cadena productiva se reflejará en el volumen de las exportaciones. Es decir, si existe eficiencia y eficacia en la cadena productiva, incluyendo desde el ingreso de la materia prima, la transformación y hasta llegar a la comercialización del bien, garantizará el éxito en la producción, y por ende, en las exportaciones de manera masiva manteniendo la calidad.

En conclusión, sí existe una relación directa alta significativa entre la variable cadena productiva y la dimensión compromiso de exportación. La empresa cooperativa que se dedica a la transformación de bienes con un valor agregado puede llegar a ser más eficiente en el proceso de la cadena productiva, y por ende, existe una iniciativa de querer invertir en sus propios recursos con la finalidad de conocer e incursionar en el mercado internacional mediante las exportaciones, pero sin utilizar intermediarios. La empresa cooperativa tiene el compromiso exportador, aplica estrategias de riesgo que pueden generar mayores rendimientos económicos por contar con una buena organización para manejar las actividades de exportación, cumpliendo con los requisitos y normas establecidas para ser más competitivo, pero falta hacer hincapié en el tema de implementar instalaciones internas para la investigación de mercados de exportación.

En conclusión, sí existe una relación directa moderado significativa entre la variable cadena productiva y la dimensión conocimiento de exportación; las empresas pequeñas deben crecer de manera individual o asociarse con otros pequeños productores para lograr una producción en gran volumen sin perjudicar la calidad, cumpliendo con las normas de sanidad y brinde beneficios para la salud del consumidor como la empresa cooperativa. Ya teniendo una producción masiva del bien y con conocimientos para incursionar del mercado internacional, aún se tiene que investigar más a los mercados extranjeros, su gobierno y servicios de marketing internacional de fuentes publicas o privadas para no generar inconvenientes en las exportaciones.

En conclusión, sí existe una relación directa moderada significativa entre la variable cadena productiva y la dimensión estrategia de exportación; si la empresa cooperativa llegara a ser eficiente en la cadena productiva, por ende, también será en el desarrollo de la producción masiva para la exportación. La cooperativa aplica estrategias para negociar con posibles clientes y identificar claramente a nuevos mercados de destino, aunque en la empresa aun no se implementa estrategias para contar con una gama de productos exportables y mejorar en el planteamiento de metas de las operaciones de exportación, por esto existe una relación positiva moderada.

En conclusión, sí existe una relación directa moderada significativa entre la variable cadena productiva y la dimensión desempeño exportador. En primer lugar, la cadena productiva es la capacidad que tiene la empresa en producir un producto, pero siendo eficiente será más beneficioso sin perjudicar la calidad. Al momento de exportar se aplica una planificación y ejecución de algunas estrategias, para que el bien tengan la aceptación del mercado internacional. Por ende, un buen desempeño exportador brinda el resultado de las exportaciones, para después analizar si fue lo esperado por la empresa cooperativa en temas intervinientes de beneficio, crecimiento y la penetración a nuevos mercados.



En conclusión, existe una relación directa alta y muy significativa entre la variable cadena productiva y la dimensión programas de promoción de exportaciones. En el proceso de la cadena productiva se cumple de manera correcta, la optimización de los recursos y costos para la transformación del bien pero sin perjudicar a la calidad del producto. Y, con respecto a los programas de promoción de exportaciones (PPE) que ofrece los programas gubernamentales beneficia a la empresa cooperativa para incrementar la oferta exportable con la finalidad de ser más competitivos en los mercados internacionales; y asimismo, disminuir el déficit de la balanza comercial que presenta el país, logrando un mejor desempeño en el ámbito internacional.

## REFERENCIAS

- Abril Ruiz, I. C. (2018). “*Análisis de la cadena productiva del sector industrial de cuero y sus efectos en la producción de calzado en la provincia de Tungurahua 2018*” [Tesis de posgrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio institucional UCSG <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10787/1/T-UCSG-POS-MFEE-121.pdf>
- Alaya Atalaya, K. M. y Tirado Saucedo, K. K. (2018). “*Asociatividad de los productores de arveja, maíz y habas en la provincia de celendín para la exportación de sopa fortificante al mercado de quebec – Canadá 2018*” [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio institucional UPN <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13936/Alaya%20Atalaya%20Keilyn%20Magali%20-%20Tirado%20Saucedo%2C%20Karin%20Kemberling.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bazan Ibarra J. y Sanabria Porras, L. (2019). “*Efectos mediadores de los programas de promoción de exportaciones en el desempeño exportador de las empresas mypes agroexportadoras de granos andinos en el Perú 2019*” [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/da96e93a-2f34-4a03-b667-9833e8b45a3c/content>
- Calla Gómez, L. C., y Escobar Torres, L. I. (2017). “*Influencia de la cadena productiva de arándanos en la provincia de Cajamarca en su comercio internacional hacia el mercado estadounidense, ciudad de Boston, para el año 2018*” [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio institucional UPN <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12730/Calla%20G%c3%b3m>

- ez%2c%20Lizeth%20del%20Carmen%20-  
%20Escobar%20Torres%2c%20Laura%20Isabel.pdf?sequence=8&isAllowed=y
- Castro Monge, E. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación y su importancia en la dirección y administración de empresas. *Escuela Ciencias de la Administración*, *1(2)*,31- 54.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3693387.pdf>
- Chávez Díaz, A. S., Trujillo Janampa, S. p., y Trujillo Janampa, Y. Y. (2017). “*Análisis de la cadena productiva de la quinua en San Román – Puno para usos prospectivos*” [Tesis de pregrado, Pontifica Universidad Católica del Perú]. Repositorio institucional PUCP  
[https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9138/Ch%C3%A1vez\\_Trujillo\\_Trujillo\\_An%C3%A1lisis\\_cadena\\_productiva%20\(1\).pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9138/Ch%C3%A1vez_Trujillo_Trujillo_An%C3%A1lisis_cadena_productiva%20(1).pdf?sequence=6&isAllowed=y)
- Dávila García, K. T. (2013). “*Limitaciones de la producción de rosas (rosa sp.) para la exportación, en la provincia de Cajamarca*” [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]. Repositorio institucional UPAGU  
<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/86/TEISIS%20N%c2%b0%2001.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Del Águila Vela, A. A. (2019) “*Influencia de programas de promoción de exportaciones en el desempeño exportador de empresas exportadoras de papa congelada en Perú 2019*” [Tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL  
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/838eff1b-e20b-425e-b3f3-191721ea7cef/content>
- Departamento Nacional de Planeación [DNP], (2004). *Cadena productiva. Estructura, comercio internacional y protección.*

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Empresarial/PRESENTACION.pdf>

Dirección General de Promoción Agraria [DGPA], (2015). *Definición de una cadena productiva*.

<https://www.midagri.gob.pe/portal/objetivos/38-sector-agrario/pecuaria/308-las-cadenas-productivas?start=2>

Espinoza Tinco, J. H. (2017). “*Ventaja Competitiva y Cadena Productiva en la exportación de mangos frescos de la Asociación de Productores Agropecuarios de la provincia de Palpa-Ica, 2017*” [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23914/Espinoza\\_TJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23914/Espinoza_TJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Fabila, A., Minami, H. y Izquierdo, M. (2013). La escala de Likert en la evaluación docente: acercamiento a sus características y principios metodológicos. *Perspective docentes*, (50), 31-40. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6349269>

Gereffi G. (2001). Las cadenas productivas como marco analítico para la globalización. *Problemas del desarrollo*, 32 (125), 9–37. <https://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/docs/2069.pdf>

Gottret, M. V., y Lundy, M. (2007). *Gestión de cadenas productivas serie: metodologías para el desarrollo empresarial rural*. Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT). [https://books.google.com.pe/books?id=PN3ufBC-3zYC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=PN3ufBC-3zYC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación: Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias* (6° ed.). Editorial Mexicana. <https://www.esup.edu.pe/wp->

content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-

Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf

Huesca Rodríguez, C. (2012). *Comercio internacional*. Editorial México.

[https://infolibros.org/pdfview/3209-comercio-internacional-cecilia-huesca-](https://infolibros.org/pdfview/3209-comercio-internacional-cecilia-huesca-rodriiguez/)

[rodriiguez/](https://infolibros.org/pdfview/3209-comercio-internacional-cecilia-huesca-rodriiguez/)

Linares Vizcarra, M. (2017). “*Influencia de la legislación peruana como factor competitivo*

*para la exportación agro industrial del tomate desde Tacna 2015*” [Tesis de

posgrado, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio institucional UPT

[https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/528/Linares\\_Vizcarra](https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/528/Linares_Vizcarra_Mitzi.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[\\_Mitzi.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/528/Linares_Vizcarra_Mitzi.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Loayza Ramos, F. (2018). “*Análisis de la cadena productiva del cacao ecuatoriano para el*

*diseño de una política pública que fomente la productividad y la eficiencia de la*

*producción cacaotera período 2007-2016*” [Tesis de pregrado, Pontifica

Universidad Católica Del Ecuador]. Repositorio institucional PUCE

[http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14635/Tesis%20Fernando%20](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14635/Tesis%20Fernando%20Olinaa%20Versi%c3%b3n%20final.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[Olinaa%20Versi%c3%b3n%20final.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14635/Tesis%20Fernando%20Olinaa%20Versi%c3%b3n%20final.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Lundy, M., Gottret, M. V., Cifuentes, W., Ostertag C. F., y Best, R. (2004). *Diseño de*

*estrategias para aumentar la competitividad de cadenas productivas con*

*productores de pequeña escala.*

<https://cenida.una.edu.ni/relectronicos/REE14C397d.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial [ONUUDI], (2004).

*Manual de mini cadenas productivas*. Bogotá: Colombia.

[https://docplayer.es/24082385-Manual-de-minicadenas-productivas-organizacion-](https://docplayer.es/24082385-Manual-de-minicadenas-productivas-organizacion-de-las-naciones-unidas-para-el-desarrollo-industrial.html)

[de-las-naciones-unidas-para-el-desarrollo-industrial.html](https://docplayer.es/24082385-Manual-de-minicadenas-productivas-organizacion-de-las-naciones-unidas-para-el-desarrollo-industrial.html)

- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO], (2013). *Agro-industries for Development..* Da Silva, C., Baker, D., Shepherd A., Jenane C. y Miranda S., (Ed), *Agroindustrias para el desarrollo.* Roma: Italia.  
<http://www.fao.org/3/i3125s/i3125s.pdf>
- Reategui Flores, L. (2019). “*Impacto de la Cadena productiva del plátano como estrategia de inclusión productiva en los distritos de Sauce y Chazuta, 2018*” [Tesis de posgrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional UCV  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32083/Re%c3%a1tegui\\_FL.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32083/Re%c3%a1tegui_FL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rodríguez Moguel, E. (2003). “*Metodología de la investigación: La creatividad, el rigor del estudio y la integridad son factores que transforman al estudiante en un profesional de éxito*” (5° Ed). Merino Rodriguez, H. (Ed), *Metodología de la investigación.* México.  
<https://mega.nz/file/VGon3KpY#iDHbR9Zt5uGaSjmwZff2gORvGCZiml7eMktgSxpI5u4>
- Salazar Gonzales, M., y Van Der Heyden, D. (2004). *Metodología de análisis de cadenas productivas con equidad para la promoción del desarrollo local.* Editorial Línea Andina. <https://cenida.una.edu.ni/relectronicos/REE50S161.pdf>
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú [COMEXPERU] (2021). *Las importaciones de bienes de capital se incrementaron un 3.3%, una señal positiva de reactivación económica.* <https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-importaciones-de-bienes-de-capital-se-incrementaron-un-33-una-senal-positiva-de-reactivacion-economica>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria [SUNAT], (2008). *Normas legales, GJA-03 ley general de Aduanas.*  
<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/normasadua/gja-03.htm>

United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD], (2021). *La recuperación del comercio mundial de la crisis de COVID-19 alcanza un récord.*

<https://unctad.org/news/global-trades-recovery-covid-19-crisis-hits-record-high>

Universidad Tecnológica Latinoamericana en Línea [UTEL], (2017). *Comercio internacional, desde el trueque hasta el E-Commerce.*

<https://www.utel.edu.mx/blog/menu-profesional/facultad-de-economia-y-administracion/comercio-internacional-desde-el-trueque-hasta-el-e-commerce/>

Vegas Rodríguez, J. C. (2008). *Cadenas productivas*. [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs\\_taller/Presentaciones\\_Tumbes\\_y\\_Piura/1.2.1.2.F1%20Cadenas\\_Productivas%2020080912.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/ueperu/consultora/docs_taller/Presentaciones_Tumbes_y_Piura/1.2.1.2.F1%20Cadenas_Productivas%2020080912.pdf)

Viera Noroña, B. I. (2013). “*Análisis, Investigación y Propuesta para Fortalecer la Infraestructura Nacional de la Calidad para la Evaluación de la Conformidad de los Productos del Cacao Ecuatoriano Provenientes de la Cadena Productiva que se Exportan a la Unión Europa, Estados Unidos y Japón*” [Tesis de posgrado, Universidad Central del Ecuador]. Repositorio institucional UCE <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2018/1/T-UCE-0008-19.pdf>

## ANEXOS

### Anexo 1

#### Operacionalización de la variable cadena productiva y la exportación

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES				
VARIABLE 1	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
LA CADENA PRODUCTIVA (X)	(Gereffi, 2001) afirma que la cadena productiva es un sistema constituido por actores interrelacionados o factores que intervienen en la sucesión de operaciones, de producción, transformación y comercialización de un producto hasta que llegue al consumidor final.	Se obtendrá datos de fuentes primarias mediante la técnica de encuestas para determinar la importancia que tiene cada etapa de la cadena productiva como: producción, transformación y comercialización de un bien hasta el consumidor final, mediante la exportación de una empresa cooperativa Cajamarquina al mercado internacional.	1. Producción	1.1 materia prima 1.2 Mano de obra especializada 1.3 Nivel de productividad
			2. transformación	2.1 Plantas procesadoras 2.2 almacenamiento 2.3 Uso de tecnologías
			3. comercialización	3.1 Transporte 3.2 Servicio post venta
VARIABLE 2	DEFINICION CONCEPTUAL		DIMENSIONES	INDICADORES
LAS EXPORTACIONES (Y)	La exportación consiste en la venta de un bien o servicios que se decida usar o consumir en otro país, cumpliendo con requisitos, normas y leyes para la exportación de la mercancía. Es muy importante esta variable, por lo cual los gerentes deben de tener conocimiento sobre el mercado extranjero, regulaciones gubernamentales y demás procedimientos que intervienen en la exportación (Shamsuddoha y Yunus Ali, 2006, como se citó en Bazan Ibarra y Sanabria Porras, 2019).		1.Estrategia de exportación	1.1 actividades de exportación 1.2 Investigación mercados
			2. conocimiento de la exportación	2.1 Marketing internacional 2.2 Operaciones de exportación
			3.Desempeño de la exportación	3.1 Rentabilidad 3.2 Crecimiento de las ventas
			4.Programa de promoción de exportaciones	4.1 Desarrollo de productos 4.2 Ferias internacionales 4.3 Programas de capacitación
			5. Compromiso de exportación	5.1 Viajes frecuentes  5.2 Actividades de exportación 5.3 Recursos para desarrollo de mercado



Anexo 2

*Matriz de consistencia de la variable cadena productiva*

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
COHERENCIA P - O - H			OPERACIONALIZACION DE VARIABLES			
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE 1	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Cuál es la relación de la cadena productiva y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2021?	a) Determinar la relación existente entre la cadena productiva y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2021.	Existe una relación directa entre la cadena productiva y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2021.	LA CADENA PRODUCTIVA (X)	(Gereffi, 2001) afirma que la cadena productiva es un sistema constituido por actores interrelacionados o factores que intervienen en la sucesión de operaciones, de producción, transformación y comercialización de un producto hasta que llegue al consumidor final.	1. Producción	1.1 materia prima 1.2 Mano de obra especializada 1.3 Nivel de productividad
					2. transformación	2.1 Plantas procesadoras 2.2 almacenamiento 2.3 Uso de tecnologías
					3. comercialización	3.1 Transporte 3.2 Servicio post venta

Anexo 3

Matriz de consistencia de la variable exportación

PROBLEMA ESPECIFICO	OBJETIVO ESPECIFICO	HIPOTESIS ESPECIFICO	VARIABLE 2	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Cuál es la relación de la producción y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2021?	Determinar la relación de la producción y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2021.	Existe una relación directa entre la producción y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2021.	LAS EXPORTACIONES (Y)	La exportación consiste en la venta de un bien o servicios que se decida usar o consumir en otro país, cumpliendo con requisitos, normas y leyes para la exportación de la mercancía. Es muy importante esta variable, por lo cual los gerentes deben de tener conocimiento sobre el mercado extranjero, regulaciones gubernamentales y demás procedimientos que intervienen en la exportación (Shamsuddoha y Yunus Ali, 2006, como se citó en Bazan Ibarra y Sanabria Porras, 2019).	1.Estrategia de exportación	1.1 actividades de exportación 1.2 Investigación mercados
					2. Conocimiento de la exportación	2.1 Marketing internacional 2.2 Operaciones de exportación
¿Cuál es la relación de la transformación y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2021?	Determinar la relación de la transformación y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2021.	Existe una relación directa entre la transformación y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2021.			3.Desempeño de la exportación	3.1 Rentabilidad 3.2 Crecimiento de las ventas
¿Cuál es la relación de la comercialización y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2021?	Determinar la relación de la comercialización y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2021.	Existe una relación directa entre la comercialización y la exportación en una empresa cooperativa, Cajamarca, 2021.			4.Programa de promoción de exportaciones	4.1 Desarrollo de productos 4.2 Ferias internacionales 4.3 Programas de capacitación
				5.Compromiso de exportación	5.1 Viajes frecuentes 5.2 Actividades de exportación 5.3 Recursos para desarrollo de mercado	

Anexo 4

Validación del instrumento de la variable cadena productiva



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

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y Nombres del experto: Mg. Chura Lucar, Rudy
- 1.2. Cargo e institución donde labora: docente Universidad César Vallejo
- 1.3. Especialidad del experto: Negocios Internacionales
- 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario
- 1.5. Título de la investigación: Ventaja Competitiva y Cadena Productiva en la exportación de mangos frescos de la asociación de productores agropecuarios de la provincia de Paipa-Ica, 2017
- 1.6. Autor del instrumento: Josselyn Haydee Espinoza Tinto

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-30%	Regular 31-55%	Buena 56-70%	Muy buena 71-90%	Excelente 91-100%
Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado.				75%	
Objetividad	Esta expresado de manera coherente y lógica.				75%	
Pertinencia	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				75%	
Actualidad	Adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.				75%	
Organización	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				75%	
Suficiencia	Tiene coherencia entre indicadores y dimensiones.				75%	
Intencionalidad	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación.				75%	
Consistencia	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				75%	
Coherencia	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento.				75%	
Metodología	Considera que los ítems miden lo que pretenden medir.					
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>						

**PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO**

Primera Variable: VENTAJA COMPETITIVA

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01				
02				
03				
04				
05				
06				
07				
08				
09				

OFICINA DE INVESTIGACIÓN UCV – LIMA ESTE - 2017

10	✓			
11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			

Si tienen más ítems, anote cuantos faltan; 21, 22, 23, 24, 25, 26 y 27.

Segunda variable: CADENA PRODUCTIVA

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01		✓		
02		✓		
03		✓		
04		✓		
05		✓		
06		✓		
07		✓		
08		✓		
09		✓		
10		✓		
11		✓		
12		✓		
13		✓		
14		✓		
15		✓		
16		✓		
17		✓		
18		✓		
19		✓		
20		✓		

Si tienen más ítems, anote cuantos faltan; 21, 22, 23, 24, 25, 26 y 27.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

75%

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.
- El instrumento no puede ser aplicado.

San Juan de Lurigancho, 22 de 09 del 2017

  
Firma del experto  
DNI: 91677549

OFICINA DE INVESTIGACIÓN UCV - LIMA ESTE - 2017

*Validación de instrumento de la variable exportación*

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO  
(JUICIO DE EXPERTOS)**

El presente instrumento tiene como finalidad validar el formulario de los **efectos mediadores de los programas de promoción de exportaciones en el desempeño exportador**, el mismo que será aplicado a entidades que forman parte del estudio **“INFLUENCIA DE LOS PROGRAMAS DE PROMOCION DE EXPORTACIONES EN EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE POTA CONGELADA EN PERU 2019”** que corresponde a un diseño de investigación cuantitativo correlacional no experimental transversal.

**Instrucciones**

La evaluación requiere una lectura detallada y completa de cada ítem propuesto a fin de comparar de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **Claridad de la redacción, Contexto correcto de ítem, Congruencia con el contenido y Dominio del Constructo**. Para tal fin, deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y caso contrario se ofrece un espacio para las observaciones si las hubiera.

Juez N°:	
Fecha actual:	13 de agosto
Nombres y Apellidos de Juez:	Carla Arriola Alvarado
Grado Académico:	Magister
Puesto de trabajo:	Coordinación Académica
Institución donde labora:	USIL
Años de experiencia profesión o científica:	5

  
Firma y/o Sello

**CARLA ARRIOLA ALVARADO**  
Coordinadora Académica  
Carrera de Marketing  
Universidad San Ignacio de Loyola

Este cuestionario tiene como propósito determinar la influencia del uso de los Programas de Promoción de Exportaciones en el conocimiento, el compromiso, la estrategia y en el desempeño exportador de las empresas exportadoras de papa congelada.

Lea con mucha atención y conteste cada una de las preguntas con la mayor honestidad posible, marque con una “X” en la cual crea conveniente que los programas de promoción de exportaciones influyen. Tenga en cuenta las asignaciones explicadas en cada punto correspondiente:

Anexo 1

*Cuestionario influencia de los programas de promoción de exportaciones en el desempeño exportado*

### **Cuestionario**

#### **I. Datos Generales**

Razón social:

Nombres y apellidos:

Cargo:

Teléfono:

Correo electrónico:

**II.** En los últimos 3 años, su empresa ha utilizado o participado de algún programa de promoción de exportaciones

Si ( )

No ( )

III. La asignación será la siguiente: 1 En desacuerdo, 2 Parcialmente en desacuerdo, 3 Indiferente, 4 Parcialmente de acuerdo, 5 De acuerdo

VARIABLE: EXPORTACION	COMPROMISO	DE	1	2	3	4	5
			En desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Indiferente	Parcialmente de acuerdo	De acuerdo
1.	El ejecutivo de la firma viaja frecuentemente a los mercados de exportación.						
2.	La firma tiene una estructura organizacional apropiada para manejar todas las actividades de exportación.						
3.	La empresa cuenta con amplias instalaciones internas de investigación de mercado de exportación.						
4.	La empresa reserva fondos adecuados para desarrollar mercados en el extranjero.						

VARIABLE: EXPORTACION	CONOCIMIENTO	DE	1	2	3	4	5
			En desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Indiferente	Parcialmente de acuerdo	De acuerdo
5.	Los vendedores están suficientemente bien informados sobre los mercados extranjeros existentes						
6.	En general, se tiene suficiente conocimiento sobre los mercados extranjeros a los que sirven.						
7.	Se tiene información actual sobre el gobierno del país a exportar						
8.	Se tiene conocimiento de la situación económica de sus mercados de exportación.						
9.	Se tiene suficiente conocimiento sobre los servicios de marketing internacional disponibles de fuentes públicas y privadas.						



VARIABLE: EXPORTACION	ESTRATEGIA DE	1	2	3	4	5
		En desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Indiferente	Parcialmente de acuerdo	De acuerdo
10. Se han extraído metas y objetivos distintos para las operaciones de exportación.						
11. Se han desarrollado las capacidades adecuadas para recopilar la información necesaria.						
12. Los países de exportación a ser ingresados han sido claramente identificados.						
13. La firma ha implementado estrategias para expandir el número de productos exportables a lo largo de los años, servicios disponibles de fuentes públicas y privadas.						

VARIABLE: DESEMPEÑO EXPORTADOR	1	2	3	4	5
	En desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Indiferente	Parcialmente de acuerdo	De acuerdo
14. En la empresa las ventas de exportación fueron mejor que el esperado.					
15. En la empresa el beneficio de exportación fue mejor que el esperado.					
16. En la empresa el crecimiento de las ventas de exportación fue mejor que el esperado.					
17. El ingreso de la empresa a nuevos mercados fue mejor que el esperado.					



**VARIABLE: PROGRAMA DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES (PPE)**

	1	2	3	4	5
	En desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Indiferente	Parcialmente de acuerdo	De acuerdo
18. La asistencia de marketing para exportar nuevos productos a través de los PPE favorece a la empresa.					
19. Favorecen los PPE a la empresa a través de la asistencia técnica para desarrollar nuevos productos.					
20. Favorece a la empresa la asistencia para obtener tecnología extranjera para el desarrollo de productos.					
21. El desarrollo de mano de obra calificada en el sector de exportación a través de programas de capacitación técnica y práctica favorece a la empresa.					
22. La asistencia para establecer centros de ventas y exhibición en el exterior favorece a la empresa.					
23. La participación en ferias internacionales y ferias especializadas de exportación favorece a la empresa.					
24. Favorece a la empresa la participación en misiones comerciales.					
25. Recibir talleres y seminarios de Exportación favorece a la empresa.					
26. La promoción en el extranjero de los productos de la empresa beneficia a la empresa.					
27. Brindar asistencia para establecer contacto con los compradores extranjeros favorece a la empresa.					
28. Favorece a la empresa contar con asistencia para resolver disputas comerciales con compradores extranjeros.					
29. Favorece a la empresa el participar en programas de capacitación en el extranjero sobre desarrollo de productos y mercadeo.					
30. Favorece a la empresa la prestación de servicios en relación con información de mercados, contacto con compradores y otros servicios de apoyo por parte de las misiones de la empresa en el extranjero.					
31. Favorece a la empresa contar con instalaciones de subvención por parte del gobierno.					
32. Favorece a la empresa tener facilidades de seguro de pre-embarque, post-embarque e integral a través de un esquema de garantía de crédito a la exportación.					
33. Contar un esquema de devolución de impuestos favorece a la empresa.					
34. Favorece a la empresa el reembolso de la prima de seguro de incendio, marítima y envío de bienes.					
35. Favorece a la empresa tener instalaciones de depósito consolidado para materias primas importadas.					
36. Favorece económicamente a la empresa el reembolso del impuesto a la renta sobre los ingresos de exportación.					

