



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

TESIS

**"OFERTA EXPORTABLE DEL CACAO ORGANICO
DE ORIGEN PIURANO PARA EL MERCADO DE
EUROPA – AÑO 2017"**

**PRESENTADO POR:
FLORES CORDOVA, ILDEFONSO**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ASESOR:
MG. MANUEL EDILBERTO GUERRERO OJEDA**

**PIURA - PERÚ
2020**

Dedicatoria

A mi esposa por todo su apoyo y a mis hijos por los cuales seguiré adelante.

A mi madre y hermanos quienes impulsaron mis fuerzas para lograr este anhelado objetivo.

Agradecimiento

A aquellos que participaron del logro de este objetivo profesional. Gracias.

Resumen

La tesis tiene como fin analizar la oferta para la exportación del cacao orgánico piurano para el mercado europeo. Para ello se dispuso como población de estudio a los productores regionales y por otra parte a las organizaciones que actualmente exportan este producto de la región piurana, en cuya representación se tiene a la cooperativa Norandino. Se utilizaron distintas técnicas, como la encuesta, el análisis documental y la entrevista. Como principales conclusiones se tiene que la capacidad de producción de cacao orgánico en Piura es baja, lo que se puede explicar en parte por el limitado número de terrenos que se disponen para cultivar el cacao en la región. De otra parte, existe una capacidad tecnológica con limitaciones en lo que se refiere al procedimiento de cultivo mientras que el potencial de gestión en la cooperativa Norandino demostró ser alto, con una elevada preocupación por el planeamiento estratégico, así como por lograr internacionalizar el producto.

Palabras claves: Cacao, exportación, demanda, oferta.

Abstract

The purpose of this thesis is to analyze the supply for the export of organic cacao piurano to the European market. For this, regional producers and, on the other hand, the organizations that currently export this product from the Piura region, whose representation is the Norandino cooperative, were used as a study population. Different techniques were used, such as the survey, documentary analysis and interview. The main conclusions are that the production capacity of organic cocoa in Piura is low, which can be explained in part by the limited number of land available to grow cocoa in the region. On the other hand, there is a technological capacity with limitations in regard to the cultivation procedure while the management potential in the Norandino cooperative proved to be high, with a high concern for strategic planning as well as to achieve internationalization of the product.

Keywords: cocoa, exportation, demand, supply.

ÍNDICE

	Pág.
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Resumen	iv
Abstract	v
Índice	vi
Introducción	ix
CAPITULO 1: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1 Planteamiento del problema	11
1.2 Formulación del problema	13
1.2.1 Problema principal	13
1.2.2 Problemas secundarios	13
1.3 Objetivos de la investigación	14
1.3.1 Objetivo General	13
1.3.2 Objetivos Específicos	14
1.4 Justificación del estudio	14
1.5 Limitaciones de la investigación	15
CAPITULO II: MARCO TEORICO	
2.1 Antecedentes del estudio	16
2.2 Bases teóricas	19
2.3 Definición de términos	24
2.4. Hipótesis	27
2.4.1 Hipótesis principal	27
2.4.2 Hipótesis específicas	27
2.5. Variable	28
2.5.1 Definición conceptual de la variable	28
2.5.2 Definición operacional de la variable	28
2.5.3 Operacionalización de la variable	29

CAPITULO III: METODOLOGÍA	
3.1. Tipo y nivel de investigación	31
3.2. Descripción del ámbito de investigación	32
3.3. Población y muestra	33
3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	35
3.5. Validez y confiabilidad del instrumento	36
3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos	36
CAPITULO IV: RESULTADOS	37
CAPITULO V: DISCUSIÓN	54
CONCLUSIONES	58
RECOMENDACIONES	59
REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS	61
ANEXOS	64

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. Capacidad instalada de productores	39
TABLA 2. Producción anual	40
TABLA 3. Insumos empleados	41
TABLA 4. Empleo de tecnología	41
TABLA 5. Calidad de las labores de cultivo	43
TABLA 6. Capacidad física de producción	44
TABLA 7. Uso de recursos propios	45
TABLA 8. Nivel de endeudamiento	46
TABLA 9. Capacidad económica y financiera	46
TABLA 10. Importancia de la planificación	47
TABLA 11. Capacidad de gestión de Norandino	52
TABLA 12. Oferta exportable de cacao orgánico	52

INTRODUCCIÓN

El cacao es un producto muy apreciado en el entorno internacional debido a las ventajas en materia de nutrición y al excelente sabor para el paladar. Estas propiedades se pueden reflejar en el alto nivel de demanda que presenta este producto en distintos mercados, siendo muy asequible a sus consumidores en diversos tipos de presentaciones

La gran demanda de este producto ha hecho posible que la producción se incremente principalmente en Asia África y América, siendo un producto con una demanda muy importante por parte de las empresas que fabrican chocolate en Europa.

En el Perú el cacao es producido de manera competitiva y organizada recién a inicios del presente milenio, creando el potencial para mejorar las relaciones entre los mercados de destino y los productores. Asimismo, dando inicio a diversas iniciativas de incursión a mercados extranjeros, varios de los cuales presentan elevados índices de exigencia y control de calidad.

En determinados lugares del Perú, el aumento en la producción de cacao se ha convertido en una potencial fuente de divisas que podría contribuir a lograr la mejora del producto bruto interno de muchas regiones. En este cometido es importante que se logre la integración de manera directa o indirecta a los distintos mercados internacionales.

A nivel nacional la producción de cacao sobrepasa las 30.000 tn. anuales promedio. Sin embargo, persiste una expectativa muy alta en cuanto a un mayor potencial de producción. Por ello, es necesario disponer los mejores recursos y esfuerzos para lograr una mayor sostenibilidad en el cultivo de este producto.

En dicho contexto, el estudio que se presenta tiene como objeto evaluar la oferta exportable de cacao piurano, teniendo como destino al mercado europeo. Siendo una investigación de tipo mixta, la cual estará abocada a conocer distintas capacidades de los productores regionales en los ámbitos económico, financiero y físico, así como de gestión y el potencial de demanda para el producto

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1. Planteamiento del problema

Actualmente la provisión internacional de cacao es realizada desde América y África. dicha oferta ha mantenido una creciente tendencia en las dos últimas décadas del siglo anterior, siendo el crecimiento promedio de 0.5% , sin embargo a partir del actual milenio se ha experimentado una afectación debido a la aparición de entornos políticos altamente inestables en el continente africano así como el decrecimiento productivo en países como Indonesia, la preferencia por otros tipos de cultivo que poseen ciertas ventajas para su comercialización (como es el caso de Malasia) y las menores áreas de cultivo del producto en Brasil. en dicho entorno la demanda más importante de cacao en grano a nivel mundial proviene de Estados Unidos y Países Bajos, así mismo de muchos países de la región europea (Mincetur, 2013)

En ese orden de ideas la demanda del cacao se ha incrementado ampliamente, Llegando por ejemplo a exportar en el año 2012 cerca de 40000 toneladas de cacao lo que representó más de 100 millones de dólares y un incremento de más del 20% en comparación al año anterior. Europa es el mercado más importante de cacao abarcando el 70% de la producción exportable del Perú, destacando principalmente Países Bajos Italia y Bélgica (Mincetur – Promperú).

En el 2016 se tuvo una demanda de alrededor de US\$ 68 millones, la cual provino en su gran mayoría de Bélgica y Países Bajos (Diario Comercio, 2017). De acuerdo al Ministerio

Agricultura el cacao puede transformarse en uno de los principales productos de exportación nacional. por otro lado, existe también la intención de posicionar este producto en el mercado peruano estimándose que para los siguientes años se convierta en un abanderado de las exportaciones peruanas

En el contexto de esta realidad las organizaciones de la región dedicadas a la exportación del producto en estudio deben direccionar sus esfuerzos hacia el logro de una producción sostenible. Por ello, es necesario hacer uso de técnicas que mejoren las estrategias de ingreso a nuevos mercados y de crecimiento progresivo en ellos.

A nivel mundial el mercado de consumidores de cacao continuará la tendencia creciente de la globalización, por tal motivo tiene lógica creer que la oferta de este producto también crecerá. Constituyendo ello un importante potencial de beneficios para la región piurana; sin embargo, es altamente probable que los requisitos de calidad exigidos por los mercados consumidores internacionales sean cada vez mayores, lo cual se constituye como uno de los grandes retos de la producción regional.

Dado lo anteriormente expresado, la presente investigación busca conocer si el cacao piurano cumple con los requerimientos del mercado europeo, sobre todo en lo que se refiere a calidad y volumen, de cara a lograr un mejor nivel competitivo y por ende un producto reconocido a nivel mundial.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema principal

¿Qué situación presenta la oferta para la exportación de cacao orgánico de la región Piura al mercado de Europa - 2017?

1.2.2. Problemas secundarios

¿Cuál es la demanda del cacao orgánico en el mercado de Europa?

¿Cómo es la capacidad de producción de cacao orgánico de los productores de la región Piura?

¿Cuál es la capacidad económico financiera de los productores de cacao orgánico de la región Piura?

¿Qué capacidad de gestión poseen los productores de cacao orgánico de la región Piura?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Identificar la oferta exportable de cacao orgánico de la región Piura al mercado de Europa - 2017.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Evaluar la demanda de cacao orgánico en el mercado europeo.
- Conocer la capacidad de producción de cacao orgánico de la región Piura.
- Identificar la capacidad económico financiera de los productores de cacao orgánico de la región Piura.
- Evaluar la capacidad de gestión de cacao orgánico de la región Piura.

1.4 Justificación del estudio

La tesis es justificable dado el incremento en los niveles de demanda del cacao orgánico que se ha experimentado en diversos países europeos, lo cual hace necesario que se evalúe la capacidad de oferta para la exportación que poseen los productores de la región Piura dedicados a este producto, más aún cuando es conocida la tendencia internacional de una mayor preferencia por el consumo de productos con características orgánicas a nivel mundial. Por otro lado, esta investigación se orienta a conocer el nivel de productos requeridos por los importadores, así como las capacidades económicas y financieras de los productores como factores principales de gestión competitiva, con lo cual se pretende abordar el tema de una manera más integral.

Existe asimismo una justificación de tipo práctico dado que el estudio se orienta a más de seiscientos productores de la región Piura, a los cuales le es potencialmente beneficiable la información que se presenta a lo largo de los siguientes capítulos,

permitiendo conocer características de los mercados de destino del cacao orgánico. Información que en la era del conocimiento globalizado resulta de principal importancia como herramienta para toma de decisiones de cara a una mayor competitividad internacional.

1.5 Limitaciones de la investigación

En cuanto al mercado objetivo de las exportaciones y dada la lejanía física que existe, se recurrió a fuentes informativas de tipo secundarias. En todo lo demás la ejecución del estudio fue totalmente viable económica y técnicamente.

CAPITULO II. MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes del estudio

2.1.1. Internacionales

Internacionales

Miranda (2011). *Oportunidades comerciales para la oferta de exportaciones del Ecuador hacia Chile, ACE N° 65*. Universidad Andina Simón Bolívar. La finalidad fue estudiar distintos acuerdos comerciales firmados por la República de Chile y la República del Ecuador. El diseño de la investigación lo constituyen las exportaciones realizadas por el Ecuador en el periodo 2003 al 2010. La principal conclusión es que se dispone de un importante potencial de productos para ser exportados a Chile con diversas ventajas, lo cual hace que los productos ecuatorianos tengan alta atraktividad en dicho mercado.

Constancia (2013). *Análisis del potencial para mejorar la oferta exportable de la industria olivícola*. Universidad de Chile. La finalidad fue determinar la composición de diversos tipos de olivos chilenos, de cara a mejorar el nivel de las exportaciones olivícolas. El estudio es experimental y determinó como muestra tres plantas seleccionadas de Huasco. Se concluye que los elevados niveles de ácido se constituyen como claros atributos que agregan valor a la oferta.

Arauz y Páez (2008). *Oportunidades comerciales en Chile para la oferta exportable del Ecuador en el sector manufacturas*. Universidad Católica de Guayaquil. La finalidad fue llevar a cabo la evaluación comercial del mercado de Chile, lo cual se constituye en un factor importante para el incremento de las exportaciones manufactureras. El estudio fue descriptivo. Una de las conclusiones más importantes fue que existe un elevado potencial de los productos ecuatorianos en base a las ventajas poseídas, siendo necesario realizar promociones para lograr el crecimiento comercial del producto.

2.1.2. Nacionales

Baldeón (2010). *Impacto del comercio justo en las exportaciones de cacao a la Unión Europea*. Universidad de San Martín de Porres Lima. Su finalidad fue medir la incidencia del comercio justo sobre la exportación de cacao al continente europeo. Fue una investigación descriptiva y mixta. La población fue constituida por 19 cooperativas. Una de las principales conclusiones señala que las exportaciones de cacao han crecido, principalmente al mercado europeo. Siendo que las cooperativas con certificaciones han incrementado en número.

Arias (2011). *Factores limitantes de la oferta de cacao de la cooperativa agrícola Satipo – Junín*. Universidad de San Martín de Porres, Lima. Su fin fue identificar las variables que inciden en el comercio exterior de cacao como por ejemplo calidad y costos. La investigación fue mixta y descriptiva, Se determinó como

población a los socios cooperativistas. Como principal conclusión se tuvo que se presentan limitantes en el asesoramiento para aspectos innovativos y administrativos, asimismo, se destaca el rendimiento limitado.

Rivas (2011). *Viabilidad para una planta de pasta de cacao en Juanjuí orientada a la exportación*. Universidad de San Martín de Porres, Perú. La finalidad fue analizar la factibilidad para la apertura de la planta. La metodología fue cuantitativa. La muestra fue conformada por los moradores de Juanjuí. Como principal conclusión se tiene que la puesta en marcha de la planta es viable y rentable.

2.1.3. Locales

Preciado (2013). *Oferta exportable del mango piurano a los EEUU*. Universidad César Vallejo Piura. Su finalidad fue analizar la oferta de exportación del mango orgánico piurano a Norteamérica. fue un estudio cuantitativo. La muestra fue de catorce empresas piuranas. La principal conclusión fue que Piura produce 273,883.5 tn. de las cuales 265,294.6 tn. se comercializan al mercado internacional. Siendo que Norteamérica compra la cuarta parte del mango orgánico de Piura.

Ruiz (2014). *Oferta exportable de banano orgánico piurano al mercado europeo*. Universidad César Vallejo Piura. El fin fue evaluar la oferta de exportación de banano piurano al continente europeo. Fue una investigación cuantitativa. Se concluye que los requerimientos de calidad para el ingreso de este producto al mercado europeo incluyen disponer certificaciones orgánicas internacionales.

2.2 Bases teóricas.

Oferta exportable

Existen algunas capacidades importantes para toda oferta de exportación, entre ellas destacan: las capacidades físicas, económicas y financieras, así como de gestión (Mincetur, 2016)

Para conocer la posibilidad de contar con este tipo de oferta se debe evaluar si se posee un producto de alta competitividad para mercados extranjeros, un eficiente nivel de producción para el cumplimiento de los diferentes pedidos y en general un nivel de respuesta adecuado de cara a los progresivos incrementos las demandas del exterior.

En ese contexto Mincetur (2016) indica que para que un proceso de exportación sea sostenible deben darse ciertas condiciones como: conocer los regímenes aduaneros y fiscales del país de destino, conocer las distintas oportunidades en el presente y en el futuro de los mercados y poseer el potencial necesario para la producción exportable sostenida.

Por su parte Mathews (2013) sostiene que el mantenimiento de una falta para la exportación tiene que cumplir con elementos de principal orden como son el precio, los niveles de calidad y las distintas certificaciones exigibles según los mercados de destino

y el nivel de eficiencia en la entrega oportuna de los productos en su destino final, lo cual implica una capacidad logística muy importante.

Demanda internacional

Según Mincetur (2013) la demanda aparente es el cálculo de la demanda en un horizonte temporal específico cuando se carece de datos estadísticos.

Mercado Objetivo

Mincetur (2016) refiere que frente a un potencial mercado es imprescindible medir los niveles de demanda, las características de la economía y los medios de transporte de las mercancías. esto con la finalidad de asegurar la sostenibilidad del proceso exportador.

Características del Mercado

Czinkota y Ronkaeinen (2013) señala que son factores muy importantes para lograr la introducción de un producto en un mercado de destino. Dentro de estas características se destacan: el ingreso, el cual brinda referencia respecto a adquisitivo de los potenciales clientes, así como su capacidad para acceder a créditos. Por otro lado,

se tiene a los patrones de consumo, los que pueden brindar alcances en cuanto al nivel de desarrollo del mercado objetivo.

Ampliación de la base de producción de la oferta de exportación

Cornejo (2010) indica que es necesario incrementar la base productiva que será destinada a la exportación, siendo importante que estos productos se encuentren adaptados a las diversas necesidades y requerimientos de la población consumidora.

Calidad

Las normas y estándares de calidad señalan que esta se constituye por diversas características que le ofrecen a cualquier organización lineamientos necesarios para satisfacer efectivamente los clientes y consumidores. Por tal razón cada vez son más las empresas que enfatizan en sus procesos de calidad a fin de lograr competencias en generar mayor valor para los consumidores. En este aspecto destaca la norma ISO 9000.

Certificaciones

Mincetur (2016) indica que éstas hacen posible que una organización puede hacer reconocida, así como brindar mayor seguridad a los consumidores adaptando los productos y los procesos a la normatividad establecida de manera sostenida garantizando la calidad de los bienes a ofertar. En este sentido destaca normas como GLOBAL G.A.P, UTZ CERTIFIED, entre otras.

Análisis de la capacidad productiva orientada al comercio internacional.

Lerma y Márquez (2012) indican que está relacionada con el potencial de disponer determinados bienes para su destino a mercados internacionales. Si esto no es así entonces es indispensable determinar los motivos de dicha situación. El exhaustivo estudio de las potenciales causas es muy necesario para establecer las alternativas de solución. Dentro de las que se tienen: la realización de mejoras en los procesos productivos y el desarrollo de planes de inversión.

Capacidad económica y financiera

Mincetur (2013) refiere que vienen a ser los recursos que se disponen a efecto de llevar a cabo los procedimientos de exportación, lo que se inicia con la actividad de producción y finaliza con las actividades de cobranzas correspondientes. Por tanto, es muy importante que se evalúen las potencialidades de viabilizar los financiamientos necesarios para operativizar los mencionados procedimientos.

Recursos

Peng (2012) indica que están referidos a los activos tanto intangibles como tangibles, utilizados para llevar a cabo las estrategias planificadas. Dichos recursos

tienen que crear valor, por ejemplo, en la reinversión equipamiento e infraestructura, a efecto de lograr mayor competitividad en favor de los clientes.

Capacidad de gestión

De acuerdo a Mincetur (2016) es la capacidad para llevar a cabo la definición de lineamientos estratégicos de una organización, de cara su logro competitivo en mercados extranjeros, Para ello, se necesita de colaboradores adecuadamente capacitados y adiestrados para operar y gestionar la empresa. para su incursión exitosa en mercados extranjeros.

Promocionando el producto exportable

Hay alternativas para efectuar la promoción de actividades exportadoras y los productos comercializados, logrando el posicionamiento en los distintos mercados objetivo. Dentro de estas actividades se encuentran las ferias mundiales. (Mincetur, 2013)

Objetivos de la participación en una feria internacional

- Penetrar los mercados, permite lograr una mayor cobertura en el mercado de destino.

- Desarrollo de mercado, permite lograr los condicionamientos necesarios para el posicionamiento de los productos.
- Aumentar las ventas, consolidando los productos exportables.

2.3 Definición de términos

- **Calidad**

Miranda, Chamorro & Rubio (2007) refieren que de acuerdo a la ISO 9000 se conceptúa como las características de una organización, dentro de las que se destacan las actividades y personas, las cuales le brindan las capacidades para lograr la satisfacción de los requerimientos y necesidades de los consumidores.

- **Capacidad de gestión**

De acuerdo a Mincetur (2008) se refiere al potencial para disponer de objetivos específicos, asumiendo las fortalezas y debilidades, así como lograr elevados niveles competitivos en los mercados de destino, ello requiere disponer de personal calificado y capacitado para gestionar y operativizar a la organización.

- **Capacidad económica y financiera**

Se refiere a los recursos que se requieren a efecto de ejecutar los procedimientos de exportación, lo que se inicia con la fabricación de los productos y termina con las gestiones de cobranza. Por su parte la capacidad financiera está referida a las potencialidades de obtener financiamiento destinado a actividades exportadoras. (Mincetur, 2008)

- **Capacidad física**

Según Mincetur (2008) viene a ser la capacidad que tiene una organización para producir respecto a los niveles de producción, maquinaria e instalaciones físicas que se emplean para producir los bienes a ser exportados a mercados extranjeros, así como los indicadores de calidad establecidos.

- **Oferta exportable**

Mincetur (2012) refiere que viene a ser el análisis de las variedades de bienes que son potencialmente exportables. Lo cual incluye elementos como: adaptación a cambios, aspectos rentables y potencial de respuesta a las demandas internacionales.

- **Planificación**

Carpintero (2014) indica que se relaciona con la capacidad de aprovechar con más efectividad todas las oportunidades que se presentan en el entorno, así como para emplear más eficientemente los recursos de los que se dispone.

- **Recursos**

De acuerdo a Peng (2012) vienen a ser el conjunto de activos que se emplean para lograr la realización de los procesos, procedimientos y actividades en una empresa.

2.4. Hipótesis

2.4.1 Hipótesis principal

Hi: La situación en que se encuentra la oferta para la exportación de cacao de la región Piura al mercado de Europa es limitada.

2.4.2 Hipótesis específicas

H1: Existe una demanda creciente del cacao orgánico en el mercado de Europa.

H2: La capacidad de producción de cacao orgánico de los productores de la región Piura es desfavorable.

H3: La capacidad económico financiera que tienen los productores de cacao orgánico de la región Piura es desfavorable.

H4: La capacidad de gestión que poseen los productores de cacao orgánico de la región Piura es desfavorable.

2.5 Variable

2.5.1 Definición conceptual de la variable

Oferta exportable:

Mincetur (2012) indica que se trata del análisis exhaustivo continuo y concreto factores relacionados a los bienes de exportación y potencial exportación, entre los que destacan: aspectos rentables, adaptación a la normatividad, tendencias internacionales, etc.

2.5.2 Definición operacional de la variable

La variable de estudio está compuesta de:

Demanda de cacao orgánico:

Es el nivel de producto que se requiere en el mercado de destino, así como el incremento de las importaciones en dichos lugares, datos que se recogieron por medio de una guía de revisión documental.

Capacidad Física:

Es el micro entorno productivo que experimentan los productores de cacao, el cual se evalúa a través de la capacidad de planta instalada, niveles de productividad, equipamiento tecnológico e insumos, reconocido a través de un cuestionario.

Capacidad Económica y Financiera:

Conformada por todos los recursos, así como la viabilidad para gestionar la financiación de los procedimientos de exportación, basados en recursos propios, así como de terceros, lo cual se investigó por medio de un cuestionario

Capacidad de Gestión:

Viene a ser la identificación de fortalezas y debilidades de cara al logro del posicionamiento altamente competitivo de un bien, lo cual se evaluó por medio de una guía de entrevista.

2.5.3 Operacionalización de la variable

La matriz se presenta a continuación:

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	
Oferta exportable	Mincetur (2012) señala que es la evaluación permanente y específica de la variedad de productos sujetos a exportación. Se incluyen factores como: adaptabilidad a las normas, evolución del intercambio mundial, rentabilidad y capacidad de respuesta.	Demanda de cacao orgánico	Es la cantidad de cacao orgánico y el nivel de incremento de las importaciones en el mercado objetivo, recogidos por medio de una guía de análisis documental	Volumen de cacao orgánico	Ordinal	
				Precio en el mercado	Ordinal	
				Tasa de crecimiento de las importaciones	Ordinal	
		Capacidad Física	Es el contexto de producción que poseen los productores de cacao orgánico, medida por medio de la evaluación de la capacidad instalada, niveles productivos tecnología, insumos, así como la calidad, recogidos por medio del cuestionario		Capacidad instalada	Intervalo
					Volúmenes de Producción	Intervalo
					Insumos	Ordinal
					Tecnología	Ordinal
					Nivel de Calidad	Ordinal
		Capacidad Económica y Financiera	Está constituido por los recursos y la factibilidad de lograr el financiamiento de las actividades exportadoras medidas por medio de los recursos propios y el endeudamiento, empleando para ello un cuestionario		Recursos propios	Intervalo
					Endeudamiento	Intervalo
		Capacidad de Gestión	Es el contexto donde se identifican debilidades y fortalezas para lograr el posicionamiento competitivo de un producto, medido por medio de la planificación, objetivos y estrategias de internacionalización, empleando la guía de entrevista.		Nivel de importancia de la planificación	Ordinal
					Existencia de objetivos y metas	Nominal
					Estrategias de internacionalización	Nominal

CAPITULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y nivel de investigación

3.1.1 *Tipo de Investigación*

3.1.1.1 Según el fin perseguido

Aplicada: evalúa un contexto y sus características para después aplicar el conocimiento y proponer opciones para mejorar la situación encontrada.

3.1.1.2 Según la técnica de contrastación

Descriptiva: se orienta a describir las propiedades de una variable de acuerdo a como se visualizan objetivamente.

3.1.1.3 Según el régimen de investigación

Libre: ya que se ejecuta siguiendo los intereses propios del investigador y sus objetivos.

3.1.2 Nivel de Investigación

El estudio fue no experimental - transversal: sin manipulación de variables; transversal debido a que los instrumentos de campo se aplicaron en un único periodo de tiempo. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

Descriptivo: dado que ha tenido como fin la descripción objetiva de un mercado extranjero y sus características.

3.2. Descripción del ámbito de la investigación

Norandino Ltda. inició sus actividades un 26 de noviembre del 2005. Está conformada por alrededor de siete mil familias productoras de panela, café y cacao de las tres regiones de la zona norte del país. Ofrece servicios de almacenamiento, procesamiento, promoción y exportación.

La cooperativa busca fortalecer a los socios, promoviendo el desarrollo sostenido con equidad de cara a lograr las mejoras en las condiciones de vida de las familias socias logrando la articulación de sus productos a distintos mercados.

COOP NORANDINO es un ente que lidera con mucha responsabilidad la articulación de organizaciones productoras agropecuarias del norte peruano por medio de los servicios caracterizados por su alta competitividad.

El cacao de Norandino ha logrado ganar diversos concursos peruanos e internacionales de calidad desde hace más de diez años atrás incluso a la fecha. En este contexto, ha ganado certámenes como el Intenational Chocolate Awards.

3.3. Población y muestra

Población

Se consideraron dos poblaciones. La primera estuvo integrada por organizaciones exportadoras de cacao orgánico de Piura. Las cuales son representadas por la Cooperativa Agraria Norandino Ltda.

La segunda población se constituye por los productores de cacao orgánico exportable de Piura, cuyo número asciende a 450.

Muestra

$$\frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N: Total de Población = 450

Z: Nivel de confianza = 96% (Z = 1.96)

p: Probabilidad de éxito (p = 0.5)

q: 1 - p = 0.5

e: Margen de Error = 5% (e = 0.05)

$$\frac{450 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (450 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 207$$

n = 207 productores

Muestreo

Fue un muestreo probabilístico aleatorio simple pues la totalidad de los individuos tuvo similar probabilidad de consideración.

3.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.

3.4.1. Técnica

Técnicas

Encuesta: se aplicó a los elementos conformantes de la muestra de productores, para su posterior análisis.

Entrevista: efectuada al jefe de cacao de la cooperativa, con lo que se pretendió evaluar la capacidad de gestión para la exportación.

Análisis documental: se hizo uso de esta técnica para obtener datos importantes de la demanda del producto en estudio y las capacidades productoras.

3.4.2. Instrumento

Cuestionario: constituido por ítems diseñados de acuerdo a las dimensiones e indicadores de la matriz de operacionalización.

Guía de entrevista: se aplicó para conocer información complementaria interactuando más dinámicamente con el entrevistado.

Guía de análisis documental: sirvió para la recolección de datos recabados de documentos específicos.

3.5. Validez y confiabilidad del instrumento

Se contó con la participación de profesionales que corroboraron la corrección del cuestionario, así como su adecuada redacción, presentación y coherencia respecto a las dimensiones y variables de matriz de operacionalización.

El análisis de confiabilidad busca conocer el grado de comprensión que el cuestionario posee en cada una de sus preguntas. Para este fin, no se aplicó el alfa de Cronbach dado que el estadístico determinó que los ítems no eran homogéneos y no poseían la propiedad de la aditividad. Sin embargo, era pertinente para el estudio a realizar.

3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos.

Se emplearon fuentes de tipo primario y secundario. Asimismo, se revisó la estadística de portales oficiales del Estado Peruano en relación a la actividad exportadora. De otro lado, se efectuó el análisis estadístico, proyectando datos a través de tablas. A efecto de procesar los datos encontrados se hizo uso del programa SPSS.

CAPITULO IV: RESULTADOS

4.1 Presentación de resultados

4.1.1 Objetivo Específico N°1: Evaluar la demanda de cacao orgánico en el mercado europeo.

Volumen de cacao orgánico

Según Trade Map (2017), las importaciones europeas de cacao orgánico peruano experimentaron una tendencia oscilatoria, siendo que en el 2014 las cifras ascendieron a US\$ 5'696,705 miles, en 2015 se logró los US\$ 12'911,000 miles, sin embargo, para el 2016 el monto decreció a US\$ 8'668,000 miles. Estos datos permiten conocer una tendencia irregular en las cifras de importaciones, lo cual probablemente se haya debido a la serie de crisis vividas en el continente europeo y al fortalecimiento de ofertantes del África.

Saldo Comercial

En cuanto al cacao orgánico en Europa, se visualiza que en el 2014 el saldo llegó a US\$ -4,063,784 miles, en tanto el 2015 siguió la racha disminuyendo a US\$ -3,741,718 miles mientras que en el 2016 se experimentó un crecimiento del saldo comercial de US\$ -4,429,068 miles. Por lo tanto, en algunos años se ha experimentado saldos negativos.

Precio en el Mercado de Europa

Respecto a precios del producto en el continente europeo, Trade Map (2017) indica que en el 2012 se cotizó a US\$ 3,367 por tn., mientras que el siguiente año disminuyó a US\$ 3,319 por similar peso. En el 2014 el decrecimiento en el precio continuó, llegando a US\$ 2,809 dólares y en el 2015 se experimentó el nivel más bajo con US\$ 2,676 la tonelada. Para el 2016 la tendencia se pudo revertir, llegando a US\$ US\$ 3,068.

Tasa de crecimiento de las importaciones de cacao orgánico en el mercado europeo

Trade Map (2017) refiere que las compras de cacao orgánico en Europa en lo que respecta al periodo 2012 – 2013 dicho índice subió a 16%, mientras que en el periodo 2013 – 2014 el crecimiento llegó a 20%; pero en el periodo 2014 – 2015 el índice bajó a -5%. De otra parte, para el lapso de 2015 – 2016 se pudo visualizar un crecimiento de alrededor de 20%. Estas cifras posibilitan ver la tendencia en el crecimiento de las importaciones del producto aún cuando se tuvo decrecimientos anteriores debido en parte a las crisis vividas en el continente.

Participación mundial del mercado europeo en las importaciones de cacao orgánico

De acuerdo a Trade Map (2017) en el 2012 la participación de Europa en el contexto internacional de importaciones de cacao orgánico fue del 60%. Esta cifra disminuyó al 53.8% en el siguiente año, mientras que en el 2014 se alcanzó un pico de 61%. En cuanto al 2015 se tuvo una cifra cercana al 60.7% y finalmente en el 2016 se descende unos puntos porcentuales hasta llegar a 58.8%.

Porcentaje de cacao orgánico exportado al mercado europeo

Los datos de Trademap (2017) aseguran que en la actualidad se exportan 47,217 tn. de cacao orgánico en el mundo, de lo cual aproximadamente 37,199 tn. van al continente europeo. Ello significa el 78.78% de las exportaciones mundiales de este producto. Este dato es fundamental para inferir que existe un atractivo mercado de destino para el cacao en el viejo continente.

4.1.2 Objetivo Especifico N° 2: Conocer la capacidad de producción de cacao orgánico de la región Piura.

Capacidad instalada

Tabla 1. Capacidad instalada de los productores piuranos de cacao orgánico

Aspectos	N°	%
¿Qué cantidad de hectáreas dispone para la producción de cacao orgánico?	Menos de 6 Ha	207 100.0%
Total	207	100.0%
¿Cómo es el rendimiento por hectárea del cacao orgánico?	De 1000 kg/Ha a 1300 kg/Ha	153 73.9%
	De 1300 kg/Ha a 1600 kg/Ha	8 3.9%
	De 1600 kg/Ha a 1900 kg/Ha	45 21.7%
	De 1900 kg/Ha a 2200 kg/Ha	1 0.5%
Total	207	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de cacao

Se puede apreciar que el 100% de los productores poseen áreas inferiores a las 6 has.

En este contexto, un 73.9% mantiene un nivel productivo que oscila de 1000 a 1300 kg. por ha. Por tanto, se infiere una limitada capacidad instalada para producir el cacao,

constituyendo ello sería limitación para desarrollar el rubro. Estas limitaciones deben superarse a fin de disponer de mayor área de cultivo.

Volúmenes de Producción

Tabla 2. Producción por año de los productores piuranos de cacao

Producción	Nº	%
De 1000 kg a 1500Kg	161	77,8%
De 1500 kg a 2000Kg	46	22,2%
Total	207	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de cacao

En la tabla anterior se aprecia que el 77.8% logra producciones de 1 tn. a 1.5 tn. anual por ha. Mientras que el 22.2%, produce de 1.5 tn. a 2.0 tn. en similar área. De ello se deduce que la producción anual es aún baja, en parte debido a los limitados campos destinados a este cultivo, así como a la asistencia técnica limitada que reciben los productores.

Insumos

Tabla 3. Insumos empleados por los productores piuranos de cacao

		N°	%
¿Qué insumos emplea para cultivar el cacao?	a) Abono Orgánico	199	96,1%
	b) Compost	8	3,9%
Total		207	100,0%
¿Quién le abastece de estos insumos?	Terceros	207	100,0%
Total		207	100,0%
¿Cómo es la calidad de los insumos?	Alto	207	100,0%
Total		207	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de cacao

Respecto al uso de insumos el 96.1% aseveró emplear abono orgánico. Este insumo es proporcionado por terceros y disponen de calidad asegurada. Cabe resaltar que el proceso productivo del cacao requiere de productos naturales, por lo cual además se puede emplear el compost, sin embargo, este es menormente empleado en la actualidad.

Tecnología

Tabla 4. Empleo de tecnología por los productores piuranos de cacao

		N°	%
¿Usted hace uso de algún riego tecnificado?	No	207	100,0%
Total		207	100,0%
¿Qué tipo de riego utiliza?	Sistema de riego por gravedad	112	54,1%
	Sistema de riego por bombeo	95	45,9%
Total		207	100,0%
¿Qué herramientas emplea para efectuar la poda?	Tijera Manuable	176	85,0%
	Podón	29	14,0%
	Tijeras Telescópicas	2	1,0%
Total		207	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de cacao

Se puede visualizar que los productores de la región Piura no aplica el riego tecnificado; sin embargo, un 54.1% si hace uso del riego por gravedad, en tanto un 45.9%, riega a través de bombeo. En cuanto a la poda de planta el 85%, refiere hacer uso de tijeras manuales.

De ello se puede deducir que tanto en el riego como en la poda podrían emplearse otras técnicas que contribuirían a mejorar la productividad y niveles de producción del cacao orgánico.

Nivel de Calidad

Tabla 5. Calidad de las labores del cultivo de cacao

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de cacao

		Nº	%
¿Participa en un programa de producción orgánica y conoce las normas de producción orgánica?	Si	207	100,0%
Total		207	100,0%
¿Por que se involucro en el programa organico?	Mayor calidad para su producto	40	19,3%
	Mayor precio para su producto	159	76,8%
	Mayor acceso a las exportaciones	8	3,9%
Total		207	100,0%
¿Recibe Ud. Asistencia técnica en la post cosecha del cacao? ¿De quién la recibe?	Si (Norandino)	207	100,0%
Total		207	100,0%
¿En que consiste la asistencia técnica?	Demosttraciones grupales	207	100,0%
Total		207	100,0%
¿En que practicas se debería mejorar para tener un cacao de calidad?	Post Cosecha	2	1,0%
	Manejo de cultivo, post cosecha y condiciones ambientales	205	99,0%
Total		207	100,0%
¿Cuales son las practicas que realiza en beneficio de la post cosecha?	Cosecha Fermentado	1	,5%
	Cosecha Fermentado/Secado	2	1,0%
	Fermentado/Secado	20	9,7%
	Fermentado/Secado/Selección	2	1,0%
	Todas las anteriores	182	87,9%
Total		207	100,0%
¿Que factor influye en la calidad del grano de cacao?	Post Cosecha	2	1,0%
	Manejo de cultivo, post cosecha y condiciones ambientales	205	99,0%
Total		207	100,0%
¿Que objetos utiliza para el metodo de fermentación del cacao?	Cajas de Madera	207	100,0%
Total		207	100,0%
¿En que superficie realiza el proceso de secado del cacao?	Loza de cemento	207	100,0%
Total		207	100,0%
El cultivo organico implica una serie de labores, ¿Cuál de estas practicas realiza?	Podas de Formación Podas de Mantenimiento Podas Fitosanitarias, Abonado Organico/Deshierbo, Abonado Organico Control de Plagas y Enfermedades y Asociaciones	207	100,0%
Total		207	100,0%

Como se aprecia entre algunos factores que mantienen relación con las actividades llevadas a cabo para la producción de cacao se encuentran: la participación en programas productivos orgánicos, lo cual presenta una amplia adhesión y compromiso con el objetivo de poder lograr mejores precios (76.8%). Asimismo, se afirma que la cooperativa asiste técnicamente a los productores en el momento de la post cosecha del producto.

Otro aspecto importante es que los productores consideran que debe mejorarse la calidad del cacao, partiendo desde la calidad de los procesos que se inician con el cultivo y continúan en las siguientes fases.

Capacidad física de producción de cacao orgánico piurano |

Tabla 6. Capacidad física de producción de cacao orgánico piurano

Indicadores	Resultados	Calificación
Capacidad instalada	Menos de 6 Ha	Baja
Rendimiento por hectárea	De 1000 kg/Ha a 1300 kg/Ha (73.9%)	Baja
Volumen de producción por año	De 1000 kg a 1500Kg (77,8%)	Baja
Insumos	Orgánicos, alta calidad	Alta
Tecnología	limitada (no sofisticada)	Baja
Nivel de calidad de las actividades	Uso adecuado de procedimientos	Alta
Capacidad física de producción de cacao orgánico piurano		Baja

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de cacao

Se puede apreciar un conjunto de indicadores, para cuyo efecto se ha considerado calificar cada uno de ellos. De esto, se infiere que esta capacidad es limitada en gran parte debido a las limitantes de áreas cultivables así como de los rendimientos por hectárea y la

tecnología. Sin embargo cabe destacar que se disponen de buenos insumos para el proceso productor.

4.1.3 Objetivo Específico N° 3: Identificar la capacidad económico financiera de los productores de cacao orgánico de la región Piura.

Recursos propios

Tabla 7. Uso de recursos propios

Aspectos	N°	%
En promedio, ¿A cuánto asciende el capital de trabajo que emplea por cada campaña?	De S/ 5,000 a S/ 10,000	207 100,0%
Total	207	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de cacao

Se aprecia que los productores poseen un capital por campaña de entre cinco y diez mil soles. En ese sentido, se resalta que es indispensable disponer de recursos para concretar con efectividad los procesos y procedimientos relacionados a la producción del cacao.

Endeudamiento

Tabla 8. Nivel de endeudamiento de los productores piuranos de cacao

Aspectos		N°	%
¿Usted solicita algún préstamo por campaña? ¿A quién?	Si (Banca Privada)	207	100,0%
Total		207	100,0%
Aproximadamente, ¿Cuánto es lo que requiere como préstamo?	De S/ 1,000 a S/ 5,000	115	55,6%
	De S/ 5,000 a S/ 10,000	82	39,6%
	De S/ 10,000 a S/ 15,000	10	4,8%
Total		207	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de cacao

Se visualiza que el 55.6% de los encuestados demandan préstamos de entre 1000 a 5000 soles, mientras que un porcentaje menor manifiesta la necesidad de prestar a acreedores 5000 a 10000 soles.

Capacidad económica y financiera de los productores piuranos de cacao orgánico

Tabla 9. Capacidad económica y financiera

Indicadores	Resultados	Promedio		Calificación
Recursos Propios	De S/ 5,000 a S/ 10,000	S/. 7,500.00		Baja
Endeudamiento				
Limite inferior	Limite superior	Promedio	Ratio de endeudamiento	Nivel de endeudamiento
S/. 1,000.00	S/. 5,000.00	S/. 3,000.00	40.0%	Alto
S/. 5,000.00	S/. 10,000.00	S/. 7,500.00	100.0%	Alto
S/. 10,000.00	S/. 15,000.00	S/. 12,500.00	166.7%	Alto
Capacidad económica y financiera de los productores piuranos de cacao orgánico				Baja

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de cacao

Se infiere que hay una limitada capacidad económica y financiera productora, presentando una razón de endeudamiento entre 40% y 166.7%, lo cual demuestra que dicho nivel se encuentra en un 40% del capital del productor y en ocasiones sobrepasa el 100% de este.

4.1.4 Objetivo Específico N° 4: Evaluar la capacidad de gestión de cacao orgánico de la región Piura.

Tabla 10. Importancia que le dan los productores de cacao piuranos a la planificación

Aspectos	N°	%	
¿Programa su producción por cada Si campaña?	207	100,0%	
Total	207	100,0%	
¿Qué tanta importancia considera que tiene el programar su producción?	Totalmente importante	207	100,0%
Total	207	100,0%	

Fuente: Cuestionario aplicado a los productores de cacao

Se puede apreciar que los productores llevan a cabo la programación de cada campaña, asumiendo que ese paso es muy importante. El cacao demanda que la totalidad de los procedimientos productivos se planifique con especificidad.

Informe final de la guía de entrevista

La guía fue aplicada al gerente de la Cooperativa Agraria Norandino,

Nivel de importancia de la planificación

1. ¿Hace cuánto exportan cacao orgánico de la región Piura?

Exportamos cacao a Europa desde hace más de diez años.

2. ¿Hacia qué punto del mercado europeo se dirige?

En un inicio nos dirigimos a Holanda y Suiza, pero también hemos exportado a Canadá, Francia e Italia. Sin embargo, seguimos yendo a los dos primeros.

3. ¿Planifican las exportaciones con anterioridad? ¿Qué plazo tienen estos planes?

Se lleva a cabo una planificación y de acuerdo a ello se participa en diversas ferias internacionales, haciendo prospecciones de nuevos clientes europeos. Respecto a los

plazos, no los tenemos como referente, sino que se trabaja de acuerdo a los requerimientos de los clientes.

4. ¿Disponen de un plan estratégico para exportar el cacao orgánico? ¿Cómo es la visión planteada?

No contamos con ningún plan estratégico para el logro de resultados. Sin embargo, si tenemos una visión para el 2022, que es convertirnos en una organización líder del desarrollo con sostenibilidad que pueda integrar a socios altamente competitivos.

5. ¿Monitorean con frecuencia los planes elaborados?

En la cooperativa, se dispone de un software de gestión, por medio del que se puede monitorear a cada productor, a efecto de medir la cantidad de producción individual y darles el apoyo que corresponda en cada caso.

6. ¿Considera que la planificación es una variable importante para la competitividad de la cooperativa?

Si, ya que posibilita lograr buenas certificaciones para el producto, además ayuda en el control de calidad de manera determinante. También posibilita proyectar las ventas y las condiciones de estas en los mercados.

Objetivos y metas

7. ¿Qué objetivos y metas destacan en la cooperativa?

Entre ellos se tiene: ampliar la cartera de clientes, lograr ingresar a nuevos mercados y aumentar el nivel de producción.

También consideramos la mejora de otros factores como: ingresos de los productores, gestión financiera, capacidades de los colaboradores.

8. ¿Qué finalidad tienen esos objetivos y metas?

Es lograr la mejora y ampliación de la producción.

9. ¿De qué manera cree que se pueden consolidar los objetivos de la cooperativa?

Para ello debemos ofertar un cacao de alta calidad, así como disponer de exclusivos clientes que posicionen el cacao de la cooperativa en diversos mercados.

Estrategias de internacionalización

10. ¿Cómo fue su presentación en el mercado europeo?

Al inicio solo nos dedicábamos a procesar café, sin embargo, se tuvo contacto con un agente chocolatero de Francia, al cual se le llevó a Chulucanas para invitarle a comercializar mermelada de mango, es ahí donde descubre que en Piura se disponía de un cacao aromático. Fue por esta persona que se nos abre el mercado extranjero para el cacao de la región Piura.

11. ¿Qué oportunidad fue la que aprovecharon para dirigirse al mercado europeo?

Si, pero también otra de las oportunidades aprovechadas ocho años atrás, fue la crisis en los países africanos, que hizo que los clientes internacionales no pudieran comprar a los proveedores de este continente. Es ahí donde Norandino participa en ferias mostrando el cacao piurano, logrando la satisfacción de los clientes de proveedores africanos, a partir de lo cual ellos decidieron quedarse con nosotros

12. ¿Acuden a ferias regularmente? ¿A cuáles de ellas?

Sí claro, por ejemplo, a la feria del chocolate VIO FAT de Alemania, donde se puede encontrar a muchos de los principales demandantes de cacao.

Otra feria importante es la CHOCOA FAIR en Bélgica, así como EL SALON DE CHOCOCOLATE en USA.

13. ¿Cómo se exporta al mercado europeo?

Exportamos de forma directa a Europa, se toma contacto con el potencial cliente, se le vende la cantidad de cacao requerida y ellos se encargan de la distribución del cacao en su país.

14. ¿Posee Norandino alguna representación en el mercado europeo?

No disponemos de representantes en Europa, lo que poseemos son empresas aliadas a las que se les vende como: ETHIQUABLE COOP de Francia.

Capacidad de gestión de Norandino para la exportación de cacao orgánico piurano

Tabla 11. Capacidad de gestión de Norandino

Indicadores	Resultados	Calificación
Nivel de importancia de la planificación	Planificación estratégica	Alta
Existencia de objetivos y metas	Largo y corto plazo	Alta
Estrategias de internacionalización	Ferias internacionales	Alta
Capacidad de gestión Norandino		Alta

Fuente: Entrevista al jefe de cacao de Norandino.

Se observa la serie de capacidades de gestión de la cooperativa, que es la que exporta el cacao piurano, llegando a concluir que se dispone de una elevada capacidad de gestión, contando con lineamientos estratégicos para la realización de los procesos de exportación.

Oferta exportable de cacao orgánico de la región Piura hacia el mercado europeo en el año 2017

Tabla 12. Oferta exportable de cacao orgánico de la región Piura

Dimensiones	Resultados	Calificación
Demanda de cacao orgánico	Demanda estimada de 1,856,795 toneladas	Alta
Capacidad Física	Escasa tecnología y volúmenes de producción	Baja
Capacidad Económica y Financiera	Alto nivel de endeudamiento	Baja
Capacidad de Gestión	Planificación, ferias y objetivos	Alta
Oferta exportable		Baja

Fuente: Elaboración propia

Se muestran aspectos que señalan una baja oferta exportable, en parte explicado por factores que limitan la producción de la región Piura, aun cuando existe alta demanda en Europa logrando 1,856,795 tn. en el 2016. Por otro lado, se presentan altos niveles de endeudamiento para asumir los costos de los procesos productivos, donde se aprecia que parte importante de los productores tiene una deuda superior al 40% de los recursos que posee. De otra parte, se visualiza una eficiente gestión de la cooperativa de cara a alcanzar el mejor posicionamiento.

CAPITULO V: DISCUSIÓN

En lo que respecta al primer objetivo relacionado con la demanda de cacao en Europa, Mincetur (2016), indica que la demanda aparente es aquella que se calcula por un lapso de tiempo en el que se carece de datos históricos. En esta tesis se comprobó que las importaciones de cacao manifiestan tendencias irregulares explicadas por las etapas de crisis en el continente europeo.

El balance comercial del cacao en el continente europeo fue deficitario, donde las importaciones son menores a las exportaciones, demostrándose una elevada demanda del cacao en Europa. Complementariamente a ello, las importaciones de cacao a este continente han observado recuperaciones en los cinco años precedentes.

El nivel de exportaciones de cacao orgánico en el mercado europeo ha demostrado el año anterior una irregular tendencia, llegando este incremento a un 20%. Cabe destacar que las importaciones de este mercado representan más del 50% del total del comercio mundial del cacao.

Por lo investigado en la presente tesis, la hipótesis específica uno: Existe una demanda creciente del cacao orgánico en el mercado de Europa, se aprueba.

Respecto al segundo objetivo específico, relacionado con la capacidad física de producción; esta se mide en función a los niveles de producción, infraestructura, maquinaria, entre otros, (Mincetur, 2016); asimismo, la capacidad productiva está vinculada al potencial de disponer con normalidad de los productos a exportar. (Lerma y Márquez, 2012)

De otra parte, se determinó que la capacidad física para producir el cacao orgánico piurano es baja dadas las limitantes que se presentan respecto a la disposición de terrenos de cultivo, teniéndose que en promedio un productor tiene como un máximo 2.5 has., y no posee la tecnología que se requiere, motivo por el que se incurre en sobrecostos en el proceso productivo.

Esta situación es sujeta a mejoras de llegarse a invertir en nuevas tecnologías que agregan valor al producto, considerando los resultados de Rivas (2011), se comprobó que la

inversión en una fábrica para elaborar pasta de cacao en Juanjuí, presenta rentabilidad y sostenibilidad.

La calidad es un elemento imprescindible para generar ventajas competitivas y por consiguiente la producción de un bien con características competitivas de acuerdo a lo que requiere el consumidor (Miranda, 2011).

Por los hallazgos encontrados en la tesis, la hipótesis específica dos: La capacidad de producción de cacao orgánico de los productores de la región Piura es desfavorable, se acepta.

En cuanto al tercer objetivo específico, relacionado a las capacidades económicas y financieras, Mincetur (2016) menciona que dichas capacidades están conformadas por recursos propios a efecto de asumir los costos de los procedimientos de exportación. Por su parte, el contexto financiero señala las potencialidades para acceder a créditos a fin de asumir los procedimientos exportadores. Por su parte los datos obtenidos de la investigación demuestran que las capacidades económicas y financieras son limitadas, lo cual se evidencia con razones de endeudamiento encontradas, las cuales oscilan entre el 40% y 166.7%.

Por lo visto en la hipótesis específica tres: La capacidad económico financiera que tienen los productores de cacao orgánico de la región Piura es desfavorable, se acepta.

En lo que respecta al cuarto objetivo específico relacionado con la capacidad de gestión, Mincetur (20016), la conceptúa como la capacidad para definir objetivos, asimismo la posición

competitiva del producto en los mercados extranjeros. Los datos encontrados en la presente tesis demuestran que la capacidad de gestión de la cooperativa es muy alta, además planifican los procedimientos exportadores.

En el contexto nacional Riveros (2011), planteó un modelo de asociatividad para productores de granadilla permitiendo optimizar la cadena para la comercialización de dicho fruto. De otra parte, la capacidad de gestión puede mejorar si se invierte en la asistencia o implementación de ferias que promocionen el producto en el mercado final. (Arauz y Paez, 2008).

Por lo recogido en la tesis, la cuarta hipótesis específica: La capacidad de gestión que poseen los productores de cacao orgánico de la región Piura es desfavorable, se acepta.

En cuanto al objetivo general relacionado con el análisis de la oferta exportable, Mincetur (2016) indica que poseer oferta exportable requiere disponer de los niveles requeridos por el comprador. Las organizaciones tienen que disponer de capacidades físicas, económicas y de gestión. Los datos recabados en la tesis señalan que existe una oferta exportable que demanda llevar a cabo estrategias de competitividad del producto en el ámbito internacional.

Por otro lado, se pudo comprobar que hay un elevado nivel de endeudamiento en los productores para solventar los gastos derivados de los procesos productivos para el cultivo del cacao.

El estudio de la oferta exportable, tiene que tomar a consideración las capacidades de gestión, económica financiera y física, así como de gestión que inciden en los niveles competitivos de un bien. Para alcanzar la mayor competitividad se necesita cumplir con los pedidos de los clientes, pero también disponer de productos de alta calidad de acuerdo a los requerimientos del mercado, asimismo, contar con mayores espacios de para el cultivo, con tecnología más efectiva y capital para solventar los costos que generan las mismas actividades de exportación.

Por lo investigado en la presente tesis, la hipótesis general: La situación en que se encuentra la oferta para la exportación de cacao de la región Piura al mercado de Europa es limitada, se acepta.

CONCLUSIONES

1. El cacao orgánico piurano tiene demanda en el continente europeo. El monto importado el año 2016 fue de US\$ 8'668,000, de otra parte se presenta un deficit en el saldo comercial de US\$ -4,429,068 asimismo el continente europeo se constituye como el 58.8% de la totalidad de importaciones internacionales de cacao orgánico.
2. La capacidad física para el proceso productivo del cacao orgánico piurano es baja, dada la presencia de una limitada capacidad para producirlo como consecuencia de las pequeñas áreas cultivables existentes en Piura, asimismo, la tecnología que se dispone es escasamente sofisticada.

3. Los productores piuranos de cacao orgánico poseen una baja capacidad económica y financiera, evidenciándose que la mayoría de productores tienen un nivel de endeudamiento elevado.
4. Norandino dispone de una elevada capacidad de gestión, manifestándose una alta preocupación por internacionalizar el cacao y planificar estrategias para dicho logro.
5. La actual situación de la oferta para la exportación del cacao orgánico piurano para Europa es baja, existiendo factores de orden técnico, material y financiero que no se han desarrollado con eficiencia, originando que todavía no se pueda consolidar como un producto de elevada competitividad de cara a su sostenibilidad en el mercado internacional.

RECOMENDACIONES

1. Efectuar estudios de mercado que puedan proveer de datos específicos con el fin de plantear estrategias destinadas a internacionalizar más efectivamente el cacao orgánico de la región Piura, minimizando el riesgo de incursión a otros mercados internacionales.
2. La cooperativa Norandino debe proponer un plan de trabajo integrador y participativo con los agricultores que facilite el mejor aprovechamiento de recursos naturales. De otra

parte, es fundamental la ejecución de un mayor número de actividades capacitadoras en la gestión de cultivos, a efecto de incrementar la calidad del cacao, en consonancia con los requerimientos del mercado internacional.

3. Implementar una evaluación de capacidades económico financieras de los productores y de Norandino, lo cual incluya indicadores como márgenes de utilidad y otros que permitan identificar con mayor precisión oportunidades y posibiliten la toma de decisiones estratégicas.
4. Norandino tiene que efectuar charlas y talleres relacionados a las capacidades de gestión para agricultores a fin de que ellos puedan planificar y gestionar con mayor eficiencia los recursos, asimismo tiene que ejecutar una agricultura de precisión que posibilite calcular más exactamente las cantidades de insumos o predecir la producción de sus cultivos.
5. Promover un mayor compromiso de instituciones afines para lograr una exportación con mayores niveles de competitividad respecto al cacao.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arauz, A., Páez, O. (2008). *Chile: Nuevas oportunidades comerciales para la oferta exportable ecuatoriana sector manufacturas*. Facultad de Negocios y Comercio Internacional. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Arias, M. (2011). *Factores que limitan la oferta exportable de productos derivados de cacao de la cooperativa agrícola Satipo – Junín*. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres Lima. Perú.
- Baldeón, S. (2010). *Impacto económico y social del sello de comercio justo en las exportaciones de cacao orgánico de las cooperativas peruanas hacia la Unión Europea*. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres Lima. Perú.
- Carpintero, L. (2014). *Plan e Informes de Marketing Internacional*. España: Ediciones Paraninfo
- Comercio, D. E. (2017). *Cuatro mercados exóticos para las exportaciones peruanas*. *Diario Comercio*, pág. 22. Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/negocios/cuatro-mercados-exoticos-exportaciones-peruanas-noticia-1763569>
- Cornejo, E. (2010). *Comercio Internacional*. Lima: San Marcos de Aníbal Paredes Galván.
- Czinkota, M., & Ronkainen, I. (2013). *Marketing Internacional*. México: Cengage Learning Editores.
- Eslava, J. (2010). *Las Claves del Análisis Económico - Financiero de la Empresa*. España: Esic Editorial.
- Gestión (2017). Exportaciones no tradicionales alcanzaron los US\$ 11,618 millones en el 2014. *Diario Gestión*.
- Gestión (2015). Minagri Exportaciones peruanas de cacao superaron US\$ 234 millones en el 2014. *Diario Gestión*, pág. 26.
- Kotler, P., & Keller, K. (2014). *Dirección de marketing*. México: Pearson.

- Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Macroeconomía: introducción a la economía*. Barcelona: Reverté.
- Lerma, A., & Márquez, E. (2012). *Comercio y Marketing Internacional*. México: Cengage Learning Editores.
- Mathews, J. C. (2013). *Semana Económica*. Obtenido de <http://semanaeconomica.com/escala-global/2013/03/12/oferta-exportable-competitiva/>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2011). *Ministerio de Economía y Finanzas*. Obtenido de Ministerio de Economía y Finanzas: https://mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=287&Itemid=100852&lang=es
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2012). *Plan Estratégico Institucional 2012 - 2016*. Lima.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2013). *Comercio Exterior*. Lima.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *ABC del Comercio Exterior Guía de Capacidades Gerenciales de Comercio Exterior Volumen I*. Lima: Proyecto UE.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *El ABC del Comercio Exterior Guía Práctica del Exportador Volumen III*. Lima: Proyecto UE.
- Miranda, P. (2011). *Alternativas y oportunidades comerciales de la oferta exportable*
- Miranda, F., Chamorro, A., Rubio, S. (2007). *Introducción a la Gestión de la Calidad*. España: Publicaciones Delta.
- Peng, M. (2012). *Negocios Globales*. México: Cengage Learning Editores.
- Penx. (2013). *Plan Estratégico Nacional del Exportador*. Lima.
- Preciado, H. (2013). *Determinación de la oferta exportable del mango orgánico desde el departamento de Piura hacia EE.UU para el año 2010*. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad César Vallejo Piura. Perú.
- Publicaciones Vértices S.L. (2010). *Gestión de la Calidad (ISO 9001/2008)*. España: Editorial Vértice

- Rivas, G. (2011). Implementación de una planta procesadora de pasta de cacao en la ciudad de Juanji para la generación de oferta exportable. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres Lima. Perú.
- Riveros, I. (2011). Asociatividad de los productos de granadilla de las provincias de Huánuco y Pachitea, para la generación de la oferta exportable. Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres Lima. Perú.
- Ruíz, E. (2010). Determinación de la oferta exportable de banano orgánico desde el departamento de Piura hacia los mercados de Europa para el año 2010. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad César Vallejo Piura. Perú.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de Consistencia

Título	Problema General	Hipótesis General	Objetivo General	Variabl e	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
Oferta exportable del cacao orgánico de origen piurano para el mercado de Europa – Año 2017	¿En qué situación se encuentra la oferta exportable de cacao orgánico de origen piurano para el mercado de Europa en el año 2017?	La situación en que se encuentra la oferta exportable del cacao de origen piurano para el mercado de Europa es limitada.	Estudiar la oferta exportable de cacao orgánico de origen piurano para el mercado de Europa en el año 2017.	Oferta exportable	Es un análisis continuo y detallado de la variedad de productos exportables, considerando la rentabilidad, la capacidad de respuesta a la demanda exterior, la magnitud y evolución del intercambio mundial y la adaptabilidad a las normas (Mincetur 2012).	Se aplicarán guías de análisis documental y guías de entrevista para medir las siguientes dimensiones: demanda de cacao orgánico, capacidad física, capacidad económica y financiera y la capacidad de gestión	- Volumen de cacao orgánico	Análisis Documental	Guía de análisis documental
							- Tasa de crecimiento de las importaciones		
							- Precio en el mercado		
							- Capacidad instalada	Encuesta	Cuestionario
							- Volúmenes de producción		
							- Insumos		
							- Tecnología		
							- Nivel de calidad		
							- Recursos Propios		
							- Endeudamiento		
- Planificación	Entrevista	Guía de entrevista							
- Objetivos									
- Estrategias de Internacionalización									

Problema Específico 1	Hipótesis Específica 1	Objetivo Específico 1
¿Tiene demanda el cacao orgánico de origen piurano en el mercado europeo?	Existe una creciente demanda del cacao orgánico de origen piurano en el mercado de Europa.	Evaluar la demanda de cacao orgánico de origen piurano en el mercado de europeo.
Problema Específico 2	Hipótesis Específica 2	Objetivo Específico 2
¿Qué capacidad de producción de cacao orgánico existe en Piura?	La capacidad física de producción del cacao orgánico piurano es desfavorable.	Conocer la capacidad de producción de cacao orgánico que existe en Piura.
Problema Específico 3	Hipótesis Específica 3	Objetivo Específico 3
¿Qué capacidad económica y financiera tienen los productores de cacao orgánico de Piura?	Existe una favorable capacidad económica y financiera de los productores piuranos de cacao.	Identificar la capacidad económica y financiera que tienen los productores piuranos de cacao orgánico.
Problema Específico 4	Hipótesis Específica 4	Objetivo Específico 4
¿Cuál es la capacidad de gestión de los productores piuranos de cacao orgánico?	La capacidad de gestión de los productores piuranos de cacao orgánico es desfavorable.	Evaluar la capacidad de gestión de los productores piuranos de cacao orgánico.

Anexo 2. Cuestionario



CUESTIONARIO

Cordiales saludos, el presente es un estudio para evaluar la oferta para la exportación de cacao orgánico de la región Piura al mercado europeo. Marcar con una (X) la opción preferida. Agradeceremos mucho apoyo.

Capacidad instalada

1. ¿Qué cantidad de hectáreas dispone para la producción de cacao orgánico?

a) Menos de 6 Ha	
b) De 6 Ha a 10 Ha	
c) De 10 Ha a 15 Ha	
d) De 15 Ha a 20 Ha	
e) De 20 Ha a 25 Ha	
f) De 25 Ha a 30 Ha	

2. ¿Cómo es el rendimiento por hectárea del cacao orgánico?

a) De 400 kg/Ha a 700 kg/Ha	
b) De 700 kg/Ha a 1000 kg/Ha	
c) De 1000 kg/Ha a 1300 kg/Ha	
d) De 1300 kg/Ha a 1600 kg/Ha	
e) De 1600 kg/Ha a 1900 kg/Ha	
f) De 1600 kg/Ha a 1900 kg/Ha	
g) De 1900 kg/Ha a 2200 kg/Ha	
h) De 2200 kg/Ha a 2500 kg/Ha	

Volumen de producción

3. ¿Cuánto produce en promedio de cacao orgánico al año?

a) De 100 kg a 400Kg	
b) De 500 kg a 1000Kg	
c) De 1000 kg a 1500Kg	
d) De 1500 kg a 2000Kg	
e) De 2000 kg a 2500Kg	

4. ¿Qué insumos emplea para cultivar el cacao?

a) Abono Orgánico	
b) Compost	
c) Biol	

5. ¿Quién le abastece de estos insumos?

a) Autoabastecimiento	
b) Terceros	

Insumos

6. ¿Cómo es la calidad de los insumos?

a) Alto	
b) Medio	
c) Bajo	

Tecnología

7. ¿Usted hace uso de algún riego tecnificado?

a) Si	
b) No	

8. ¿Qué tipo de riego utiliza?

a) Sistema de riego por aspersión	
b) Sistema de riego por micro aspersión	
c) Sistema de riego por goteo	
d) Sistema de riego por exudación	
e) Sistema de riego por gravedad	
f) Sistema de riego por bombeo	

9. ¿Qué herramientas emplea para efectuar la poda?

a) Tijera Manuable	
b) Podón	
c) Tijeras Telescópicas	
d) Motosierra	

Nivel de Calidad

10. ¿Participa en un programa de producción orgánica?

a) Si	
b) No	

11. ¿Conoce las normas de producción orgánica?

a) Si	
b) No	

12. ¿Por qué se involucró en el programa orgánico?



a) Mayor calidad para su producto	
b) Mayor precio para su producto	
c) Para entrar a nuevos mercados	
d) Mayor acceso a las exportaciones	
e) Cuidado del medio ambiente	

13. ¿Recibe Ud. Asistencia técnica en la post cosecha del cacao?

a) Si	
b) No	

14. ¿De qué institución las recibe?

a) Norandino	
b) Senasa	
c) Otras instituciones	

15. ¿En qué consiste la asistencia técnica?

a) Visitas individuales	
b) Demostraciones grupales	

16. ¿En qué prácticas se debería más para mejorar la calidad del cacao?

a) Manejo del cultivo	
b) Post Cosecha	
c) Condiciones Ambientales	
d) Todas las anteriores	

17. ¿Cuáles son las prácticas que realiza en beneficio de la post cosecha?

a) Cosecha/Fermentado	
b) Cosecha/Fermentado/Secado	
c) Fermentado/Secado	
d) Fermentado/Secado/Selección	
e) Todas las anteriores	

18. ¿Qué factor influye en la calidad del grano de cacao?

a) Manejo de Cultivo	
b) Post Cosecha	
c) Condiciones Ambientales	
d) Todas las anteriores	

19. ¿Qué objetos utiliza para el método de fermentación del cacao?

a) Cajas de Madera	
b) Montones o Rumas	
c) Sacos	
d) Otros	

20. ¿En qué superficie realiza el proceso de secado del cacao?

a) Loza de cemento	
b) Tarima de Madera	
c) Tarima de Caña Brava	
d) Secador Solar	

21. El cultivo orgánico implica una serie de labores, ¿Cuál de estas prácticas realiza?

a) Podas de Formación/Podas de Mantenimiento/Podas Fitosanitarias	
b) Abonado Orgánico/Deshierbo	
c) Abonado Orgánico/Control de Plagas y Enfermedades	
d) Asociaciones	
e) Todas las anteriores	

Recursos propios

22. En promedio ¿A cuánto asciende el capital de trabajo que emplea por cada campaña?

a) De S/ 5,000 a S/ 10,000	
b) De S/ 10,000 a S/ 15,000	
c) De S/ 15,000 a S/ 20,000	
d) De S/ 20,000 a S/ 25,000	
e) De S/ 25,000 a S/ 30,000	

Endudamiento

23. ¿Usted solicita algún préstamo por campaña?

a) Si	
b) No	

24. Generalmente ¿A quién acude para solicitar un préstamo?

a) Banca Privada	
b) Banco de la Nación	
c) Cajas Municipales	
d) Prestamistas	

25. Aproximadamente, ¿Cuánto es lo que requiere como préstamo?

a) De S/ 1,000 a S/ 5,000	
b) De S/ 5,000 a S/ 10,000	
c) De S/ 10,000 a S/ 15,000	
d) De S/ 15,000 a S/ 20,000	

Nivel de importancia de la planificación

26. Generalmente, ¿Ud. programa su producción por campaña?

a) Si	
b) No	

27. ¿Qué tan importante considera el programar su producción?

a) Totalmente importante	
b) Importante	
c) Regularmente importante	
d) Poco importante	
e) No es importante	

Se agradece su colaboración

Zona de producción:	
Morropón	
Huancabamba	
Ayabaca	
Tambogrande	
Las Lomas	

Fecha de encuesta:	
Hora de la Encuesta:	

ANEXO 03: GUÍA DE ENTREVISTA

Entrevista al Jefe de Cacao de Norandino

Reciba un cordial saludo, esta entrevista es parte de la tesis que estoy realizando con la finalidad de analizar la oferta exportable de cacao orgánico de la Región Piura hacia el mercado de Europa en el año 2017. Gracias por su participación.

Preguntas:

Nivel de importancia de la planificación

1. ¿Desde cuándo se exporta cacao orgánico piurano?
2. ¿Hacia qué mercado europeo específicamente se dirige?
3. ¿Planifican previamente la exportación? ¿Qué planificación lleva a cabo Norandino? ¿Qué plazo tienen estos planes?
4. ¿Cuentan con plan estratégico para exportar cacao orgánico? Si es así, ¿Cómo es la visión planteada?
5. ¿Emplean y monitorean frecuentemente los planes elaborados? ¿Cómo se lleva a cabo ello?
6. ¿Cree usted que la planificación es un factor clave para la competitividad de Norandino?

Existencia de objetivos y metas

7. ¿Qué objetivos y metas posee la Cooperativa Agraria Norandino?
8. ¿Cuál es la finalidad de estos objetivos y metas?
9. ¿Cómo considera que se pueden consolidar los objetivos y metas de Norandino?

Estrategias de internacionalización

10. ¿De qué manera se presentaron inicialmente en el mercado de Europa?
11. ¿Qué oportunidad fue aprovechada para orientarse al mercado de Europa?
12. ¿Asiste a ferias con regularidad? ¿A qué ferias asiste?
13. ¿De qué manera se lleva a cabo la exportación al mercado de Europa? ¿Podría explicarme su proceso?
14. ¿Norandino posee algún tipo de representación en el mercado de Europa?

Muchas gracias por su atención

ANEXO 04: GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

Guía de análisis documental para la Demanda de cacao orgánico

Dimensión: Demanda de cacao orgánico

Indicadores comerciales de las importaciones en el mercado europeo

Indicador: Volumen de cacao orgánico

1. Valor importado (miles de dólares)	
2. Saldo comercial (miles de USD)	
3. Cantidad importada	

Indicador: Precio de cacao en el mercado europeo

4. Valor unitario (USD/unidad)	
--------------------------------	--

Indicador: Tasa de crecimiento de las importaciones de cacao en el mercado europeo

5. Tasa de crecimiento anual en valor entre (%)	
6. Tasa de crecimiento anual en valor entre (%)	
7. Participación en las importaciones mundiales (%)	
8. Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%)	
9. Porcentaje de cacao orgánico exportado al mercado europeo	

Fuente:	
---------	--

Fecha de recolección de datos:	
Hora de recolección de datos:	

ANEXO 04: FORMATO DE CONFIABILIDAD DEL CUESTIONARIO

“AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO”

Piura, 15 de Setiembre de 2017

Señores.

**Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales
Universidad “Alas Peruanas” - Piura**

De mi consideración.

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. Para darle a conocer sobre la confiabilidad estadística del instrumento que se va a utilizar para la ejecución del proyecto de Investigación Titulado: **“Oferta exportable del cacao orgánico de origen Piurano para el mercado de Europa – año 2017”** Que presenta el alumno: **FLORES CORDOVA, ILDEFONSO** de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales. Con respecto a la confiabilidad estadística de los ítems se observa que el instrumento no está sujeto a medición porque la mayoría de las preguntas formuladas son de criterio personal. Por tal motivo no es necesario realizar la confiabilidad del Instrumento en estudio.

Agradeciendo su confianza y atención al presente reitero mis sentimientos de consideración y estima personal.



Dr. COSME CORREA BECERRA
Lic. en Estadística
COESPE 502

ANEXO 05 FORMATO DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO



CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, Freddy William Castillo Palacios, con DNI N° 02842237 Doctor en Ciencias Administrativas con mención en Dirección de Empresas N° ANR: A 202528, de profesión Licenciado en Ciencias Administrativas desempeñándome actualmente como Docente en Universidad Alas Peruanas.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del instrumento: Cuestionario.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario a productores de cacao	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 24 días del mes de agosto del Dos mil Siete.

Dr. Freddy W. Castillo Palacios
P. U. ALAS PERUANAS

Dr. : Freddy William Castillo Palacios
 DNI : 02842237
 Especialidad: Administración – Dirección de Empresas – Investigación Científica
 E-mail : fcastillo30@hotmail.com



**“OFERTA EXPORTABLE DEL CACAO ORGÁNICO DE ORIGEN PIURANO PARA EL MERCADO DE EUROPA –
AÑO 2017”**

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	5	10	15	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		0	5	10	15	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																	88				
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																	88				
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																	88				
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																	88				
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																	88				

