

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Carrera Profesional de Administración y Negocios

Internacionales



**ESTRATEGIAS FUNCIONALES Y NIVEL DE
EXPORTACION DE ARANDANOS DESHIDRATADOS DE LA
EMPRESA COLINAS VERDES EIRL A EE. UU DE
CAJAMARCA, 2018 -2020**

Bach. León Rojas, Viviana Raquel

Bach. Alva Rojas, Erika Lisset

Asesor:

Mg. Antero Manuel Zelada Chavarry

Cajamarca – Perú

Febrero – 2023

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas

Carrera Profesional de administración y Negocios Internacionales



**ESTRATEGIAS FUNCIONALES Y NIVEL DE EXPORTACION DE
ARANDANOS DESHIDRATADOS DE LA EMPRESA COLINAS VERDES
EIRL A EE. UU DE CAJAMARCA, 2018 -2020**

Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para optar el título profesional de Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Bach. León Rojas, Viviana Raquel

Bach. Alva Rojas, Erika Lisset

Asesor

Mg. Antero Manuel Zelada Chavarry

Cajamarca – Perú

Febrero - 2023

COPYRIGHT © 2021 by

Bach. León Rojas, Viviana Raquel.
Bach. Alva Rojas, Erika Lisset

Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS

**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL

*Estrategias funcionales y nivel de exportación de arándanos deshidratados de
la Empresa Colinas Verdes EIRL A EE. UU de Cajamarca, 2018 -2020.*

Presidente: Dr. Víctor Montenegro Díaz

Secretario: Mg. Luis Felipe Velasco Luza

Vocal: Mg. Anthony Rabanal Soriano

Asesor: Mg. Antero Manuel Zelada Chavarry

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño a mis padres, Julián y Amelia, por motivarme cada día y acompañarme en cada paso que doy, a mi hijita Sunmy por darme la fuerza y ser mi mayor motivación de superarme cada día y a mi esposo Ricardo por darme su apoyo incondicional.

Viviana Raquel León Rojas

Dedico esta tesis con gran amor a mis padres, Marlene y Frank, por su apoyo incondicional, sus consejos, paciencia y gran ejemplo de superación, humildad y sacrificio, a mi amado hijo Diego y razón de mi vida, por ser mi mayor motivación e inspiración para luchar cada día y salir adelante, a mi compañero de vida Juan Carlos, por brindarme su comprensión, cariño y amor, todo lo que hoy soy es gracias a ellos.

Erika Lisset Alva Rojas

AGRADECIMIENTOS:

Primeramente, doy gracias a Dios por tener una buena experiencia dentro de la universidad UPAGU y aprendizajes recibidos, a mi familia por apoyarme en cada decisión y a la Empresa Colinas Verdes EIRL, por brindarnos información y permitirnos cumplir con excelencia en el desarrollo de esta tesis.

Viviana Raquel León Rojas

Doy gracias a Dios, padre celestial, por sus bendiciones y cuidado día a día, a la universidad Upagu por la preparación realizada para desarrollarme como buena profesional, a mi familia por su ayuda y apoyo en cada logro obtenido y a la empresa Colinas Verdes EIRL, por brindarnos información y así cumplir con la culminación de esta tesis.

Erika Lisset Alva Rojas

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación de las estrategias funcionales y el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes E.I.R.L a EE.UU de Cajamarca, 2018- 2020, con la finalidad de establecer el grado de relación entre estrategia funcional y el nivel de exportación que dará cumplimiento con los requisitos y estándares exigidos para exportar al país estadounidense. El tipo de investigación que se utilizo es aplicada orientada a conseguir un nuevo conocimiento, de nivel correccional, con diseño no experimental- longitudinal.

Se plantea como hipótesis general que las estrategias funcionales se relacionan significativamente en el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE.UU de Cajamarca, 2018- 2020.

La población estuvo constituida por la empresa Colinas Verdes EIRL, y la muestra se aplicó con 5 colaboradores y el Gerente mediante un método probalístico, a mismo se utilizó encuesta y como instrumento encuesta y se determinó como resultado un Pearson ($r=0.623$), indicando una correlación moderada con una ($\text{Sig.}=0.014$), que es menor al nivel de significancia ($\alpha = 0.05$), por lo tanto, se afirma que existe una relación significativa entre las estrategias funcionales y la exportación de arándanos.

Palabras claves: estrategias funcionales, nivel de exportación, comercialización, arancel y empresa.

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the relationship between the functional strategies and the export level of dehydrated blueberries from the Colinas Verdes E.I.R.L Company to the US of Cajamarca, 2018-2020, in order to establish the degree of relationship between the functional strategy and the level of export that will comply with the requirements and standards required to export to the United States. The type of research that was used is applied, aimed at achieving new knowledge, at the correctional level, with a non-experimental-longitudinal design. It is proposed as a general hypothesis that functional strategies are significantly related to the level of export of dehydrated blueberries from the company Colinas Verdes E.I.R.L to the US from Cajamarca, 2018-2020.

The population was constituted by the company Colinas Verdes EIRL, and the sample was applied with 5 collaborators and the Manager by means of a probalistic method, a survey was used as a survey instrument and a Pearson ($r=0.623$) was determined as a result, indicating a moderate correlation with one ($\text{Sig.}=0.014$), which is less than the level of significance ($\alpha = 0.05$), therefore, it is affirmed that there is a significant relationship between the functional strategies and the export of blueberries.

Keywords: functional strategies, export level, commercialization, tariff and company.

INDICE

DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTOS.....	VI
RESUMEN.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	14
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1.1 <i>Descripción de la realidad problemática.....</i>	<i>14</i>
1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	16
1.2.1 <i>Problema General:.....</i>	<i>16</i>
1.2.2 <i>Problemas Específicos</i>	<i>16</i>
1.3 OBJETIVOS	16
1.3.1 <i>Objetivo General:.....</i>	<i>16</i>
1.3.2 <i>Objetivos Específicos.....</i>	<i>16</i>
1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	17
CAPÍTULO II: MARCO TEORICO.....	18
2.1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
2.1.1 <i>Antecedentes teóricos.....</i>	<i>18</i>
2.2 MARCO TEÓRICO	24
2.2.1 <i>Definición Variable X: Estrategia Funcional.....</i>	<i>24</i>
2.2.2 <i>Definición de la Variable Y: Nivel de Exportación</i>	<i>26</i>
2.3 DATOS BÁSICOS DE EE. UU DEL PAÍS DE DESTINO.....	28
2.4 MARCO CONCEPTUAL	37
2.5 HIPÓTESIS	37
2.6 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	39
CAPITULO III: METODOLOGÍA	41
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	41
3.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN ..	34
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.4. ÁREA DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA	41
3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS	42
3.7. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	43
3.8. INTERPRETACIÓN DE DATOS	43
CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	44

4.1. ANÁLISIS CORRELACIONAL.....	44
4.2. RESULTADOS DEL ANÁLISIS INFERENCIAL	45
4.3. RESULTADOS DEL ANÁLISIS APLICADO	48
4.4. DISCUSIÓN	51
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	53
CONCLUSIONES.....	53
CONCLUSIONES.....	46
RECOMENDACIONES	53
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	55
ANEXO A. MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	58
ANEXO B. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	60
ANEXO C. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD.....	63
ANEXO D. INSTRUMENTO: GUIA DE ENTREVISTA	69

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. INDICADORES ECONÓMICOS ESTADOS UNIDOS 2020.....	22
TABLA 2. PARTIDAS ARANCELARIAS DEL PRODUCTO, EXPORTADAS EN LOS ÚLTIMOS DEL 2019-2020.....	23
TABLA 3. LISTA DE LOS EXPORTADORES PARA EL PRODUCTO SELECCIONADO 2016 - 2020	23
TABLA 4. NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS EN PERÚ, DESGLOSADAS POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS, PARA EL SIGUIENTE PRODUCTO, AÑO 2020	25
TABLA 5. LISTA DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS EN PERÚ PARA LA SIGUIENTE CATEGORÍA DE PRODUCTOS, AÑO 2020.....	25
TABLA 6. IMPORTACIÓN DE EE.UU. POR PRODUCTO	27
TABLA 7. IMPORTACIÓN DE EE.UU. DE ARÁNDANOS DESDE EL PERÚ	27
TABLA 8. LISTA DE LOS MERCADOS IMPORTADORES PARA UN PRODUCTO EXPORTADO POR EL PERÚ	28
TABLA 9. LISTA DE MERCADOS IMPORTADORES PARA UN PRODUCTO EXPORTADO POR EL PERÚ	29
TABLA 10. EXPORTACIÓN DE PERÚ A EE.UU.	29
TABLA 11. VARIABLES (DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONAL).....	32
TABLA 12. PONDERACIÓN DEL COEFICIENTE DE CORRELACIÓN	37
TABLA 13. COEFICIENTE DE CORRELACIÓN ENTRE LAS ESTRATEGIAS FUNCIONALES Y EL NIVEL DE EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS.....	38
TABLA 14. COEFICIENTE DE CORRELACIÓN ENTRE LAS ESTRATEGIAS FUNCIONALES DE PRODUCCIÓN Y EL NIVEL DE EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS	39
TABLA 15. COEFICIENTE DE CORRELACIÓN ENTRE LAS ESTRATEGIAS FUNCIONALES DE MARKETING Y EL NIVEL DE EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS	39
TABLA 16. COEFICIENTE DE CORRELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA FUNCIONAL FINANCIERA Y EL NIVEL DE EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS	40
TABLA 17. RELACIÓN ENTRE LAS ESTRATEGIAS FUNCIONALES DE PRODUCCIÓN Y EL NIVEL DE EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS DE LA REGIÓN CAJAMARCA HACIA EL MERCADO DE LOS EE.UU. 2020	41

TABLA 18. RELACIÓN ENTRE ESTRATEGIAS FUNCIONALES DE MARKETING Y EL NIVEL DE EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS DE LA REGIÓN CAJAMARCA HACIA EL MERCADO DE LOS EE.UU. 2020	42
TABLA 19. RELACIÓN ENTRE LA ESTRATEGIA FUNCIONAL FINANCIERA Y EL NIVEL DE EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS DE LA REGIÓN CAJAMARCA HACIA EL MERCADO DE LOS EE.UU. 2020	43

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 1. EXPORTACIÓN MUNDIAL DE ARÁNDANOS	8
GRAFICO 2. EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS	9
GRÁFICO 3: LISTA DE PAÍSES EXPORTADORES, DURANTE EL AÑO 2020	24
GRAFICO 4: CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE LOS PAÍSES, DE 2019 - 2020	26

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

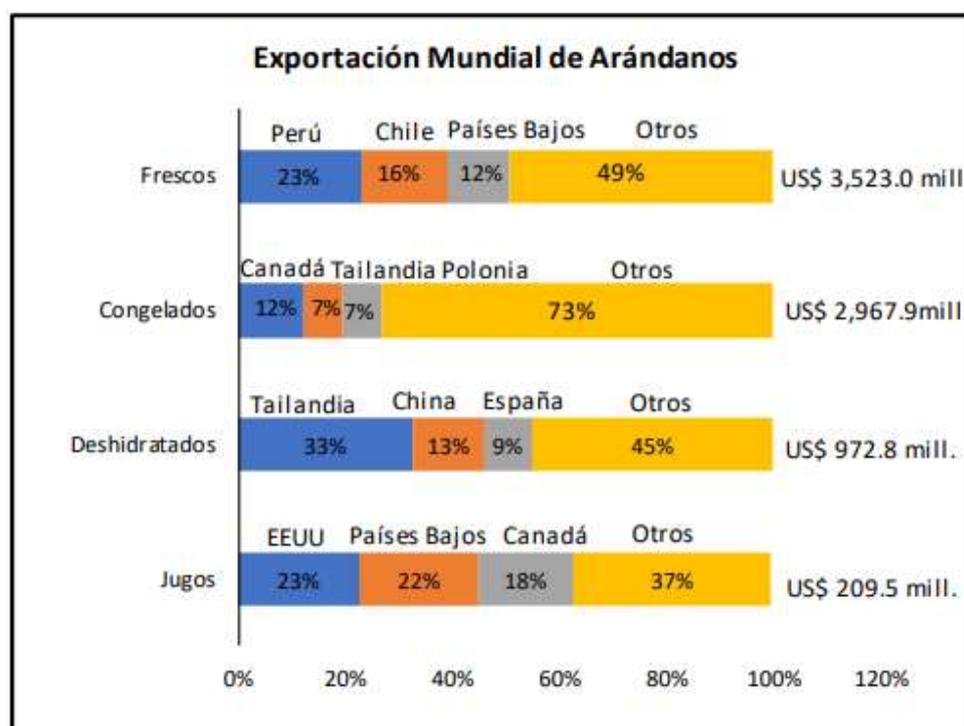
1.1 Planteamiento del Problema

1.1.1 Descripción de la realidad problemática

Según el conocimiento del mercado mundial de arándanos ascendió a US\$ 8,101 millones en el 2019, considerando cuatro presentaciones Según CIEN (Febrero,2021)

Las ventas a nivel mundial de arándanos deshidratados se dirigieron a Tailandia (33%), China (13%), España (9%) y otros (45%)

Grafico 1. Exportación mundial de arándanos

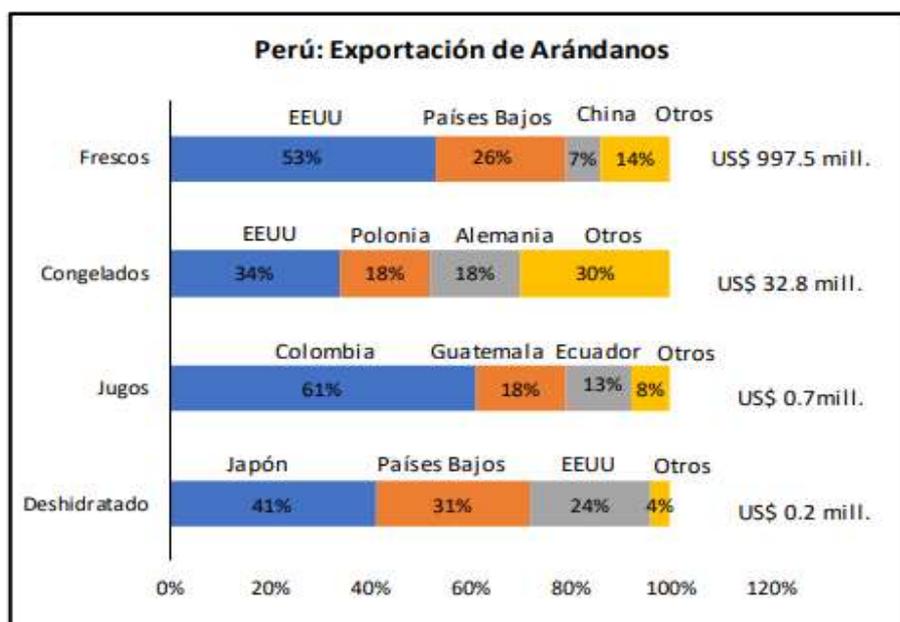


Fuente: SUNAT, ADEX Data Trade

Elaboración: CIEN-ADEX

Perú fue el principal abastecedor de arándanos frescos al mercado de EEUU concentrando el 53%. Las ventas al exterior de arándanos deshidratados se dirigieron principalmente a Japón (41.2% del total). Y solo cuenta una sola empresa que exporta es Camposol en arándano deshidratado (54.9%)

Grafico 2. Exportación de arándanos



Fuente: SUNAT, ADEX Data Trade

Elaboración: CIEN-ADEX

En la región de Cajamarca, según Óscar Mendoza, presidente de la Cámara de Comercio, señaló: que el cultivo de “arándanos” es lo que promete a Cajamarca hacerla crecer. Así, Mendoza indicó que un inversionista español ha llegado a la ciudad para la producción de frambuesa, mientras que el año pasado una empresa chilena desarrollo un proyecto del mismo fruto y desde este año se abre la posibilidad de exportar hacia Estados Unidos. “Ellos cuentan con tierras, asociados con cooperativa Granja Porcon”, dijo.

Es que el potencial que ofrece Cajamarca es amplio. Un reporte del Banco Central de Reserva (BCR) indica que existen 552 hectáreas aptas para cultivos agro andinos en la ciudad.

1.2 Definición del problema

1.2.1 Problema General:

¿Cómo las estrategias funcionales se relacionan con el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes EIRL a EE. UU de Cajamarca, 2018 -2020?

1.2.2 Problemas Específicos

- a. ¿Cómo las estrategias funcionales de producción se relacionan con el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes EIRL a EE. UU de Cajamarca, 2018-2020?
- b. ¿Cómo las estrategias funcionales de marketing se relacionan con el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes EIRL a EE.UU de Cajamarca, 2018 -2020?
- c. ¿Cómo las estrategias funcionales financieras se relacionan con el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la empresa Colinas Verdes EIRL a EE. UU de Cajamarca, 2018- 2020?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General:

Determinar la relación entre las estrategias funcionales y el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE. UU de Cajamarca, 2018- 2020.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a. Analizar la relación entre las estrategias funcionales de producción y el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE. UU de Cajamarca, 2018-2020.
- b. Determinar la relación entre las estrategias funcionales de marketing y el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE. UU de Cajamarca, 2018– 2020.

- c. Identificar la relación entre las estrategias funcionales financieras y el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE. UU de Cajamarca, 2018– 2020.

1.4 Justificación e importancia

En el presente trabajo de investigación identificaremos la posibilidad de desarrollar la exportación de arándanos deshidratados producidos en la Empresa Colinas Verdes- Cajamarca a Estados Unidos teniendo en cuenta el ingreso de este producto al mercado de Norteamérica. De esta manera se ampliarían tanto las estrategias funcionales y el nivel de exportación ya que favorecerá a los productores y exportadores de arándano debido a que hoy se cuenta con varios mercados con gran demanda como Estados Unidos, y otros países; pues registran sus valiosas propiedades antioxidantes y su alto contenido de potasio, calcio y ácido ascórbico.

Por valor teórico de las Estrategias Funcionales y el Nivel de Exportación de arándanos deshidratados se alcanzará conocer la potencialidad del arándano como valor agregado para la exportación sobrellevando al desarrollo para la Empresa Colinas Verdes y para la agroexportación peruana lo que generará un aumento económico para la ciudad.

CAPÍTULO II: MARCO TEORICO

2.1 Fundamentos teóricos de la investigación

2.1.1 Antecedentes teóricos

a) Antecedentes internacionales

Mesa y Cortés (2019), en su tesis titulada “Plan de marketing internacional para la exportación de arándanos de la empresa Proplantas S.A.”, realizada en la Universidad de La Salle, en Colombia, planteó como objetivo elaborar un plan de marketing internacional para mejorar el índice de exportación de arándanos en el mercado extranjero. Siendo una tesis descriptiva con diseño no experimental con enfoque mixto. Teniendo como muestra la empresa Proplantas S.A. Utilizando como instrumento la guía de cuestionario. En sus resultados determinó que:

- De acuerdo a la encuesta realizada, la empresa tiene una preparación óptima del 72% para laborar en mercados internacionales debido a su alto nivel de rendimiento en relación a su infraestructura.
- La empresa Proplantas S.A. posee conocimientos aptos para hacer frente ante la competitividad del mercado como también los recursos necesarios para los procesos de exportación.
- Los consumidores de Alemania son la mejor alternativa de exportación debido a que brinda a la empresa el mercado requerido para la incorporación del producto, junto a sus condiciones ventajosas para los procedimientos de exportación.
- La empresa no debe realizar modificaciones del producto para ser ingresado al mercado debido a que ya posee las condiciones aptas por sí mismo.

Cabrera (2022), en su tesis titulada “Arándanos. Estrategias de mercado para implementar en la exportación a los Estados Unidos”, realizada en la Universidad Nacional de Luján, en Argentina, planteó como objetivo proponer estrategias de mercado para incrementar los niveles de exportación

de arándanos. Siendo una tesis descriptiva con diseño no experimental-transversal. Teniendo como muestra 10 empresas exportadoras de arándanos. Utilizando como instrumento el cuestionario y la ficha de registro. En sus resultados determinó que:

- La aplicación de estrategias de mercado debe enfocarse en elaborar ventajas competitivas en productos derivados, recursos nuevos y capacidades de producción que garanticen el cumplimiento de las metas propuestas.
- La estrategia de penetración del mercado permite incrementar la participación en el mercado en que se brindan los productos actuales, aumentando el índice de frecuencia de compras.
- Las estrategias de desarrollo de mercado se basan en aplicar canales de distribución y la comercialización del producto en diversas áreas geográficas
- Las estrategias de desarrollo de producto se enfocan en mejorar la atractividad de los derivados del arándano para los consumidores extranjeros, produciendo los mismos beneficios para la salud.

Ibarra (2021) en su tesis titulada “Plan de exportación de arándanos azules de Colombia a Estados Unidos”, realizada en la Universidad de América, en Colombia, planteó como objetivo diseñar un plan de exportación a través de estrategias competitivas para la exportación y comercialización de arándanos a EE.UU. Siendo una tesis descriptiva con diseño no experimental. Teniendo como muestra 8 empresa colombianas exportadoras de arándanos. Utilizando como instrumento el cuestionario y la ficha de observación. En sus resultados determinó que:

- A través del plan de negocio en base a la normativa vigente, se logran oportunidades de acceder a un mercado de alto nivel competitivo, como a su vez en reflejándose en el TIR, produciendo ganancias a corto plazo.

- La exportación de arándanos en Colombia brinda una producción continua lo largo de todo el año, mostrando un impacto positivo en las regiones de cultivo a nivel social y económico.
- El mercado en EE.UU. genera altas oportunidades a las empresas exportadoras de arándanos siempre que se cumplan con las normas fitosanitarias las cuales están reguladas a través de FDA, siendo la entidad responsable de aprobar el acceso de la mercancía al país.
- El proyecto es viable económicamente por sus proyecciones a futuro, evidenciándose un medio óptimo para la inversión y explotación de arándanos al mercado internacional.

b) Antecedentes nacionales

Carretero, et al (2019), en su tesis titulada “Plan de negocio para la constitución de una empresa de exportación de arándanos peruanos”, realizada en la Universidad Científica del Sur, en Lima, planteó como objetivo elaborar un plan de negocio mediante estrategias funcionales para exportar arándanos. Siendo una tesis descriptiva con diseño no experimental - transversal. Teniendo como muestra la empresa The Best Berries Perú dedicada a la exportación de arándanos a los EE.UU. Utilizando como instrumento el cuestionario. En sus resultados determinó que:

- La propuesta del plan de negocio es factible debido a que consta de una inversión de USD 491, 500 con un VAN de USD 18, 200 y un TIR de 685.80%.
- La productividad de la empresa está vinculada a las variables de la demanda mundial de arándanos y la capacidad de acopio de la compañía para su proceso y exportación.
- Existe una alta tasa interna de retorno para una inversión alta de exportación de arándanos, lo cual garantiza la rentabilidad y recuperación de gastos del negocio a fines de cada año.

- Con respecto al análisis estratégico, el uso de instrumentos de un medio empresarial puede generar una cadena productiva para la exportación de arándanos a los EE.UU.

Cruz (2018), en su tesis titulada “Estrategias de comercialización al mercado de Estados Unidos para las exportaciones de arándanos frescos de los agricultores de la región de la Libertad”, realizada en la Universidad Privada del Norte, en Lima, planteó como objetivo verificar si las estrategias de comercialización influyen de manera positiva en la exportación de arándanos. Siendo una tesis descriptiva con diseño no experimental - longitudinal. Con una muestra de 55 agricultores de arándanos frescos de la provincia de Virú. Utilizando como instrumento el cuestionario. En sus resultados determinó que:

- Las estrategias de comercialización influyen de manera positiva en la exportación de arándanos frescos, debido a que incrementa la capacidad de ejecutar negocios en el mercado local, generando oportunidades para acceder a los mercados internacionales.
- Las estrategias del marketing mix son un recurso básico para determinar el mercado destino, tomando en cuenta los canales de distribución del producto, el conocimiento de la plaza y sus formas de distribución.
- Los principales factores que influyen en los procesos de exportaciones de arándanos son el transporte adecuado para el producto, los límites de exportación, la determinación de oportunidades, la documentación y el cumplimiento de los requisitos sanitarios legales.

Rosado (2018), en su tesis titulada “Estrategias competitivas para la exportación de arándanos al mercado chino, Lima 2017”, realizada en la Universidad César Vallejo, en Lima, planteó como objetivo conocer el impacto de las estrategias competitivas en la exportación de arándanos. Siendo una tesis descriptiva con diseño no experimental. Teniendo como

muestra 15 empresas exportadoras de arándanos. Utilizando como instrumento un cuestionario de estrategias competitivas con 3 dimensiones (liderazgo de costos, diferenciación y enfoque) y un cuestionario con 2 dimensiones (el precio y la estacionalidad). En sus resultados determinó que:

- Existe una influencia significativa entre las estrategias competitivas y la exportación de arándanos, viéndose reflejada en el crecimiento continuo de las estrategias de los exportadores.
- Las estrategias de comercio electrónico brindan una oportunidad de ampliar los conocimientos del cliente acerca del producto, utilizando como medio de comunicación el internet, generando la disponibilidad de poder atender todo el día a los clientes desde su casa.
- El marketing virtual es una estrategia que permite alcanzar los nichos de difícil distancia como lo es China, a través de una base de datos eficiente o la publicidad de un sitio web.
- Se ha registrado que en los dos últimos años las 15 empresas exportadoras de arándanos han incrementado la producción del producto destinado a las exportaciones en China.

c) Antecedentes locales

Espinoza y Rodríguez (2022), en su tesis titulada “Marketing mix y su relación con las exportaciones de arándano de la ciudad de Cajamarca hacia el mercado de Estados Unidos 2020”, realizada en la Universidad Privada Antonio Guillermo, en Cajamarca, planteó como objetivo determinar la relación entre el marketing mix y la exportación de arándanos. Siendo una tesis descriptiva con diseño no experimental-correlacional. Teniendo como muestra 20 productores del rubro ubicado en la región Cajamarca. Utilizando como instrumento el cuestionario. En sus resultados determinó que:

- Se halló un r de 0.521 con una significancia de 0.019 menor a 0.05 lo cual demuestra una relación significativa entre la variable marketing mix y la variable exportación.
- Se halló un r de 0.467 con una significancia de 0.038 menor a 0.05 lo cual demuestra una relación significativa entre la dimensión producto y la variable exportación.
- Se halló un r de 0.463 con una significancia de 0.037 menor a 0.05 lo cual demuestra una relación significativa entre la dimensión promoción y la variable exportación.
- Es indispensable que la estrategia de marketing mix sea utilizada de manera correcta para mejorar la rentabilidad y el nivel de competencia entorno al mercado extranjero y nacional.

Aquino y Cachi (2019) en su tesis titulada “Determinación del punto de equilibrio en el cultivo de arándanos para la exportación en la provincia de Cajamarca, 2018”, realizada en la Universidad Privada Antonio Guillermo, en Cajamarca, planteó como objetivo hallar el punto de equilibrio en el cultivo de arándanos para su exportación. Siendo una tesis descriptiva con diseño no experimental. Teniendo como muestra los datos de ingresos y costos de una hectárea de cultivo de arándanos en el periodo 2018. Utilizando como instrumento la ficha documental. En sus resultados determinó que:

- El punto de equilibrio para cubrir los gastos de producción es de 31 mil kg, aceptando la hipótesis alternativa.
- Los ingresos de la venta de arándanos son de S/11 por kg, S/72 100 proyectados en el primer año, S/240 600 en el año dos, S/433 000 en el año tres y S/461 000 hasta el año diez.
- Para el año uno se estima un costo unitario de S/7.28, S/3.00 en el año dos, S/2.40 en el año tres y S/2.30 hasta el año diez.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Definición Variable X: Estrategia Funcional

Según Carretero, et al (2019), Las estrategias funcionales permiten optimizar las actividades de negocios y la rentabilidad para toda unidad organizacional, por lo cual un negocio necesita tantas estrategias funcionales como número de actividades principales tenga.

La estrategia funcional, aun cuando tiene una esfera de acción más limitada que la del negocio, le añade detalles pertinentes a su plan de acción general. Pretende establecer o reforzar las competencias específicas y las habilidades competitivas calculadas para mejorar su posición de mercado. Al igual que la estrategia competitiva, la estrategia funcional debe apoyar la estrategia general de la compañía, así como su enfoque competitivo.

La responsabilidad principal de concebir estrategias para cada uno de los diversos procesos y funciones de negocios por lo común se delega en los jefes de los respectivos departamentos funcionales y en los administradores de las actividades. Para que las estrategias funcionales sean eficaces hay que traducirlas en planteamientos específicos de cada actividad de la cadena de valor, debiéndose concentrar los recursos en los factores clave de los procesos. Realmente se las puede considerar como la bisagra entre la estrategia global corporativa y los planes de acción para la implantación de la estrategia empresarial.

Características de Estrategia Funcional

- Son más minuciosas que las estrategias corporativas, organizacionales y de negocio.
- Son planeadas a corto y mediano plazo.
- Su principal propósito es la descripción de todas las acciones ineludibles para conseguir cumplir los objetivos a corto y mediano plazo.
- Generan un ambiente favorable a la consecución de logros y metas.
- Implica la participación de los administradores de todos los niveles que participen en el desarrollo de los objetivos empresariales.

- Tienen que coordinarse para que funcionen coherentemente con la estrategia corporativa y la estrategia de negocios.

2.2.1.1. Dimensiones de la variable estrategia funcional

• Estrategia Funcional Producción

Según Espinoza y Rodríguez (2022), define los lineamientos a seguir en lo referente al sistema de productivo (tipo de sistema a utilizar, características técnicas, incorporación de tecnología al proceso, proceso de almacenamiento, etc.)

Producción:

- Capacidad Productiva
- Economía de escala
- Ventaja competitiva

• Estrategia Comercialización o de Marketing

Aquino y Cachi (2019), Determina las acciones que se deben llevar a cabo para colocar los productos y/o servicios en el mercado correspondiente (afianzamiento de ciertas características comerciales del producto, establecimiento de precios, definición de los canales de distribución, uso de las diferentes estrategias de comunicación, etc.)

Comercialización:

- Acceso a un mercado amplio
- Ventas
- Mejora de la imagen
- Eliminación del coste de transporte internacional

• Estrategia Funcional Financiera

Aquino y Cachi (2019), La empresa debe fijar las fuentes de financiación necesarias para poder llevar a cabo todos sus proyectos de inversión, además tener en cuenta el coste asociado a dichas fuentes.

Finanzas:

- Diversificación de riesgos
- Compensación de resultados
- Acceso a la financiación internacional.

2.2.2. Definición de la Variable Y: Nivel de Exportación

Mesa y Cortés (2019) La exportación consiste en la salida de plaza, para ser consumidas en el exterior del territorio aduanero nacional de mercaderías nacionales o nacionalizadas, sujeta al pago de tributos o al amparo de las franquicias correspondientes. La actividad exportadora del Perú ha sido impulsada gracias a la alianza implícita entre el sector público y privado, logrando posicionar al Perú como un país exportador serio, con una cartera de productos de calidad “Premium” y un alto grado de conocimiento de las necesidades de cada mercado.

2.1.2.1. Dimensión de la variable nivel de exportación

- **Selección del país de destino**

Ibarra (2021) expresa que una parte fundamental para la implementación de un nivel de exportación es encontrar un país de destino, al cual se dirigen las exportaciones, para ello debe hacer uso de información de calidad precisa, para que la toma de decisión sea adecuada.

Si bien la información a recaudar ayudara con la toma de decisiones, la empresa debe tomar en cuenta que deberá elegir al mejor país teniendo en cuenta aspecto como diferencias culturales, idioma, demanda de un bien, consumo de un bien o servicio, ya que este se convertirá en un socio comercial.

El país de destino lo cual se propone elegir dentro de la investigación dada:

Estados Unidos.

- **Formas de exportación**

Exportación directa

Cabrera (2022) esta es la modalidad más ambiciosa, donde el exportador debe administrar todo el proceso de exportación, desde la identificación del mercado hasta el cobro de lo vendido.

Las ventajas de una exportación directa son: mayor control ejercido sobre todo el proceso de exportación; potencialmente mayores ganancias; relación directa con los mercados y con los clientes.

Exportación Indirecta

Cabrera (2022) a través de la venta a clientes nacionales, que luego exportan el producto. Es como vender a cualquier otro cliente nacional. En esta situación, es otro el que decide qué producto puede ser vendido en un mercado extranjero, asumiendo las tareas de investigación de mercados y la gestión de la exportación. Es una forma interesante de comenzar a colocar los productos propios en el extranjero.

La principal ventaja de la exportación indirecta, para una pequeña o mediana empresa, es que ésta es una manera de acceder a los mercados internacionales sin tener que enfrentar la complejidad de la exportación directa.

- **Arancel**

Según Sevilla (2016), El arancel es un tributo que se impone sobre un bien o servicio cuando cruza la frontera de un país.

Clasificación arancelaria

Rosado (2018), La clasificación arancelaria es el primer paso en cualquier operación de comercio exterior. Consiste en asignar un código numérico de una nomenclatura reconocida a la mercancía, de modo que todas y cada una de ellas pueden ser clasificadas en alguna partida arancelaria, con su correspondiente arancel de importación y exportación.

- **Precio de exportación**

Precio

Según Rosado (2018) el precio es el dinero que paga un vendedor por un producto o servicio particular.

- Precios exportación de arándanos a nivel mundial
- Precios exportación de arándanos a Estados Unidos

- **Feria**

Espinoza y Rodríguez (2022) se considera como un mercado que se monta en un espacio público en ciertos días señalados.

Feria Internacional

Según Aquino y Cachi (2019), Las ferias internacionales son una importante herramienta para la promoción de los productos en los mercados internacionales, e incluso una fuente para la investigación de mercados.

2.3.Datos básicos de EE. UU del país de destino

Estados Unidos es el mayor importador del mundo y el segundo mayor exportador de bienes, así como también el mayor importador y exportador de servicios comerciales.

Los principales socios comerciales de Estados Unidos en 2019 fueron Canadá (17,8%), México (15,6%), China (6,5%), Japón (4,5%), el Reino Unido (4,2%) y Alemania (3,6%); mientras que las importaciones provinieron principalmente de China (18,4%), México (14,1%), Canadá (12,7%), Japón (5,7%) y Alemania (5,1%).

La balanza comercial de Estados Unidos es estructuralmente negativa y el déficit ha empeorado aún más en los últimos años. Sin embargo, el déficit comercial del país bajó en 2019: según datos entregados por la Oficina de Análisis Económico y la Oficina de Censa, el déficit bajó de 627.700 millones USD en 2018 a 616.800 millones en 2019, ya que las importaciones disminuyeron más rápido que las exportaciones. El déficit comercial global fue de 2,9% del PIB en 2019, bajando 3% con respecto a 2018.

Tabla 1. Indicadores Económicos Estados Unidos 2020

PIB corriente (millones de dólares USA)	20.932.000
PIB PPA (millones de dólares USA)	20.807.270
Variación del PIB (20/19)	-3,5%

Índice de Competitividad Global (ranking mundial sobre 141 países, 2019)	2
Renta per cápita en PPA (precios corrientes, dólares USA)	66.140
Distribución sectorial del PIB (2017)	Servicios 80,0% Industria 19,1% Agricultura 0,9%

Fuente: Santander TRADE- 2020

En la **tabla 1**, se muestran los indicadores económicos de EE.UU. durante el periodo 2020.

Tabla 2. Partidas arancelarias del producto, exportadas en los últimos del 2019- 2020

<i>PARTIDA</i>	<i>DESCRIPCION DE LA PARTIDA</i>	<i>FOB- 2020</i>	<i>%VAR. 20-19</i>
0810400000	ARANDONOS ROJOS, MIRTILOS Y DEMAS FRUTOS DEL GENERO VACCINIUM, FRESCOS	1,004, 592,613	23%

Fuente: Sunat, 2019 - 2020

En la **tabla 2**, se muestran las partidas arancelarias del producto exportadas durante el periodo 2019 al 2020.

Tabla 3. Lista de los exportadores para el producto seleccionado 2016 - 2020

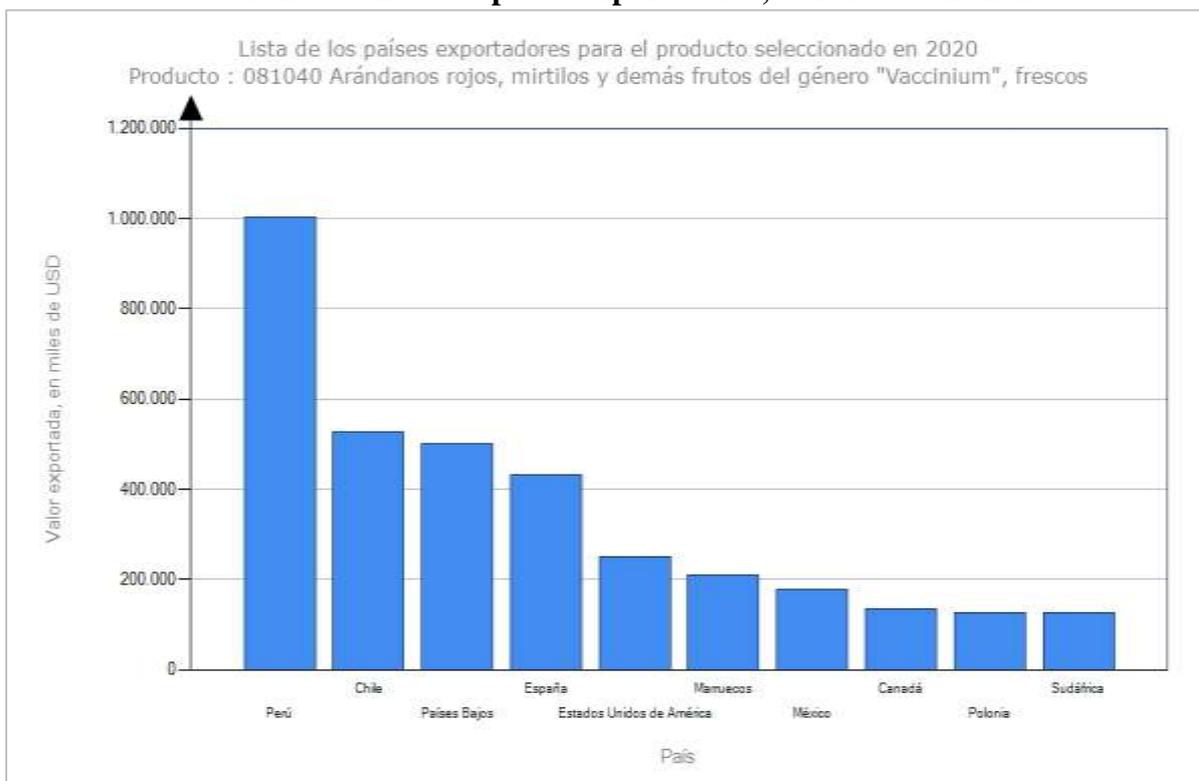
Exportadores	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020
Mundo	2.225.976	2.334.205	3.017.819	3.521.300	3.940.108
Perú	237.120	361.613	548.104	809.619	1.002.975
Chile	571.676	407.415	579.673	571.198	526.875

Países Bajos	214.077	252.468	328.681	408.727	499.840
España	288.217	308.831	389.857	377.942	432.310
Estados Unidos de América	191.161	189.844	211.224	251.768	250.062
Marruecos	71.737	99.503	125.876	182.105	211.045
México	65.140	83.787	103.506	154.269	178.704
Canadá	165.223	161.961	183.212	156.213	134.496
Polonia	57.063	81.752	94.757	107.990	126.456
Sudáfrica	25.074	49.992	80.409	106.486	125.144

Fuente: Trade Map, 2016 – 2020

En la **tabla 3**, se considera valor de exportación anual entre el año 2016 y el 2020, podemos ver que nuestro país registra que para el año 2020, un monto de 1.002.975 y está como primer país en la lista de exportaciones arándanos a nivel mundial.

Gráfico 3: Lista de países exportadores, durante el año 2020



Fuente: Trade Map, 2020

En el **grafico 3**, muestra que el país destaca un crecimiento con valor de exportación de 1.002.975, mientras que el país de destino (Estados Unidos), se encuentra en el quinto lugar con el valor de exportación de 250.062 para el año 2020.

Tabla 4. Número de empresas exportadoras en Perú, desglosadas por categorías de productos, para el siguiente producto, año 2020

Categoría de productos	Número de empresas exportadoras disponibles en TRADE Mapa
Cosechas de bayas	23
Frutas de hueso o pepitas	1
Frutas y verduras frescas	202
Mercados de frutas y verduras	2

Fuente: Trade Map 2020

En la **tabla 4**, se observa el número de empresas exportadoras de acuerdo a la categoría de productos, la empresa que cuenta con mayoría es de frutas y verduras frescas con 202 empresas ya disponibles en exportación.

Tabla 5. Lista de las empresas exportadoras en Perú para la siguiente categoría de productos, año 2020

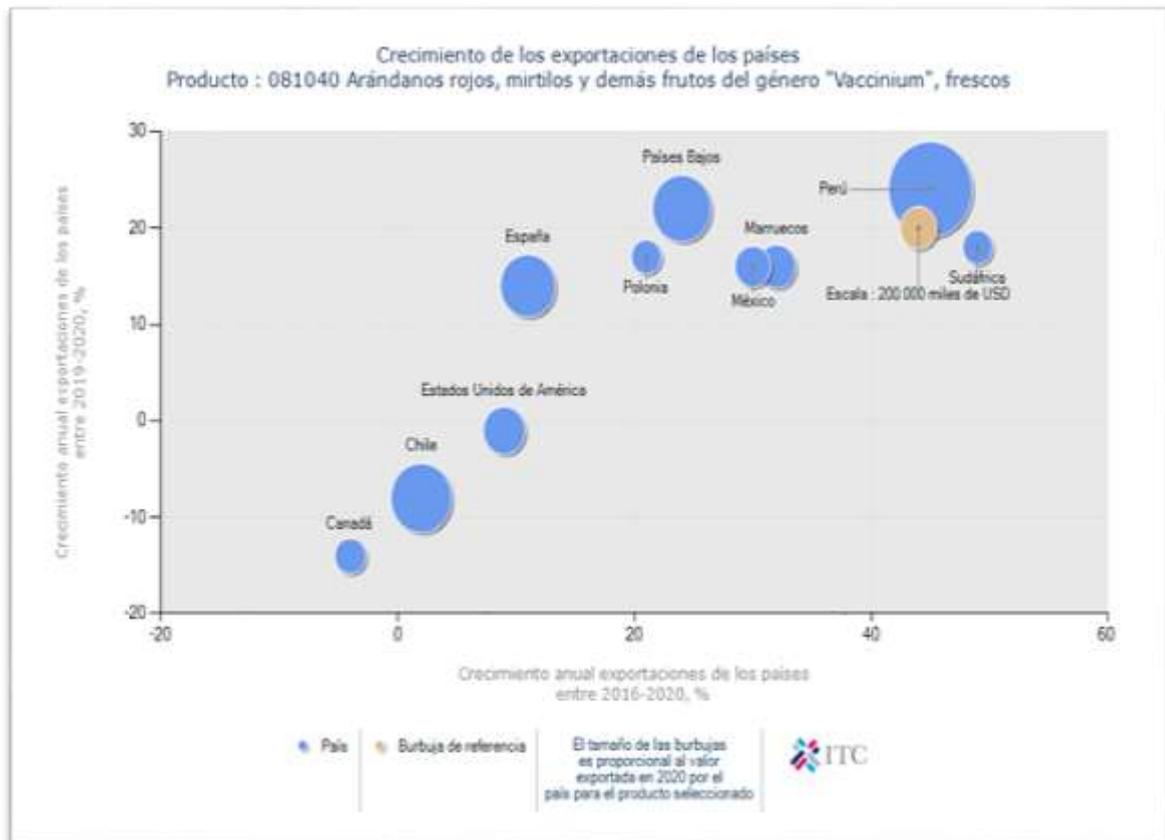
Nombre de la empresa	Número de categorías de productos o servicios comercializados	Número de empleados	País	Ciudad
Agrícola Arantxa S.A.	2	165	Perú	Piura
Agrícola Athos S.A. - Athos S.A.	1	217	Perú	Lima
Agrícola Austral S.A.C.	3	8	Perú	Piura

Agrícola Belén S.A.C. - Agrícola Belén	1	28	Perú	Lima
Agrícola e Inversiones José Juan S.A.C.	2	60	Perú	Lima
Agrícola El Guayabo S.A.C.	3	17	Perú	Ica
Agrícola Espíritu Santo Palo S.A.C.	2	79	Perú	Cañete

Fuente: Trade Map 2020

En la **tabla 5**, se muestra la lista de empresas exportadoras en el Perú para la siguiente categoría de productos durante el periodo 2020.

Grafico 4: Crecimiento de las exportaciones de los países, de 2019 - 2020



Fuente: Trade Map 2019- 2020

De acuerdo al **Grafico N°04**, podemos ver qué el país con mayor aceptación de crecimiento anual en exportaciones es Perú entre los años **2019 – 2020**

Tabla 6. Importación de EE.UU. por producto

Código del producto	Descripción del producto	Estados Unidos de América importa desde Perú			Estados Unidos de América importa desde el mundo		
		Valor en 2019	Valor en 2020	Valor en 2021	Valor en 2019	Valor en 2020	Valor en 2021
'0810400029	Blueberries, cultivated, fresh, other than certified organic	461174	490811	581589	1113676	1056010	1300477
'0810400026	Blueberries, cultivated, certified organic, fresh	57034	60470	144434	209287	264002	381192
'0810400024	BLUEBERRIES, WILD, FRESH	410	2507	1516	5842	8057	10079
'0810400030	CRANBERRIES, FRESH	0	0	0	34165	43020	51018
'0810400040	FRUITS OF THE GENUS VACCINIUM, FRESH, NESOI	0	0	0	104	143	126

Fuente: Trade Map 2019-2021

En la **tabla 6**, se observa los valores de importaciones alcanzados entre el año 2019 al 2021 de EE.UU. en el Perú y el mundo.

Tabla 7. Importación de EE.UU. de arándanos desde el Perú

Código del producto	Descripción del producto	Perú exporta hacia Estados Unidos de América			Perú exporta hacia el mundo		
		Valor en 2019	Valor en 2020	Valor en 2021	Valor en 2019	Valor en 2020	Valor en 2021
'0810400000	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos	454023	533834	645300	809619	1002975	1201363

Fuente: Trade Map 2019-2021

En la **tabla 7**, se observa los valores de importaciones de EE. UU alcanzados entre el año 2019 al 2021 de EE.UU. desde el Perú.

Tabla 8 Lista de los mercados importadores para un producto exportado por el Perú

Importadores	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021
Mundo	361,613	548,104	809,619	1,002,975	1,201,363
Estados Unidos de América	160,332	285,019	454,023	533,834	645,300
Países Bajos	97,043	121,780	182,023	256,580	279,879
Hong Kong, China	14,132	11,337	17,729	40,791	102,375
Reino Unido	38,232	55,451	63,480	68,872	67,082
China	33,867	32,789	70,469	71,452	63,368

Fuente: Trade Map 2019-2021

En la **tabla 8**, se observa la lista de mercados importadores para un producto exportado por el Perú, alcanzando a nivel mundial un valor exportado de 1 201.363 USD en el año 2021.

Tabla 9. Lista de mercados importadores para un producto exportado por el Perú

Importadores	Valor exportado en 2021 (miles de USD)	Saldo comercial en 2021 (miles de USD)	Participación de las exportaciones para Perú (%)	Cantidad exportada en 2021	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2017-2021 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportada entre 2017-2021 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2020-2021 (% p.a.)	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2017-2021 (% p.a.)	Arancel medio (estimado) enfrentado por Perú
Mundo	1201363	1201363	100	205831	Toneladas	5837	35	48	20		100	17	
Estados Unidos de América	645300	645300	53,7	113416	Toneladas	5690	41	55	21	1	33,1	14	0
Países Bajos	279879	279879	23,3	48301	Toneladas	5794	33	48	9	2	12,4	29	0
Hong Kong, China	102375	102375	8,5	16263	Toneladas	6295	69	78	151	8	3,2	32	0
Reino Unido	67082	67082	5,6	11058	Toneladas	6066	14	24	-3	4	8,5	6	0
China	63368	63368	5,3	9902	Toneladas	6400	23	30	-11	7	4	20	0
Canadá	16467	16467	1,4	2610	Toneladas	6309	12	21	84	5	5,9	12	0
España	10159	10159	0,8	1607	Toneladas	6322	2	14	42	6	4,1	22	0
Taipei Chino	2546	2546	0,2	360	Toneladas	7072			80	24	0,4	12	7,5
Tailandia	2485	2485	0,2	397	Toneladas	6259	29	37	26	40	0,1	20	0
Arabia Saudita	1868	1868	0,2	293	Toneladas	6375	237	118	177	41	0,1	366	0
Bélgica	1590	1590	0,1	273	Toneladas	5824	54	63	-62	14	1,3	9	0
Irlanda	1333	1333	0,1	237	Toneladas	5624	409	292	281	35	0,2	-1	0
Singapur	1138	1138	0,1	185	Toneladas	6151	13	16	-59	21	0,5	14	0
Malasia	860	860	0,1	140	Toneladas	6143	32	42	354	32	0,2	26	5
Brasil	846	846	0,1	143	Toneladas	5916	45	55	20	47	0,05	7	0

Fuente: Trade Map 2017-2021

En la **tabla 9**, se observa la lista de mercados importadores para un producto exportado por el Perú, ocupando el primer lugar EE.UU. con un valor exportado de 645 300 USD en el año 2021.

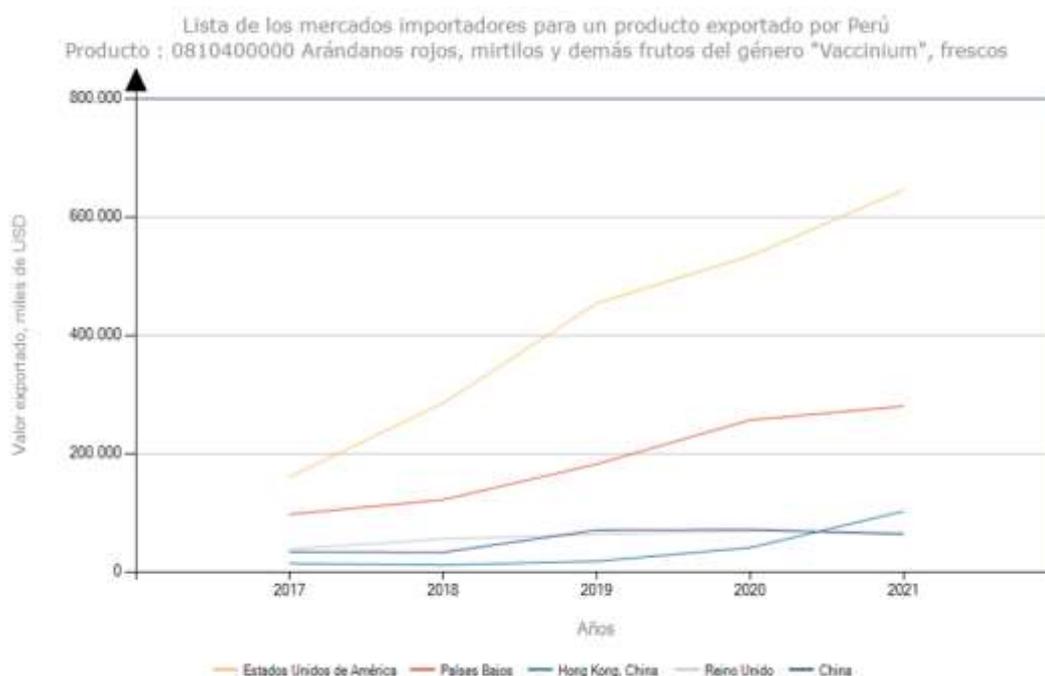
Tabla 10. Exportación de Perú a EE.UU.

Código del producto	Descripción del producto	Perú exporta hacia Estados Unidos de América			Perú exporta hacia el mundo		
		Valor en 2019	Valor en 2020	Valor en 2021	Valor en 2019	Valor en 2020	Valor en 2021
'0810400000	Arándanos rojos, mirtilos y demás frutos del género "Vaccinium", frescos	454,023	533,834	645,300	809,619	1,002,975	1,201,363

Fuente: Trade Map 2019-2021

En la **tabla 10**, se observa los valores de exportación de Perú a EE.UU. alcanzando el máximo valor en el año 2021 con un total de 1 201 363 USD.

Gráfico 5: Lista de los mercados importadores para un producto exportado por el Perú



Fuente: Trade Map 2017-2021

En el **gráfico 5**, se observa los mercados importadores para un producto exportado en el Perú, ocupando a mayor escala EE. UU con un valor de exportación de 645 300 USD en el periodo 2021.

Ventaja competitiva

El mercado de arándanos del en el Perú es el primer en exportación, para el año 2020 tiene una exportación de 1.002.975 miles de dólares.

Cuenta con rutas de acceso favorables para el envío, procesamiento y exportación del producto de arándanos.

Ampliación del consumo en la población de los Estados Unidos, siendo el precio promedio de los arándanos convencionales fue de USD 7.60/KG, un 24% superior al 2020, donde los precios promedios fueron de USD 6.14/KG.

2.4. Marco conceptual

- **Arancel:** Tarifa oficial que determina los derechos que se han de pagar en varios ramos, como el de costas judiciales, transporte ferroviario o aduanas.
- 3. **Arándanos:** Fruto de esta planta, comestible, de color negro o azulado y sabor dulzón.
- 4. **Economía de escala:** Se entiende ventaja en términos de costos, que obtiene una empresa gracias a la expansión, mientras menos sea el costo de producción, la producción aumentara.
- 5. **Estrategias:** Conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.
- 6. **Exportación:** Son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización.
- 7. **Feria:** Es un acontecimiento que se organiza normalmente de forma periódica y en relación con un sector económico determinado.
- 8. **Marketing:** Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.
- 9. **Pago:** Acción que realizamos para extinguir o cancelar una obligación. Se basa en la entrega de un bien, servicio o activo financiero a cambio de otro bien, servicio o activo financiero.

2.5. Hipótesis

Hipótesis General

Existe una relación significativa entre estrategias funcionales y el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la empresa Colinas Verdes E.I.R.L a EE. UU de Cajamarca, 2018- 2020.

Hipótesis Específicos

- a. Existe una relación significativa entre las estrategias funcionales y los aranceles de exportación de arándanos deshidratados de la

Empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE. UU de Cajamarca, 2018-2020.

b. Existe una relación significativa entre el nivel de exportación y la estrategia de comercialización de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE. UU de Cajamarca, 2018-2020.

c. Existe una relación significativa entre las estrategias funcionales y los precios para la exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE. UU de Cajamarca, 2018-2020.

2.6. Operacionalización de variables

Tabla 11. Variables (definición conceptual y operacional)

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
Estrategias Funcionales	Según Carretero, et (2019), Las estrategias funcionales permiten optimizar las actividades del negocio y la rentabilidad para toda unidad organizacional, por lo cual un negocio necesita tantas estrategias funcionales.	Para analizar operativamente la variable estrategias funcionales, rea realizó la medición a través de las siguientes dimensiones: Estrategias funcionales de producción, estrategias comerciales o marketing y estrategias financieras.	X.1.Estrategias funcionales producción. X.2. Estrategias funcionales comercial marketing. X.3. Estrategias funcionales financieras.	X.1.1. Capacidad productiva. X.1.2. Economía de escala. X.1.3. Ventaja competitiva. X.2.1. Acceso a un mercado amplio. X.2.2. Ventas. X.2.3. Mejora de la imagen. X.2.4. Coste de transporte internacional. X.3.1. Diversificación de riesgos. X.3.2. Competencia de resultados. X.3.3. Acceso a la financiación internacional.	Cuestionario y Páginas Web (TRADE MAP, SIICEX, SUNAT Y ADEX)

Y. Nivel de exportación	<p>La exportación consiste en la salida de plaza, para ser consumidas en el exterior del territorio aduanero nacional de mercaderías nacionales o nacionalizadas, sujetas al pago de tributos o al amparo de las franquicias... (PROMPERU, 2016)</p>	<p>Para analizar operativamente la variable estrategias de exportación, se realizó la medición a través de las siguientes dimensiones: selección del país destino, formas de exportación, aranceles, precios de exportaciones y ferias internacionales.</p>	<p>Y.1. Selección del país destino. Y.2. Formas de exportación. Y.3. Precios de exportaciones. Y.4 Arancel Y.5. Ferias internacionales.</p>	<p>del Y.1.1. Estados Unidos. de Y.2.1. Exportación directa. Y.2.2. exportación indirecta. de Y.3.1. Precios de exportación a nivel mundial. Y.3.2.. Precios de exportación en estados unidos. Y.4.1 Código de Arancel Y.5.1.. Ferias internacionales en Estados Unidos.</p>
--------------------------------	--	---	---	--

CAPITULO III: METODOLOGÍA

3.1.Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se utilizó, es investigación aplicada, Según, (Risco, 2020) La investigación aplicada se orienta a conseguir un nuevo conocimiento destinado que permita soluciones de problemas prácticos.

3.2.Nivel de investigación

La presente investigación, es correlacional. Según Mías (2018), afirma que la investigación correlacional, comprende aquel diseño que indica la relación existente entre dos o múltiples variables. Es correlacional porque se determinó la relación que existe entre las variables estrategias funcionales y nivel de exportación.

3.3.Diseño de la investigación

El nivel de investigación es no experimental- longitudinal. Según (Risco 2020), No existe manipulación de las variables por parte del investigador

3.4.Área de la investigación

Empresa Colinas Verdes E.I.R.L

3.5.Población y muestra

• Población

En este proyecto de investigación hemos tomado en cuenta como población a la Empresa Colinas Verdes EIRL de Cajamarca. Según Tamayo (2012), señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación.

10. Muestra

La muestra se consideró al Gerente y colaboradores de la empresa Colinas Verdes EIRL de Cajamarca. Para (Carrillo, 2015) la muestra es el subconjunto factible de la población que cumple características incluíbles para lograr que las conclusiones de las estadísticas sean factibles

3.6. Técnicas e instrumentos de la recolección de datos

11. **Técnica:** La encuesta. Según, Alan y Cortez (2018) revela que:

La encuesta consiste en una recolección sistemática de información a una muestra representativa de un colectivo más amplio, por medio de un cuestionario preelaborado que contiene preguntas estandarizadas que intenta medir la distribución de dicho colectivo a través de varias características. La información recogida podrá emplearse en análisis cuantitativos para identificar y conocer la magnitud de los problemas que se suponen o se conocen en forma parcial; también puede utilizarse para un análisis de correlación para probar hipótesis descriptivas.

Instrumento: Se utilizó la Guía de Entrevista. Según León (2006, p. 180) La guía para la entrevista es una herramienta que permite realizar un trabajo reflexivo para la organización de los temas posibles que se abordaran en la entrevista. No constituye un protocolo estructurado de preguntas.

Se utilizó el Cuestionario. Según Alan y Cortez (2018) aluden que: El instrumento más utilizado para realizar la recolección de los datos es el cuestionario. Un cuestionario debe ser cuidadosamente redactados, de tal forma que no contengan preguntas ambiguas ni sesgadas, que las mismas sean fácilmente comprensibles por cualquier integrante de la muestra, y que contemplen todos los objetivos de la investigación, a fin de permitir su cuantificación y tratamiento estadístico.

3.7. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos

Para lograr esta información recogimos datos verdaderos que brindo Gerente y colaboradores de la Empresa Colinas Verdes EIRL A EE. UU de Cajamarca, en este estudio de investigación para el cuestionario se utilizó el Google Drive y para los datos adquiridos se pasó a una hoja de Excel, para que sea tabulada y sistematizada, de acuerdo con la variable y dimensiones de esa manera nos facilitó crear una base de datos con dichos resultados.

Luego de tener la información se elaboró el proceso de análisis de los datos empleando el programa estadístico SPSS versión 25.0 en español. Ayudando con un resultado exacto para la interpretación real de los resultados obtenidos en las tablas y porcentajes y así poder darle las interpretaciones correspondientes.

3.8. Interpretación de datos

La interpretación de los datos se representó por medio de tablas y gráficos estadísticos.

CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo presentamos los resultados y discusión del trabajo de investigación a partir de los datos recogidos mediante la aplicación de los instrumentos para medir las variables estrategias funcionales de producción, comercialización y financiera con el nivel de exportación.

4.1. Análisis Correlacional

Comprobación de los objetivos

Para comprobar nuestros objetivos de trabajo, utilizamos la prueba estadística de correlación de Pearson con un nivel de confianza del 95%, la ponderación se muestra en la tabla 11.

Ponderación del Coeficiente de correlación

Tabla 12. Ponderación del coeficiente de correlación

Rangos	Relación
0.96 – 1.00	Perfecta
0.85 – 0.95	Fuerte
0.70 – 0.84	Significativa
0.50 – 0.69	Moderada
0.20 – 0.49	Débil
0.10 – 0.19	Muy débil
0.09 – 0.00	Nula

Nota. Grado de asociación según coeficiente de correlación,
Mondragón (2014, p. 100 Citado en Grimaldos & Merino, 2019)

4.2.Resultados del Análisis Inferencial

De acuerdo a los resultados obtenidos se considera el análisis de la información adquirida de acuerdo a la encuesta realizada, afirmándose lo siguiente en las tablas.

Objetivo General:

Tabla 13. Coeficiente de correlación entre las estrategias funcionales y el nivel de exportación de arándanos

		Estrategias funcionales	Nivel de exportación de arándanos
Estrategias funcionales	Correlación de Pearson	1	,554
	Sig. (bilateral)		,014
	N	21	21
Nivel de exportación de arándanos	Correlación de Pearson	,554	1
	Sig. (bilateral)	,015	
	N	21	21

Interpretación: El coeficiente de correlación es de 0.554, presentando una correlación positiva moderada y su significancia aproximada (Sig. de 0.015), que es menor al nivel de significancia ($\alpha = 0.05$), por lo tanto, se indica que existe una relación positiva moderada entre las estrategias funcionales y el nivel de exportación de arándanos.

Objetivo específico 1.

Analizar la relación de las estrategias funcionales de producción y el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE. UU de Cajamarca, 2018-2020.

Tabla 14. Coeficiente de correlación entre las estrategias funcionales de producción y el nivel de exportación de arándanos

		Estrategias funcionales de producción	Nivel de exportación de arándanos
Estrategias funcionales de producción	Correlación de Pearson	1	,623
	Sig. (bilateral)		,014
	N	21	21
Nivel de exportación de arándanos	Correlación de Pearson	,623	1
	Sig. (bilateral)	,014	
	N	21	21

Interpretación: El coeficiente de correlación es de 0.623, presenta una correlación positiva moderada y su significancia aproximada (Sig. de 0.014), que es menor al nivel de significancia ($\alpha = 0.05$), por lo tanto, se indica que existe una relación positiva moderada entre las estrategias funcionales de producción y el nivel de exportación de arándanos.

Objetivo específico 2.

Determinar la relación de las estrategias funcionales de marketing y el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE. UU de Cajamarca, 2018– 2020.

Tabla 15. Coeficiente de correlación entre las estrategias funcionales de marketing y el nivel de exportación de arándanos

		Estrategias funcionales de marketing	Nivel de exportación de arándanos
Estrategias funcionales de marketing	Correlación de Pearson	de 1	,512
	Sig. (bilateral)		,017
	N	21	21

Nivel de exportación arándanos	Correlación de Pearson	de ,512	1
	Sig. (bilateral)	,017	
	N	21	21

Interpretación: El coeficiente de correlación es de 0.512, presentando una correlación positiva moderada y su significancia aproximada (Sig. de 0.017), que es menor al nivel de significancia ($\alpha = 0.05$), por lo tanto, se indica que existe una relación positiva moderada entre las estrategias funcionales de marketing y el nivel de exportación de arándanos.

Objetivo específico 3.

Identificar la relación de las estrategias funcionales financieras y el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE. UU de Cajamarca, 2018– 2020.

Tabla 16. Coeficiente de correlación entre la estrategia funcional financiera y el nivel de exportación de arándanos

		Estrategia funcional financiera	Nivel de exportación de arándanos
Estrategia funcional financiera	Correlación de Pearson	1	,528
	Sig. (bilateral)		,015
	N	21	21
Nivel de exportación de arándanos	Correlación de Pearson	,528	1
	Sig. (bilateral)	,015	
	N	21	21

Interpretación: El coeficiente de correlación es 0.528, presentando una correlación positiva moderada y su significancia aproximada (Sig. de 0.015), que es menor al

nivel de significancia ($\alpha = 0.05$), por lo tanto, indica que existe una relación significativa entre las estrategias funcionales financieras y el nivel de exportación de arándanos.

4.3.Resultados del Análisis Aplicado

De acuerdo al presente estudio, también se consideró los resultados a nivel aplicado, los cuales se muestran en las siguientes tablas.

Tabla 17. Relación entre las estrategias funcionales de producción y el nivel de exportación de arándanos de la región Cajamarca hacia el mercado de los EE.UU. 2020

		Estrategias funcionales de producción											
		Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Neutral		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Nivel de Exportación de arándanos	Totalmente en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Neutral	0	0%	0	0%	0	0%	2	9.5%	3	14.3%	5	23.8%
	De acuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	4	19%	8	38.1%	12	57.1%
	Totalmente de acuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	19.1%	4	19.1%
	Total	0	0%	0	0%	0	0%	6	28.5%	14	71.5%	21	100.0%

Interpretación: En la **tabla 17** se muestra que las estrategias funcionales de producción con respecto al nivel exportación de arándanos, el 28.5% opina de acuerdo y un 71.5% opina totalmente de acuerdo. Así mismo el 23.8% del total de encuestados opina neutral, el 57.1% de acuerdo y el 19.1% totalmente de acuerdo.

Tabla 18. Relación entre estrategias funcionales de marketing y el nivel de exportación de arándanos de la región Cajamarca hacia el mercado de los EE.UU. 2020

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Neutral		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	Nivel de exportación de arándanos											
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Neutral	0	0%	0	0%	0	0%	1	4.8%	2	9.5%	3	14.3%
De acuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	4	19%	7	33.3%	11	52.3%
Totalmente de acuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	2	9.5%	5	23.9%	7	33.4%
Total	0	0%	0	0%	0	0%	7	33.3%	14	66.7%	21	100.0%

En la **tabla 18** se muestra que las estrategias funcionales de marketing con respecto al nivel de exportación de arándanos, el 33.3% opina de acuerdo y un 66.7% opina totalmente de acuerdo. Así mismo el 14.3% del total de encuestados opina neutral, el 52.3% de acuerdo y el 33.4% totalmente de acuerdo.

Tabla 19. Relación entre la estrategia funcional financiera y el nivel de exportación de arándanos de la región Cajamarca hacia el mercado de los EE.UU. 2020

	Estrategias funcionales financieros												
	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Neutral		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Nivel de exportación de arándanos	Totalmente en desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	En desacuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Neutral	0	0%	0	0%	0	0%	1	4.8%	1	4.8%	2	9.6%
	De acuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	3	14.3%	9	42.9%	12	57.2%
	Totalmente de acuerdo	0	0%	0	0%	0	0%	2	9.5%	5	23.7%	7	33.2
	Total	0	0%	0	0%	0	0%	6	28.6%	15	71.4%	21	100.0%

En la **tabla 19**, se muestra que estrategia funcional financiera con respecto al nivel de exportación de arándanos, el 28.6% opina de acuerdo y un 71.4% opina totalmente de acuerdo. Así mismo el 9.6% del total de encuestados opina neutral, el 57.2% de acuerdo y el 33.2% totalmente de acuerdo.

4.4.Discusión

4.4.1. La investigación propuso como objetivo general, determinar la relación de las estrategias funcionales con el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE. UU de Cajamarca, 2018- 2020. Los resultados encontrados fueron que, existe una relación positiva moderada

entre las estrategias funciones y el nivel de exportación de arándanos, que existe una relación positiva moderada, ya que el coeficiente de correlación es de 0.554, y su significancia aproximada (Sig. de 0.015), que es menor al nivel de significancia ($\alpha = 0.05$). Según Carretero, et al (2019), Las estrategias funcionales permiten optimizar las actividades de negocios y la rentabilidad para toda unidad organizacional, por lo cual un negocio necesita tantas estrategias funcionales como número de actividades principales tenga.

4.4.2. El estudio propuso como objetivo específico 1. Analizar la relación de las estrategias funcionales de producción y el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE. UU de Cajamarca, 2018-2020. Los resultados encontrados concluyen que las estrategias funcionales de producción con respecto al nivel exportación de arándanos, el 28.5% opina de acuerdo y un 71.5% opina totalmente de acuerdo. Así mismo el 23.8% del total de encuestados opina neutral, el 57.1% de acuerdo y el 19.1% totalmente de acuerdo. Para Cabrera (2022) en su estudio concluye que la aplicación de estrategias de mercado debe enfocarse en elaborar ventajas competitivas en productos derivados, recursos nuevos y capacidades de producción. Las estrategias de desarrollo se basan en aplicar canales de distribución y la comercialización del producto en diversas áreas.

4.4.3. Propuso en el objetivo específico 2. Determinar la relación de las estrategias funcionales de marketing y el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE. UU de

Cajamarca, 2018– 2020, los resultados encontrados muestran que las estrategias funcionales de marketing con respecto al nivel de exportación de arándanos, el 33.3% opina de acuerdo y un 66.7% opina totalmente de acuerdo. Así mismo el 14.3% del total de encuestados opina neutral, el 52.3% de acuerdo y el 33.4% totalmente de acuerdo. Para Cruz (2018) en su estudio concluye que las estrategias de comercialización influyen de manera positiva en la exportación de arándanos frescos, debido a que incrementa la capacidad de ejecutar negocios en el mercado local. Las estrategias de marketing mix son un recurso básico para determinar el mercado de destino, tomando en cuenta los canales de distribución del producto, el conocimiento de la plaza y sus formas de distribución.

- 4.4.4.** Para finalizar el Objetivo específico 3. Identificar la relación de las estrategias funcionales financieras y el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes E.I.R. L a EE. UU de Cajamarca, 2018– 2020. muestra que estrategia funcional financiera con respecto al nivel de exportación de arándanos, el 28.6% opina de acuerdo y un 71.4% opina totalmente de acuerdo. Así mismo el 9.6% del total de encuestados opina neutral, el 57.2% de acuerdo y el 33.2% totalmente de acuerdo. Para Carreter, et al (2019) concluye en su estudio la propuesta de un plan de negocio es factible debido a que consta de una inversión de USD 491, 500 con un VAN de USD 18,200 y un TIR DE 685,80%.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. La presente investigación nos permite concluir en relación al objetivo 1, que existe una relación positiva moderada entre las estrategias funcionales de marketing y el nivel de exportación de arándanos con un coeficiente de correlación de 0.512, presentando una correlación positiva moderada y su significancia aproximada (Sig. de 0.017), que es menor al nivel de significancia ($\alpha = 0.05$).
2. Con respecto al objetivo 2, existe una relación positiva moderada entre las estrategias funcionales de marketing y el nivel de exportación de arándanos con un coeficiente de correlación es de 0.512, presentando una correlación positiva moderada y su significancia aproximada (Sig. de 0.017), que es menor al nivel de significancia ($\alpha = 0.05$). Para finalizar objetivo 3, por lo tanto, indica que existe una relación significativa entre las estrategias funcionales financieras y el nivel de exportación de arándanos, con un coeficiente de correlación es 0.528, presentando una correlación positiva moderada y su significancia aproximada (Sig. de 0.015), que es menor al nivel de significancia ($\alpha = 0.05$).

Recomendaciones

1. Se debería mejorar las estrategias funcionales para poder aplicar las dimensiones de estrategias de producción, marketing y financiera y generar conocimiento en el tema exportación a la empresa Colinas Verdes EIRL para fortalecer las estrategias e impulsar la venta de sus productos internacionalmente.
2. Se debe tener prioridad en la capacitación sobre marketing al personal de la empresa Colinas verdes E.I.R.L. a fin de tener mayor conocimiento en esta

área, para generar ventajas y aceptación en el mercado mediante la exportación de arándanos deshidratados a EE.UU.

3. Finalmente, la empresa Colinas Verdes EIRL, debería brindar capacitaciones constantes en el tema de estrategias funcionales para generar un buen conocimiento y los clientes se sientan satisfechos en la compra de sus productos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Cabrera (2022) *Arándanos. Estrategias de mercado para implementar en la exportación a los Estados Unidos*. Luján, Argentina. Universidad Nacional de Luján. Citado el 18 de enero de 2023. Disponible en: <https://ri.unlu.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/rediunlu/1453/TESIS%20FINAL%20III%20DAVID%20CABRERA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mesa, D. y Cortés, Y. (2019) *Plan de marketing internacional para la exportación de arándanos de la empresa Proplantas S.A.* Bogotá, Colombia. Universidad de La Salle. Citado el 18 de enero de 2023. Disponible en: https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1525&context=finanzas_comercio
- Ibarra, D. (2021) *Plan de exportación de arándanos azules de Colombia a Estados Unidos*. Bogotá, Colombia. Universidad de América. Citado el 18 de enero de 2023. Disponible en: <https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/8417/1/234901-2021-1-NIIE.pdf>
- Cruz (2018) *Estrategias de comercialización al mercado de Estados Unidos para las exportaciones de arándanos frescos de los agricultores de la región de la Libertad*. Lima, Perú. Universidad Privada del Norte. Citado el 18 de enero de 2023. Disponible en: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14235/Ale%20Cruz%20Estephany%20Lisset.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carretero, J., Zavaleta, K., Chiang, V., Guerra, C. y Pérez, M. (2019) *Plan de negocio para la constitución de una empresa de exportación de arándanos peruanos*. Lima, Perú. Universidad Científica del Sur. Citado el 18 de enero de 2023. Disponible en: <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/1495/TB-Carretero%20J-et%20al.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rosado (2018) *Estrategias competitivas para la exportación de arándanos al mercado chino, Lima 2017*. Lima, Perú. Universidad César Vallejo. Citado el 18 de enero de 2023. Disponible en: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30540/Rosado_SCM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Espinoza, L. y Rodríguez, L. (2022) *Marketing mix y su relación con las exportaciones de arándano de la ciudad de Cajamarca hacia el mercado de Estados Unidos 2020*. Cajamarca, Perú. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Citado el 18 de enero de 2023. Disponible en: <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/2117/Informe%20Final%20-%20%20Lucia%20Espinoza-%20Ly%20Rodriguez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Aquino, E. y Cachi, L. (2019) *Determinación del punto de equilibrio en el cultivo de arándanos para la exportación en la provincia de Cajamarca, 2018*. Cajamarca, Perú. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Citado el 18 de enero de 2023. Disponible en: <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1100/Tesis%20Pto%20Equilibrio%20de%20Arandanos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carrasco, D. (2019). *Metodología de investigación científica*. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación. Editorial San Marcos EIR.

Mías, C. (2019). *Metodología de investigación científica, estadística aplicada*. Editorial Brujas.

Información sin procesar (raw data) de una página web:

-ADEX – Asociación de Exportadores del Perú, Data TRADE MAP (2019- 2021)
Estadísticas de la Evolución de las exportaciones – importaciones peruanas.
Descripción de partida ARANDANOS ROJOS, MIRTILOS Y DEMAS FRUTOS
DEL GENERO VACCINIUM, FRESCOS. PARTIDA 0810400000

Disponible en el sitio web: <http://www.adexperu.org.pe>

-SANTANDER TRADE – Indicadores Económicos de Estados Unidos (2020)

-TRADE MAP – Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional
Datos comerciales mensuales trimestrales y anuales, Valores de importación
y exportación (2019- 2021)

Disponible en el sitio web: <https://www.trademap.org/Index.aspx>.

ANEXO A. MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: ESTRATEGIAS FUNCIONALES Y NIVEL DE EXPORTACION DE ARANDANOS DESHIDRATADOS DE LA EMPRESA COLINAS

VERDES EIRL A EE. UU DE CAJAMARCA, 2018- 2020

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores	Metodología
<p>Problema general ¿Cómo las estrategias funcionales inciden en el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes EIRL a EE. UU de Cajamarca, 2018 -2020?</p> <p>Problemas específicos ¿Como las estrategias funcionales inciden en los aranceles de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes EIRL a EE. UU de Cajamarca, 2018-2020?</p> <p>¿Como el nivel de exportación inciden en la estrategia de comercialización de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes EIRL a EE. UU de Cajamarca 2018– 2020?</p> <p>¿Como las estrategias funcionales inciden en los precios para la</p>	<p>Objetivo general Determinar la incidencia de las estrategias funcionales y el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la empresa Colinas Verdes EIRL a EE. UU de Cajamarca- 2018- 2020.</p> <p>Objetivos específicos Analizar la incidencia de las estrategias funcionales de los aranceles de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes EIRL a EE. UU de Cajamarca, 2018 - 2020.</p> <p>Determinar la incidencia del nivel de exportación de la estrategia de comercialización de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes EIRL de Cajamarca, 2018 – 2020.</p>	<p>Hipótesis general Las estrategias funcionales inciden significativamente en el nivel de exportación de arándanos deshidratados de la empresa Colinas Verdes EIRL de Cajamarca, 2018-2020</p> <p>Hipótesis Especificas Las estrategias funcionales inciden significativamente en los aranceles de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes EIRL a EE. UU de Cajamarca, 2018-2020.</p> <p>El nivel de exportación incide significativamente en la estrategia de comercialización de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes EIRL de Cajamarca, 2018 - 2020.</p>	<p>Variable X: Estrategias Funcionales</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias Funcional de Producción • Estrategias Funcional de comercialización o marketing • Estrategias Funcional Financiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad productiva • Economía de escala • Ventaja competitiva • Acceso a un mercado amplio • Ventas • Mejora de la imagen • Eliminación del coste de transporte internacional • Diversificación de riesgos • Compensación de resultados • Acceso a la financiación internacional 	<p>Tipo de Investigación: Investigación aplicada</p> <p>Nivel de investigación: No experimental</p> <p>Diseño de investigación: Correlacional</p> <p>Área de investigación: Empresa Colinas Verdes EIRL.</p> <p>Población: Colaboradores de la empresa.</p>

<p>exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes EIRL a EE. UU de Cajamarca, 2018 – 2020?</p>	<p>Identificar la incidencia de las estrategias funcionales en los precios para la exportación de arándanos deshidratado de la Empresa Colinas Verdes EIRL de Cajamarca, 2018 – 2020.</p>	<p>Las estrategias funcionales inciden significativamente en los precios para la exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes EIRL de Cajamarca, 2018-2020.</p>	<p>Variable Y: Nivel de exportación a EE. UU</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selección del país de destino • Formas de exportación • Aranceles • Precios exportación • Ferias 	<ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos • Exportación directa • Exportación indirecta • Partida arancelaria • Precios de exportación a nivel mundial • Precios de exportación a Estados Unidos • Ferias internacionales en EE. UU 	<p>Muestra: Empresa Colinas Verdes EIRL</p> <p>Técnica e Instrumentos: Encuesta – Guía de Entrevista</p>
---	---	--	---	--	--

Elaboración Propia

ANEXO B. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1. Variables (definición conceptual y operacional)

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Instrumento
X. Estrategias funcionales	Según Carreter, et (2019, Las estrategias funcionales permiten optimizar las actividades del negocio y la rentabilidad para toda unidad organizacional, por lo cual un negocio necesita tantas estrategias funcionales .	Para analizar operativamente la variable estrategias funcionales, rea realizó la medición a través de las siguientes dimensiones: Estrategias funcionales de producción, estrategias funcionales comercial o marketing y estrategias funcionales financieras.	X.1. Estrategias funcionales producción. X.2. Estrategias funcionales comercial o marketing. X.3. Estrategias funcionales financieras.	X.1.1. Capacidad productiva. X.1.2. Economía de escala. X.1.3. Ventaja competitiva. X.2.1. Acceso a un mercado amplio. X.2.2. Ventas. X.2.3. Mejora de la imagen. X.2.4. Coste de transporte internacional. X.3.1. Diversificación de riesgos. X.3.2. Competencia de resultados. X.3.3. Acceso a la financiación internacional.	
Y. Nivel de exportación	La exportación consiste en la salida de plaza, para ser consumidas en el exterior del territorio aduanero nacional de mercaderías nacionales o nacionalizadas, sujetas al pago de tributos o al amparo de	Para analizar operativamente la variable estrategias funcionales, rea realizó la medición a través de las siguientes dimensiones: selección del país destino, formas de exportación, aranceles, precios de	Y.1. Selección del país destino. Y.2. Formas de exportación. Y.3. Aranceles Y.4. precios de exportaciones.	Y.1.1. Estados Unidos. Y.2.1. Exportación directa. Y.2.2. exportación indirecta. Y.3.1. Partida arancelaria. Y.4.1. Precios de exportación a nivel mundial. Y.4.2. Precios de exportación en estados unidos.	

Análisis documental y Cuestionario
(TRADE MAP, SIICEX, SUNAT Y ADEX)

las franquicias... exportaciones y ferias
(PROMPERU, 2016) internacionales.

Y.5. Ferias Y.5.1. Ferias internacionales en Estados Unidos.
internacionales.

Fuente: Elaboración propia.

Expertos para medir la variable estrategias funcionales.

Expertos	Grado	Puntuación %
.....	Doctor	86.6
.....	Magister	85.4
Promedio general		86.0

Nota. Se indica en la tabla una calificación del 86,00% de validez de “Muy Bueno”, por lo su aplicación en la investigación esta acepta.

a) Medida de nivel de exportación de arándanos deshidratados

Expertos para medir la variable nivel de exportación de arándanos deshidratados

Expertos	Grado	Puntuación %
.....	Doctor	86.6
.....	Magister	88.5
Promedio general		87.5

Nota. Se indica en la tabla una calificación del 87,55% de validez de “Muy Bueno”, por lo su aplicación en la investigación esta acepta.

En relación a los indicadores instrumentos son válidos para determinar la relación de las variables de la investigación que son las estrategias funcionales y nivel de exportación de arándanos deshidratados.

ANEXO C. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

Validez.

Carrasco (2019) manifiesta que: La validez es un elemento de medición que evalúa sobre la base de todos los tipos de evidencia. Cuanto mayor sea la demostración de validez del comprendido la validez de criterio y de validez de constructo tenga un instrumento de medición, éste se aproximará más a representar las variables que pretende medir.

Validez total = validez de contenido + validez de criterio + validez de constructo

Para este proceso se utilizará mediante juicio de expertos en el área de Administración Universidad Nacional de Cajamarca

FICHA DE VALIDACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES: *Vargas Ruiz Alejandra*
 1.2. GRADO ACADÉMICO: *Dact.*
 1.3. INSTITUCIÓN QUE LABORA: *S.M.*
 1.4. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Estrategias funcionales y nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes EIRL a EE. UU de Cajamarca, 2018 -2020.
 1.5. AUTOR DEL INSTRUMENTO: Bach. León Rojas, Viviana Raquel.
 Bach. Alva Rojas, Erika Lisset
 1.6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Estrategias funcionales
 1.7. CRITERIOS DE APLICABILIDAD
 a) De 01 a 08 (no válido, reformular) d) De 15 a 17 (válido, precisar)
 b) De 09 a 11 (no válido, modificar) e) De 18 a 20 (válido, aplicar)
 c) De 12 a 14 (válido, mejorar)

II. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CANTITATIVOS	Deficiente (01-08)	Regular (09-11)	Bueno (12-14)	Muy bueno (15-17)	Excelente (18-20)
		01	02	03	04	05
1. Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado					X 18
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables					X 18
3. Actualidad	Adecuado al estado de la ciencia y tecnología					X 18
4. Organización	Existe una organización y lógica					X 18
5. Suficiencia	Cubre los aspectos en cantidad y calidad					X 18
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los aspectos de estudio					X 18
7. Coherencia	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio					X 18
8. Coherencia	Entre las variables, dimensiones y los indicadores					X 18
9. Metodología	La estrategia responde a los objetivos					X 18
10. Correspondencia	Genera nuevas posturas para la investigación y construcción de teorías					X 18
Sub total						X 18
Total						180

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x0.4):
 VALORACIÓN CUALITATIVA:
 OPINIÓN DE APLICABILIDAD:



FIRMA DEL EXPERTO
 DNI. *7724300*

FICHA DE VALIDACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

II. DATOS GENERALES

- 1.1. APELLIDOS Y NOMBRES: Josque Buitrago Alejandro
 1.2. GRADO ACADÉMICO: Doctor
 1.3. INSTITUCIÓN QUE LABORA: UNIC
 1.4. TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: Estrategias funcionales y nivel de exportación de arándanos deshidratados de la Empresa Colinas Verdes EJRL a EE. UU de Cajamarca, 2018 -2020.
 1.5. AUTOR DEL INSTRUMENTO: Bach. León Rojas, Viviana Raquel.
 Bach. Alva Rojas, Erika Lisset
 1.6. NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Nivel de exportación
 1.7. CRITERIOS DE APLICABILIDAD
 a) De 01 a 08 (no válido, reformular) d) De 15 a 17 (válido, precisar)
 b) De 09 a 11 (no valido, modificar) e) De 18 a 20 (válido, aplicar)
 c) De 12 a 14 (válido, mejorar)

II. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		(01-08)	(09-11)	(12-14)	(15-17)	(18-20)
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado	01	02	03	04	05
2. Objetividad	Está expresado en conductas observables					18
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					18
4. Organización	Existe una organización y lógica					18
5. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					18
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar los aspectos de estudio					18
7. Consistencia	Buscado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio					18
8. Coherencia	Entre las variables, dimensiones y los indicadores					18
9. Metodología	La estrategia responde a los objetivos					18
10. Conveniencia	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías					18
Sub total						180
Total						180

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x0.4):

VALORACIÓN CUALITATIVA:

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:



FIRMA DEL EXPERTO

DNI 17827302

b) Validación de juicio de expertos

Experto	Validador	Nivel de aplicación
Mg.	Temático	Aplicable
Mg.	Metodólogo	Aplicable

Confiabilidad de los instrumentos.

De acuerdo con, Bernal (2012) Revela que:

La confiabilidad de un cuestionario se refiere a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se las examina en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios. Lo afirma McDaniel y Gates (1992), “que es una capacidad de la misma herramienta para producir resultados adecuados cuando se realice por segunda vez, en ambientes semejantes que sea viable”. Si la consulta es afirmativa, se dice que la herramienta es confiable.

Confiabilidad estrategias funcionales

		N	%
Casos	Validos	10	100.0
	Excluidos	0	0.0
	Total	10	100.0

Fuente: Procesado por el autor con el software SPSS versión 26.

Estadísticos de fiabilidad estrategias funcionales

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,856	24

Según el valor del Alfa de Cronbach, el cuestionario para medir las estrategias funcionales, presenta un coeficiente de 0,856 y utilizando la escala de confiabilidad, este valor pertenece al

intervalo de 0,8 – 0,9 por lo que la guía de análisis documental recibió una calificación de “nivel bueno” lo que demuestra que es fiable y por ende los resultados también lo son.

a) Confiabilidad del cuestionario para la variable nivel de nivel de exportación de arándanos deshidratados.

Confiabilidad nivel de exportación de arándanos deshidratados

		N	%
Casos	Validos	10	100.0
	Excluidos	0	0.0
	Total	10	100.0

Fuente: Procesado por el autor con el software SPSS versión 26.

Tabla 1.

Estadísticos de fiabilidad nivel de exportación de arándanos deshidratados

Alfa de Cronbach	N ^a de elementos
0,866	21

Según el valor del Alfa de Cronbach, el cuestionario para medir el nivel de exportación de arándanos deshidratados, presenta un coeficiente de 0,866 y utilizando la escala de confiabilidad, este valor pertenece al intervalo de 0,8 – 0,9 por lo que la guía de análisis documental recibió una calificación de “nivel bueno” lo que demuestra que es fiable y por ende los resultados.

Aspectos éticos

Esta investigación se realizó con honestidad e integridad, respetando el uso de normas APA 7 y el derecho de autores, así como el anonimato de los encuestados. Se cumplió con Ética Profesional los principios fundamentales de la moral individual y social, para satisfacer el bien común, de acuerdo con el código de Ética en Investigación de la Universidad Antonio Guillermo Urrel; con Base legal Constitución política del Perú. 1993. - Ley Universitaria (Ley 30220). 2014. - Ley General de Salud (Ley N° 26482. - Ley sobre el Derecho

de Autor (Decreto legislativo 822). 2003. - Estatuto de la Universidad Privada
Antonio Guillermo Urrelo. 2016. - Reglamento de investigación de la UPAGU.

ANEXO D. INSTRUMENTO: GUIA DE ENTREVISTA

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS CORRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Instrumento N° 1: Guía de Entrevista

La entrevista está dirigida al Gerente de la empresa “COLINAS VERDES EIRL”, con la finalidad de obtener información sobre las estrategias funcionales y nivel de exportación de arándanos deshidratados.

Sírvase responder con confianza y seguridad las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es la actividad principal de la empresa y cuál ha sido su evolución en el tiempo respecto a producción y mercado?

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

2. En los últimos 5 años la empresa ha sufrido modificaciones en infraestructura, equipamiento u otro aspecto (porcentaje de incremento de capital, renovación de equipamiento, mejoramiento de infraestructura. Montos o % de variación).

.....
.....

3. ¿Cuál es la capacidad productiva de la empresa, se realizan economías de escala y podría señalar la ventaja competitiva de la empresa?

.....
.....

4. ¿Fecha de inicio de actividades y cómo ha evolucionado la empresa hasta la actualidad?

.....
.....

-
.....
5. ¿Cuál ha sido el comportamiento de las ventas (incrementos en %, soles, volumen de producción) conquista de mercados, mejora de imagen corporativa, fletes nacionales e internacionales?
-
.....
.....
6. ¿Cómo financia sus operaciones? ¿Presenta antecedentes en el sistema financiero? ¿Cómo ha tomado los riesgos? Algunas lecciones aprendidas. Compensación de resultados.
-
.....
7. ¿Ha tenido alguna experiencia con el mercado internacional? Explíquenos los detalles.
-
.....
8. ¿Está en sus metas el mercado internacional; algún país o mercado en específico? tiene algo avanzado al respecto (aranceles, normas de calidad, regulación, precios, ferias, trámites y requisitos)
-
.....

Gracias por su amplia colaboración