Universidad Continental

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración y Negocios Internacionales

Tesis

El proceso logístico mediante el Modelo SCOR en las exportaciones de jengibre en la región Junín

Henry Julio Estefano Luna Villacorta
Nathaly Alessandra Poma Moya

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Huancayo, 2022

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital

Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

Asesor.

Leónidas Jesús Chávez Avilés

Dedicatoria.

La tesis se la dedicamos a Dios, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, a nuestros padres por el apoyo incondicional que nos brindaron en nuestra formación profesional.

Agradecimientos.

Agradecemos a Dios por bendecirnos con la vida, por guiarnos en todo el camino, por ser apoyo y fortaleza en momentos difíciles y de debilidad.

Agradecemos a los docentes de la Universidad Continental, por sus enseñanzas y por compartir sus experiencias que sirvieron para llenarnos de conocimientos y estar más preparados para enfrentar el mundo.

Agradecemos a nuestros padres, porque ellos son el pilar de nuestras vidas, y nos apoyan incondicionalmente.

Los autores.

Contenidos

Dedicatoria.....iii

Agradecimientos.....iv

Contenidos.....v

Lista de tablas.....ix

Lista de figuras.....x

Resumen.....xiii

Abstract.....xiv

Introducción.....xv

Capítulo I: Planteamiento del estudio.....17

1.1. Delimitación de la investigación.....17

1.1.1. Territorial.....17

1.1.2. Temporal.....17

1.1.3. Conceptual.....17

1.2. Planteamiento del problema.....17

1.3. Formulación del problema.....25

1.3.1. Problema general.....25

1.3.2. Problemas específicos.....25

1.4. Objetivos de la investigación.....25

1.4.1. Objetivo general.....25

1.4.2. Objetivos específicos.....26

1.5. Justificación de la investigación 26

1.5.1. Justificación teórica 26

1.5.2. Justificación práctica 27

Capítulo II: Marco teórico 28

2.1. Antecedentes de investigación 28

2.1.1. Artículos científicos 28

2.1.2. Tesis nacionales e internacionales 32

2.2. Bases teóricas 36

2.2.1. Logística 36

2.2.2. Indicadores de la gestión logística 36

2.2.3. Objetivos de los indicadores logísticos 38

2.2.4. Proceso logístico 39

2.2.5. Modelo SCOR 41

2.2.6. Procesos del modelo SCOR 43

2.2.7. Características del modelo SCOR 44

2.2.8. Proceso de exportación 46

2.2.9. Jengibre 49

2.3. Definición de términos básicos 50

Capítulo III: Metodología 52

3.1. Enfoque de la investigación 52

3.2. Tipo de investigación 52

3.3. Nivel de investigación 52

3.4. Métodos de investigación 52

3.5. Diseño de investigación 53

3.6. Población y muestra 54

3.6.1. Población 54

3.6.2. Muestra 55

3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos 57

3.8. Técnicas estadísticas de análisis de datos 58

3.9. Identificación de las variables 58

3.10. Operacionalización de las variables 59

Capitulo IV: Resultados 61

4.1. Análisis de los resultados. 61

4.2. Análisis de la planificación 62

4.3. Análisis del abastecimiento 65

4.4. Análisis de la producción 68

4.5. Análisis de la distribución 71

4.6. Análisis de la devolución 75

4.7. Análisis de apoyo/habilitación 77

4.8. Análisis por empresa 80

4.8.1. Análisis empresa asociación agroecológica sostenible High Mountain 80

4.8.2. Análisis empresa Elisur Organic 86

4.8.3. Análisis empresa Añawi Export 92

4.8.4. Análisis empresa Hamillton Farm Perú 98

4.8.5. Análisis empresa APROMAC 104

4.8.6. Análisis empresa Agroexportaciones Llacta 110

4.8.7. Análisis empresa Agroindustria Selva Central 116

4.9. Discusión de resultados 125

4.9.1. Respecto al objetivo general 125

4.9.2. Respecto a los objetivos específicos. 126

Conclusiones 130

Recomendaciones 132

Referencias 134

Lista de tablas

Tabla 1. Indicadores logísticos. 37

Tabla 2. Niveles del modelo SCOR 43

Tabla 3. Empresas de jengibre región Junín. 55

Tabla 4. Empresas exportadoras de jengibre de la región Junín. 56

Tabla 5. Operacionalización de las variables 59

Tabla 6. Respuestas a los ítems de la planificación (n = 7). 63

Tabla 7. Respuestas a los ítems del abastecimiento (n = 7) 66

Tabla 8. Respuestas a los ítems de la producción (n = 7) 69

Tabla 9. Respuestas de los ítems de la distribución (n = 7) 72

Tabla 10. Respuestas de los ítems de la devolución (n = 7) 75

Tabla 11. Respuestas de los ítems apoyo/habilitación (n = 7) 78

Lista de figuras

Figura 1: Evolución de las exportaciones de jengibre. 21

Figura 2: Precios de jengibre en Estados Unidos 22

Figura 3: Precios de jengibre en Países Bajos 23

Figura 4: Resultados dimensión de planificación. 63

Figura 5: Resultados dimensión de abastecimiento. 67

Figura 6: Resultados de la dimensión producción. 70

Figura 7: Resultados de la dimensión distribución. 73

Figura 8: Resultados de la dimensión devolución. 76

Figura 9: Resultados dimensión de apoyo/habilitación. 79

Figura 10: Resultados de la dimensión planificación en la asociación agroecológica sostenible High Mountain 81

Figura 11: Resultados de la dimensión abastecimiento en la asociación agroecológica sostenible High Mountain 82

Figura 12: Resultados de la dimensión producción en la asociación agroecológica sostenible High Mountain 83

Figura 13: Resultados de la dimensión distribución en la asociación agroecológica sostenible High Mountain 84

Figura 14: Resultados de la dimensión devolución en la asociación agroecológica sostenible High Mountain 85

Figura 15: Resultados de la dimensión apoyo/habilitación en la asociación agroecológica sostenible High Mountain 86

Figura 16: Resultados de la dimensión planificación Elisur organic 87

Figura 17: Resultados de la dimensión abastecimiento Elisur organic. 88

Figura 18: Resultados de la dimensión producción Elisur organic. 89

Figura 19: Resultados de la dimensión distribución Elisur organic 90

Figura 20: Resultados de la dimensión devolución Elisur organic 91

Figura 21: Resultados de la dimensión apoyo/habilitación de Elisur organic.....92

Figura 22: Resultados de la dimensión planificación Añawi Export. 93

Figura 23: Resultados de la dimensión abastecimiento de Añawi Export. 94

Figura 24: Resultados de la dimensión producción de Añawi Export. 95

Figura 25: Resultados de la dimensión distribución de Añawi Export. 96

Figura 26: Resultados de la dimensión devolución de Añawi Export.....97

Figura 27: Resultados de la dimensión apoyo/habilitación de Añawi Export.....98

Figura 28: Resultados de la dimensión planificación en Hamilton Farm.....99

Figura 29: Resultados de la dimensión abastecimiento en Hamilton farm. 100

Figura 30: Resultados de la dimensión producción en Hamilton Farm 101

Figura 31: Resultados de la dimensión distribución en Hamilton Farm. 102

Figura 32: Resultados de la dimensión devolución en Hamilton Farm.....103

Figura 33: Resultados de la dimensión apoyo/habilitación en Hamilton Farm.....104

Figura 34: Resultados de la dimensión planificación en APROMAC. 105

Figura 35: Resultados de la dimensión abastecimiento en APROMAC. 106

Figura 36: Resultados de la dimensión producción en APROMAC. 107

Figura 37: Resultados de la dimensión distribución en APROMAC. 108

Figura 38: Resultados de la dimensión devolución en APROMAC. 109

Figura 39: Resultados de la dimensión apoyo/habilitación en APROMAC. 110

Figura 40: Resultados de la dimensión planificación de Agroexportaciones Llacta. 111

Figura 41: Resultados de la dimensión abastecimiento de Agroexportaciones Llacta.....112

Figura 42: Resultados de la dimensión producción de Agroexportaciones Llacta.....113

Figura 43: Resultados de la dimensión distribución de Agroexportaciones Llacta 114

Figura 44: Resultados de la dimensión devolución de Agroexportaciones Llacta. 115

Figura 45: Resultados de la dimensión apoyo/habilitación de agroexportaciones llacta ..116

Figura 46: Resultados de la dimensión planificación de Agroindustrias Selva Central....117

Figura 47: Resultados de la dimensión abastecimiento de Agroindustrias Selva Central.118

Figura 48: Resultados de la dimensión producción de Agroindustrias Selva Central.....119

Figura 49: Resultados de la dimensión distribución de Agroindustrias Selva Central. 120

Figura 50: Resultados de la dimensión devolución de Agroindustrias Selva Central. 121

Figura 51: Resultados de la dimensión apoyo/habilitación de Agroindustrias Selva Central.
.....122

Resumen

La tesis se planteó como objetivo general de determinar los procesos de la gestión logística basados en el Modelo SCOR que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín. Se recopilaron los datos a través de un cuestionario y una ficha de observación aplicada a los gerentes, dueños y las empresas exportadoras ubicadas en la región Junín. El método general de la investigación es deductivo, de tipo aplicada, nivel descriptivo, con diseño no experimental, transversal. Para el análisis de datos se empleó el programa de IBM SPSS Statistics 25, mediante el cual se elaboraron gráficos que permitieran una mejor interpretación de los datos obtenidos en el estudio. En los resultados se empleó un análisis coherente de los datos, relacionándolos con investigaciones y artículos relacionados al presente estudio de manera que permitiera obtener conclusiones relevantes y fundamentadas de la gestión logística mediante el modelo SCOR.

Palabras claves: Proceso logístico, Modelo SCOR, exportaciones de jengibre.

Abstract

The general objective of the thesis was to determine the logistics management processes based on the SCOR Model that affect ginger exporting companies in the Junín region. Data were collected through a questionnaire and an observation sheet applied to managers, owners and exporting companies located in the Junín region. The general method of the research is deductive, applied, descriptive, with a non-experimental, cross-sectional design. For data analysis, the IBM SPSS Statistics 25 program was used, which was used to create graphs that allowed a better interpretation of the data obtained in the study. In the results, a coherent analysis of the data was used, relating them to research and articles related to the present study in order to obtain relevant and well-founded conclusions on logistics management using the SCOR model.

Key words: Logistics process, SCOR model, ginger exports.

Introducción

El proceso logístico es uno de los principales factores a tomar en cuenta al momento de buscar la internacionalización de algún producto, ya que abarca todas las actividades y con una correcta coordinación entre el transporte y distribución de productos incluso tomando en cuenta la producción. El modelo SCOR, según Faena (2021), este modelo se dedica principalmente a la regulación y optimización de procesos para de esa manera los procesos se puedan transformar y ampliarse a los mercados actuales y las necesidades en estos, puede ser considerado una herramienta que permite mejorar el rendimiento en las empresas y facilitar el análisis para ser fácilmente comparado. Dentro de este modelo se considera 5 procesos básicos los cuales son, la planificación, el aprovisionamiento, la producción, la distribución y la devolución, los cuales forman parte de la tesis.

A nivel mundial el aprecio y uso del jengibre se está incrementando, según Andina (2022), comenta que en la actualidad se percibe una mayor presencia de productos a base de jengibre con un valor agregado en Estados Unidos y las Naciones Europeas. Teniendo en cuenta que en Estados Unidos el uso es en bebidas, mermeladas y caramelos con mezclas con otros cítricos. Asimismo, en Europa se pueden encontrar productos más ligados a la higiene y el cuidado personal. Además, se resalta la presencia del jengibre en mercados de confitados e infusiones y que su uso no solo se limita a la industria alimentaria y gastronómica sino también a los rubros de saborizantes, farmacéuticos, perfumería y aromas.

En el Perú, de acuerdo con Caretas.pe (2021), con respecto al mundo el país se encuentra como el cuarto país exportador en jengibre, ubicado después de países como China, Países Bajos y Tailandia, además informa que 90% de la producción nacional de jengibre se produce en la región Junín, en específico en las provincias de Chanchamayo y Satipo gracias a las condiciones excelentes de cultivo.

La tesis hace referencia al tema del proceso logístico en las exportaciones peruanas de jengibre las empresas exportadoras de la región Junín tomando en consideración al modelo SCOR en el análisis, el propósito principal de esta investigación es determinar los procesos que inciden en gestión logística basados en el modelo SCOR en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín. La investigación se apoya en las teorías de Martin C. (2015) autor del libro *"Logistics and Supply Chain Management"* Además de apoyarse también en el estudio de Mora L. (2016) autor del libro "Gestión Logística Integral*"*.

Asimismo, la tesis contribuye a la industria ya que identifica los procesos del modelo SCOR con enfoque en la gestión logística que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín, de manera que el estudio sirva de base a estas para optimizar los procesos necesarios e identificar los puntos fuertes y débiles de las empresas de manera que puedan aplicar estrategias a futuro.

Capítulo I: Planteamiento del estudio

1.1. Delimitación de la investigación

1.1.1. Territorial

La tesis se realizó en la región Junín, se estudió a las empresas agroexportadoras de jengibre.

1.1.2. Temporal

La tesis se realizó en el año 2022, durante los meses de enero a julio.

1.1.3. Conceptual

Esta tesis fue delimitada conceptualmente al estudio de la gestión logística y sus procesos basados en el modelo SCOR, tomando como base a Martin C. (2015) autor del libro *"Logistics and Supply Chain Management" y* Mora L. (2016) autor del libro *"Gestión logística integral"*, estos libros dan a conocer sobre procesos logísticos y modelo SCOR conceptos requeridos para la tesis.

1.2. Planteamiento del problema

De acuerdo con, It User (2021), en su artículo web "Grandes tendencias que impactarán en el futuro de la logística", la logística ha jugado un papel muy importante en la pandemia y que, con el boom del comercio electrónico, el sector tiene cada vez más peso en la economía, del mismo modo este sector se está transformando para avanzar y lograr una logística sostenible, que se más receptiva a los rápidos cambios del sector y de manera más digitalizada. Además, el autor comenta que la logística tiene un gran impacto en la satisfacción del cliente, teniendo en cuenta que algunas características de las compras online como el precio, la variedad y la velocidad de entrega están relacionadas con esta, por esa razón el emplear tecnologías como el *big data* y la inteligencia artificial para lo que ahora

se está llamando Logística 4.0 en la que los daros y el análisis de estos, en conjunto con el *machine learning* se entrelazan. En el sector logístico la pandemia acelero el proceso de esta área de tal manera que se lograron identificaron nuevas necesidades en el mercado.

Para complementar la idea anterior, se puede mencionar a Valencia (2021) en "5 tendencias que están transformando el sector logístico", donde también menciona de como el *big data* está revolucionando el sector, pero también habla de la robotización, el cual es la implementación de sistemas automatizados de robots para facilitar diversas funciones principalmente en los almacenes. Esta tecnología apoya en tareas relacionadas con el abastecimiento, descarga labores de inventariado, identificación de productos, empaque y cree que en un futuro incluso con la distribución. Por otro lado, habla del *Blockchain*, el cual es una tecnología que se basa en un registro único de la información, pero distribuida en nodos. Este sistema permite mejorar la seguridad digital, desde el sector logístico hasta las operaciones con criptomonedas como ya se vio en los últimos años. Finalmente habla del *On demand*, que vendían a ser modelos logísticos que son pagados únicamente cuando se usan, lo cual dice que ofrece un servicio flexible e individualizado que se adapta a las fluctuaciones de la actividad económica de las empresas. De esta manera que las empresas puedan disponer de los servicios logísticos cuando se requieran y no tenerlos como un costo fijo mensual.

Según Carbajal (2020), el sector logístico ha tenido que adaptarse a nuevas circunstancias del entorno. El impacto de la pandemia sobre el sector logístico se vio reflejado en una baja de las exportaciones e importaciones, debido a la congestión en los puertos asiáticos, las tarifas se incrementaron por los desvíos hacia otros puertos. *Onest Logistics***,** es una empresa mexicana especialista en servicios logísticos que suelen ser flexibles con los usuarios de sus servicios, esta organización se ha adaptado a las necesidades

del mercado durante la pandemia a través de la implementación de servicios de almacenaje y transporte para las manufactureras estos servicios fueron tanto *online* como *offline*.

De acuerdo con López (2020), en su investigación para NAI Perú, el mercado logístico ha presentado desafíos que requieren el planteamiento de propuestas más eficaces. La pandemia ha acelerado el proceso de evolución del comercio electrónico. El impacto económico producido por las medidas para contener la pandemia ha motivado a que empresas de diferentes rubros como *retail*, consumo masivo y bienes duraderos busquen nuevas formas de generar ahorro en sus costos logísticos. De igual manera, desean mejorar la eficiencia en los procesos.

Burgos (2021), en su artículo, comenta que los patrones SCOR ayudan a las empresas a evaluar y perfeccionar la gestión logística en aspectos como fiabilidad, consistencia y eficacia, las versionas más actuales de SCOR incluyen lo que ella llama drivers emergentes, que cubren temas actuales como omnicanal, metadatos y *blockchain*, siendo su estructura actualizada para que se alinee perfectamente con estrategias digitales. Finalmente comenta que SCOR se focaliza en todas las interacciones con los clientes, desde el momento en que se realiza el pedido hasta que la factura es abonada.

Diario Gestión (2021), informa que en el mes de julio del 2021 las exportaciones peruanas sumaron $4,162 millones, lo cual significó un incremento del 16% comparado al año 2020. Aun así, dice que pese a este crecimiento la Cámara de Comercio de Lima dijo que existe una caída de despachos en los principales mercados de destino como el caso de China, ya que los envíos sumaron $1,242 millones, siendo esta cifra 5.5% menor a la de Julio del 2020, siguiendo Estados Unidos con $564 millones, significando esto una reducción de 12.7%, de igual manera esta variación negativa también se registró en destinos como Canadá y Japón. Las principales líneas de productos exportados fueron los minerales de cobre, el oro, los cátodos de cobre refinados, paltas frescas, harina de pescado, minerales

de plomo, minerales de hierro, petróleo residual, grasas y aceites de pescado y mandarinas frescas.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) entre abril y mayo del 2021 las exportaciones se incrementaron más del 100 %, el Mincetur afirma que este crecimiento corresponde a ventas de productos no tradicionales y tradicionales, que aumentaron en un 75 % y un 114 %, respectivamente. Las agroexportaciones, tuvieron un fuerte crecimiento ya que se acumuló un valor de envíos de 551 millones de dólares, gracias a las ventas de frutas y hortalizas.

De acuerdo con Solano (2020) de Myperugloblal, comenta que los envíos de jengibre incrementaron un 140% el primer semestre del 2020 comparando al año 2019, dice además que los montos en valores FOB llegaron a superar los $29.5 millones. De igual manera los volúmenes de exportación se vieron incrementados en 162%, registrando envíos superiores a las 14,950 toneladas. El mismo autor también informa que el jengibre peruano llego a 20 mercados, siendo los principales 5: Estados Unidos, Holanda, Canadá, España y Alemania. Con respecto a los precios de exportación tuvieron a Estados Unidos y Holanda que pagaban $2.2 y $2 por kilogramo respectivamente, sin embargo, los mercados que reflejaban un mayor precio fueron Alemania y Francia con $2.9 y $3.4 por kilogramo.

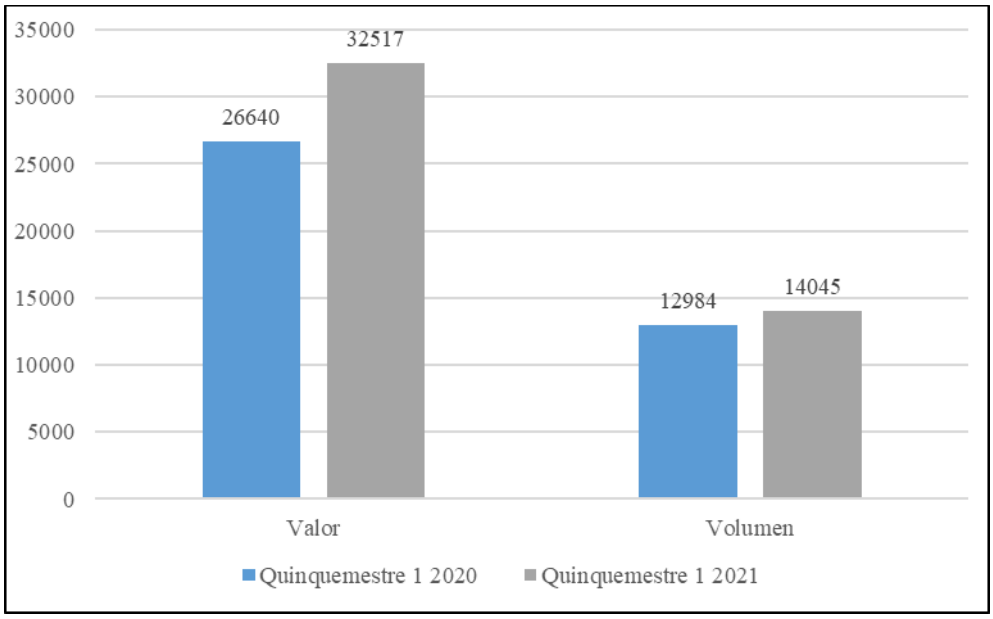
Finalmente, comenta que si bien 84 fueron las empresas que exportaron jengibre durante el 2020, cinco de ellas fueron las principales exportadoras:

- Agronegocios La Grama: $4.9 millones en valores FOB, exportados.
- JCH Agroexportaciones: $2.5 millones en valores FOB, exportados.
- Fruitxchange: $2.3 millones en valores FOB, exportados.
- Kion Export: $1.4 millones en valores FOB, exportados.

- Elisur Organic: $1.2 millones en valores FOB, exportados.

Figura 1.

Evolución de las exportaciones de jengibre.



Nota: Tomado de SUNAT (2021).

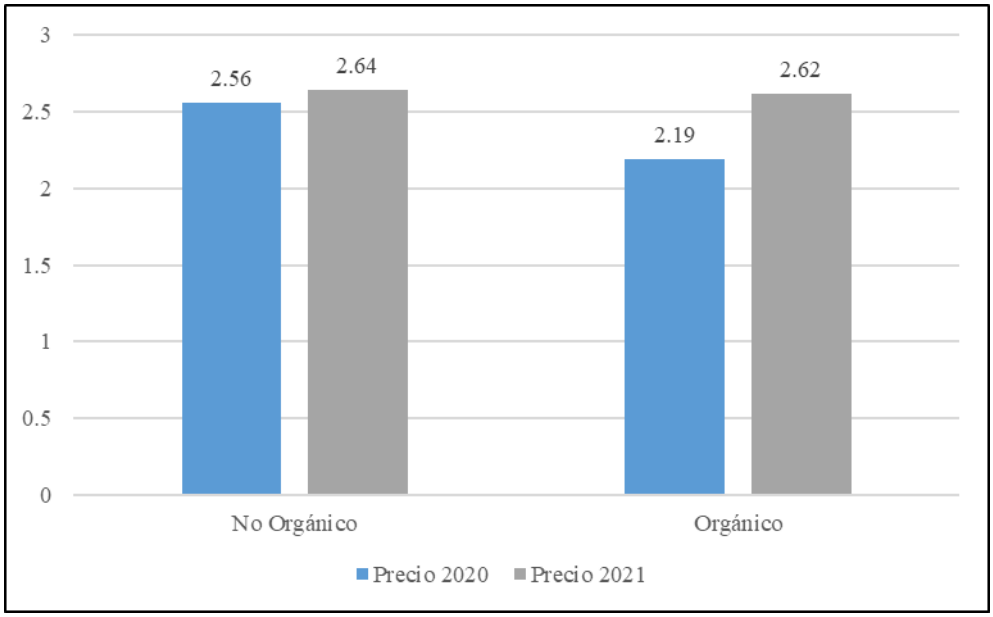
Según Fresh Fuit (2021), debido a la pandemia mundial por COVID-19, el jengibre fue un producto que ganó mucha popularidad por ser un producto natural con muchos beneficios para el sistema respiratorio, comenta que, en los primeros cinco meses del 2021, los envíos de jengibre sumaron un total de 14,045 toneladas por un valor de $32.52 millones, esto representando un crecimiento de 8% en volumen y de 22% en su valor.

Por otro lado, comenta que, de enero a mayo del 2021, los envíos de jengibre al mercado estadounidense sumaron 7,241 toneladas con un valor de $19.02 millones, de esta manera la exportación de jengibre orgánico sumo una participación de 69% del total exportado.

De igual modo, detalla que, para el primer cuatrimestre del 2021, el jengibre chino acumulo el 49% de participación del total importado por Estados Unidos, siendo Perú el segundo puesto con 41%.

Figura 2.

Precios de jengibre en Estados Unidos

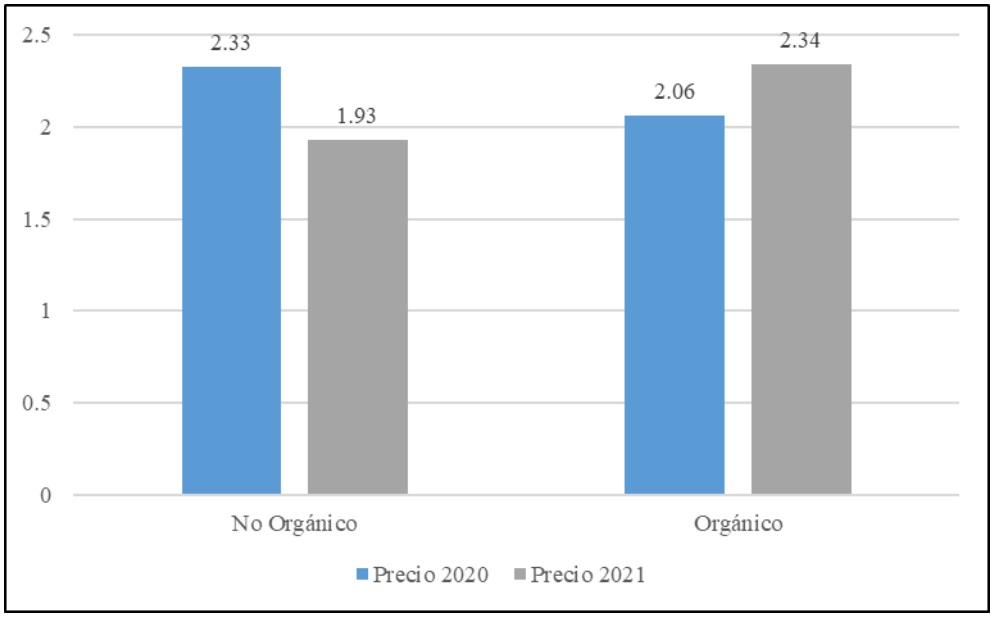


Nota: Tomado de SUNAT (2021)

Finalmente, Fresh Fuit (2021) comenta que con respecto a las exportaciones de jengibre a Países Bajos estos sumaron 2,778 toneladas por un valor de $6.44 millones hasta el mes de mayo pasado, pasando a ser este mercado como el segundo en principal destino. Igualmente, como pasó en el mercado estadounidense, los principales proveedores de jengibre fueron China y Perú.

Figura 3.

Precios de jengibre en Países Bajos



Nota: Tomado de SUNAT (2021)

Según Trademap (2021) se puede evidenciar el actual estado de las exportaciones a nivel mundial, según data obtenida de su base de datos se puede observar que Perú para este año paso a ser el tercer mayor exportador de Jengibre a nivel mundial con un crecimiento mayor en comparación a China y Países bajos, el primer y segundo puesto respectivamente.

De acuerdo con el informe de Sierra y Selva Exportadora (2020), referente a las oportunidades comerciales para el jengibre y la cúrcuma, se conocen ciertas tendencias del consumidor, siendo estas que dependiendo del mercado las personas pueden preferir jengibre fresco o seco, ya que el sabor cambia completamente. Por otro lado, En los mercados a los cuales se está exportando, el jengibre está siendo utilizado en bebidas junto con otros productos como, hierba limón y cardamomo, aun cuando sigue siendo empleado en platos diversos por su particular sabor que se usa habitualmente en arroces, carnes y pescado.

De acuerdo con los párrafos anteriores, se establece las principales características que está sucediendo en el sector de exportaciones, en el sector logístico y agroindustria:

- La logística ha jugado un papel muy importante durante la pandemia, este sector tiene cada vez más peso en la economía, del mismo modo se está transformando para avanzar y lograr una logística sostenible.
- El mercado logístico ha presentado desafíos que requieren el planteamiento de propuestas más eficaces, ya que la pandemia ha acelerado el proceso de evolución del comercio electrónico, motivando a que las empresas de diferentes rubros busquen nuevas formas de generar ahorro en sus costos logísticos mejorando la eficiencia en sus procesos.
- Sin embargo, el impacto de la pandemia sobre el sector logístico se reflejó en menores exportaciones e importaciones debido a la congestión en los puertos asiáticos, la pandemia también ocasiono que las tarifas navieras se incrementaran por los desvíos hacia otros puertos.
- En el mes de julio 2021 las exportaciones peruanas se incrementaron en un del 16% comparado al año 2020, pese a este crecimiento existe una caída de despachos en los principales mercados como China, ya que los envíos disminuyeron en un 5.5%, de la misma forma Estados Unidos que tuvo una reducción de 12.7%.
- Durante la pandemia el jengibre fue un producto que ganó mucha popularidad por ser un producto natural con muchos beneficios para el sistema respiratorio, los envíos de jengibre al mercado estadounidense sumando una participación de 69% del total exportado

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cuáles son los procesos de la gestión logística basados en el modelo SCOR que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín?

1.3.2. Problemas específicos

PE1. ¿Cuáles son los procesos de planificación que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín?

PE2. ¿Cuáles son los procesos de abastecimiento que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín?

PE3. ¿Cuáles son los procesos de producción que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín?

PE4. ¿Cuáles son los procesos de distribución que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín?

PE5. ¿Cuáles son los procesos de devolución que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín?

PE6. ¿Cuáles son los procesos de apoyo que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar los procesos que inciden en la gestión logística basados en el modelo SCOR en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín.

1.4.2. Objetivos específicos

OE1. Identificar los procesos de planificación que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín.

OE2. Identificar los procesos de abastecimiento que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín

OE3. Identificar los procesos de producción que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín

OE4. Identificar los procesos de distribución que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín

OE5. Identificar los procesos de devolución que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín

OE6. Identificar los procesos de apoyo que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación teórica

Bernal (2012), considera que existirá una justificación teórica cuando el propósito del estudio sea el de generar reflexión o un debate sobre el conocimiento ya existente.

La tesis se justifica teóricamente, ya que, se utilizarán teorías relacionadas con Gestión Logística tomado desde el enfoque de modelo SCOR que permitirán un análisis de las exportaciones de las empresas agroexportadoras de jengibre de la región Junín.

1.5.2. Justificación práctica

Bernal (2012), considera que una investigación tendrá justificación práctica cuando su desarrollo ayudará a resolver un problema, o en el caso de esta buscará generar conocimiento que ayude al sector agroexportador de jengibre. (p. 106)

La tesis se enfoca en analizar la incidencia de los procesos de la gestión logística basadas en las exportaciones de jengibre en la región Junín, tomando como enfoque la metodología del modelo SCOR. Además, permitirá que las empresas del sector agroexportador no solo de jengibre en la región y a nivel nacional, lo utilicen como punto de apoyo para lograr un mejor desempeño logístico que permita una mejor competitividad en el mercado internacional, esta tesis es importante ya que aportará elementos relevantes relacionados con la gestión logística basado en el modelo SCOR y puede servir como fuente de consulta para futuras investigaciones.

Capítulo II: Marco teórico

2.1. Antecedentes de investigación

2.1.1. Artículos científicos

Pinna & Marras (2015) en su artículo "*The drug logistics process: an innovative experience*", para la revista TQM Journal, tuvo como objetivo el de presentar las últimas innovaciones del proceso de distribución de medicamentos en hospitales, los cuales estaban lidiando con un alto costo de inventarios y almacenamiento, así como fragmentadas responsabilidades organizacionales. El artículo antes mencionado, se basa en una metodología cualitativa, bajo el nivel aplicado-experimental, utilizando como instrumento el estudio de caso y revisión literaria para el entendimiento del proceso de distribución de medicamentos y su implicancia en los hospitales.

Los principales resultados obtenidos fueron que gracias al análisis este muestra que la implementación de una unidad de dosis permite a los hospitales mejorar la atención al paciente además reducir los costos logísticos como el almacenamiento y el control de inventarios, significando esto un inventario reducido en farmacia, reducción en los tiempos de gestión de medicamentos y botiquines, así como una simplificación del proceso general de preparación y distribución. Se concluye en el artículo que una correcta aplicación de la gestión logística permite en el sector de medicamentos ofrecer un mejor servicio al cliente, reducir tiempos de espera, rápida rotación de stock y reducción de costos logísticos. El artículo contribuye al presente estudio en la manera de cómo se trata el tema de gestión logística con un enfoque de innovaciones, evidenciando su efecto en el proceso logístico de medicamentos.

Durand, Aguirre & Yoplac (2017), en su artículo “Organización y proceso logístico de productos denominados “abarrotes” de un supermercado”, tuvo como objetivo mostrar la organización y los procesos logísticos en las áreas de abarrotes en un supermercado, como el control de inventario con la finalidad de entender la manera en la que una empresa lleva a cabo sus actividades logísticas. La investigación está basada en una entrevista realizada al gerente comercial del área de frutas y verduras.

Los principales resultados respecto al control de inventarios, en las góndolas siempre se mantiene lleno y ordenado evitando una mala imagen y así tener una buena imagen frente a los consumidores, el volumen de ventas promedio del almacén cubre las necesidades de la tienda, el total de lo que se pone en los estantes más lo que hay en el almacén es lo que necesita la tienda, para mover correctamente su inventario a la tienda de comestibles, la tienda debe tener existencias de por lo menos dos días. Se concluye en el artículo que la empresa tiene un manejo excelente del proceso logístico y un correcto procedimiento del control de inventario de abarrotes, generando satisfacción en los consumidores y manteniendo su nicho de mercado. El artículo contribuye al presente estudio en la manera de cómo se trata el tema de gestión logística con un enfoque diferente, evidenciando su efecto en el proceso logístico de abarrotes dentro de un supermercado.

Wen (2017), en su artículo “*Analysis on enterprise logistics management performance evaluation system*”, presentado a la tercera conferencia en economía, ciencias sociales, artes, educación y gestión, tuvo como objetivo evidenciar los patrones de desempeño y desarrollo de las industrias chinas en el ámbito de la gestión logística y como un sistema de evaluación contribuye al desempeño de estas. El artículo se basa en una metodología cualitativa, bajo el nivel teórico-explicativo,

utilizando la revisión bibliográfica, literaria y documental para el cumplimiento de sus objetivos.

Se concluyó en el artículo, que la logística es uno de los principales métodos para el desarrollo y expansión empresarial, complementándola con un correcto sistema de evaluación de desempeño. Por lo tanto, los gerentes de empresas deben de prestar atención a los índices relacionados con la logística y desempeño empresarial de manera que esto ayude al crecimiento y logro de resultados como se espera en la planificación. Este artículo contribuye al estudio al tocar el tema de la gestión logística en el contexto de está siendo un factor determinante en el correcto desenvolvimiento empresarial, así como siendo crucial en el crecimiento de la empresa y el logro de los objetivos.

Bagshaw (2017), en su artículo "*Logistics Management From Firms' Performance Perspective*", presentado a la revista International Journal of Supply Chain and Logistics, tuvo como objetivo el evidenciar la efectividad de la gestión logística en la distribución a tiempo y el crecimiento de las ventas, tomando además a la gestión como una herramienta competitiva y de crecimiento de desempeño, este estudio además busco la relación que existe entre gestión logística y desempeño de 122 empresas en Nigeria. La metodología utilizada para este estudio fue cuantitativa, con un nivel explicativo-descriptivo, utilizando al cuestionario como instrumento de recolección de datos. El principal resultado, fue que se descubrió que la gestión logística afecta de manera significativa y positiva al desempeño de las empresas estudiadas. Además de que la gestión logística es un vector clave y estratégico cuando se habla de desempeño organizacional, en términos de calidad de servicio, efectividad y rentabilidad.

Por esta razón se llegó a la conclusión de que las organizaciones que quieran aumentar su rendimiento deben de tener una comprensión clara y vívida de cómo funciona la gestión logística y cómo gestionarla correctamente. Por otro lado, el entorno en el que operan las empresas cambia rápidamente por lo cual es importante que las empresas cuenten con un sistema de medición de desempeño para que de esta manera siempre se mantenga la competitividad. Este estudio contribuye dándo como base la relación que existe entre la gestión logística y el desempeño empresarial, tomando en cuenta factores como la distribución física, transporte, el desempeño en ventas y los tiempos de entrega.

Sumah, Masudin, Zulfikarijah, & Restuputri (2020), en su artículo "*Logistics Management and Electronic Data Interchange Effects on Logistics Service Providers' Competitive Advantage*", presentado a la revista Journal of Business & Economic Analysis, tuvo como objetivo el de determinar el efecto de la gestión logística e intercambio de información electrónica en el incremento de las ventajas competitivas. La metodología utilizada fue cuantitativa con un nivel explicativo-descriptivo, se utilizaron cuestionarios para la recolección de datos distribuidos en gerentes, subgerentes y similares con un 76% de respuesta por parte de estos. Los resultados evidenciaron una fuerte relación entre las dimensiones estudiadas, principalmente en la gestión de transporte, distribución física, gestión de inventario y gestión de almacenamiento y mejora comunicativo, acceso a la información y facturación si se refiere al intercambio de información electrónico. El estudio concluye en que todas las dimensiones empleadas en la investigación para gestión logística e intercambio de información tienen una fuerte relación referente a la ventaja competitiva, con la única exclusión del outsourcing o tercerización. Este artículo aporta a la tesis, brindo

información referente a la gestión logística y su importancia como ventaja competitiva si se gestiona y mide adecuadamente.

Imran & Amjad, (2017), en su artículo "*Importance of Logistics Processes for Customer Service and Firm Performance: Evidence from Furniture Industry of Pakistan*", la investigación tuvo objetivo el de estudiar la relación entre los procesos logísticos, servicio al cliente y desempeño empresarial en el industrial mueble de Pakistán. La metodología utilizada en el estudio fue cuantitativa, con un nivel explicativo-descriptivo, siendo el cuestionario el instrumento de recolección de datos, este siendo aplicado en 100 empresas, de las cuales 61 brindaron información relevante. Los principales resultados fueron que la relación entre los procesos logísticos y el servicio al cliente era altamente significativa con un valor beta de 0.556 y un R cuadrado de 0.309, además de que la relación entre servicio al cliente y desempeño empresarial u organizacional fue significativa con una beta de 0.320 y un R cuadrado de 0.102. Pudiendo concluir que las empresas muebles de Pakistán que han desarrollado procesos logísticos competentes brindan un servicio al cliente muy superior y esto son de ayuda a retener clientes existentes y tentar a nuevos clientes potenciales en comparación con sus competidores. Este estudio contribuye ya que demuestra los efectos positivos de la logística como proceso y que siendo gestionada correctamente influye significativamente y de manera positiva en el desempeño y competitividad empresarial.

2.1.2. Tesis nacionales e internacionales

Gutiérrez & Pescheira (2021), en su tesis "Los procesos logísticos y su relación con las exportaciones de la SPN 0810.40.00.00 de arándanos hacia Estados Unidos desde el puerto de Salaverry entre el periodo 2015 al 2019", el trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la influencia de los procesos logísticos

en las exportaciones de arándanos con la finalidad de establecer si se puede establecer como un proceso estándar para otras empresas del rubro y se implementen para llegar a ser escalables y sostenibles con el tiempo con el fin de analizar adecuadamente la relación entre procesos logísticos y las exportaciones de arándanos, la investigación fue cuantitativa, se usó el cuestionario en escala de Likert. La investigación tiene como resultado que si existe una relación entre los procesos logísticos y las exportaciones de arándanos hacia Estados Unidos. Finalmente, los autores concluyen que los procesos logísticos influyen en las exportaciones de arándanos durante el periodo, siendo las dimensiones estudiadas; almacenamiento, infraestructura, embalaje, transporte y manipulación de materiales.

Urday & Cebreros (2017), en su tesis titulada "La gestión logística y su influencia en la competitividad en las Pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, herramientas y equipos en el distrito de Puente Piedra", la investigación tiene como objetivo general determinar la influencia de la gestión logística en la competitividad en las Pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra. En la presente investigación se utilizó el enfoque cuantitativo, diseño no experimental – transversal. Así mismo se obtuvo una población de 15 pymes del sector construcción e importadoras, por lo que se encuestó a una persona encargada en la toma de decisiones de cada empresa. La técnica utilizada para recolectar datos es la encuesta que se realizó a través de un cuestionario con respuestas cerradas, pero se realizó también entrevista a profundidad. En el presente trabajo los autores llegaron a la conclusión de que la gestión logística influye en la competitividad para PyMEs del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra.

Avila (2017) en su tesis titulada “La gestión logística y su influencia en el valor ganado en los proyectos de edificación en la selva peruana de una empresa constructora de Lima Metropolitana”, la investigación tiene como objetivo determinar la influencia de la gestión logística en el valor ganado en los proyectos de edificación en la selva peruana de una empresa constructora de Lima Metropolitana. La metodología usada es cualitativa, diseño no experimental-descriptivo. La muestra estuvo constituida por 14 colaboradores y 3 directivos, a quienes se les aplicó una entrevista para evaluar la gestión logística y otro para evaluar el valor ganado. La investigación tiene como resultado que las decisiones de diseño, planeación y operación dentro de la cadena de suministro ayudarán a clarificar los objetivos y a identificar las acciones que mejorarán su desempeño en términos de las metas deseadas. No muestra la influencia que tienen las decisiones relacionadas a la gestión logística en el desempeño de los proyectos y su papel en la estrategia competitiva de la empresa. El autor concluye que las distintas unidades del proceso logístico como: el manejo de inventarios, el flujo de información y procesamiento de pedidos, compras, transporte y distribución influyen de manera favorable en el valor ganado.

Salinas (2016), en su tesis titulada “Los procesos logísticos y su relación con la dispensación de fármacos a los pacientes ambulatorios con enfermedades crónicas en el hospital central de la fuerza aérea del Perú”, la investigación tiene como objetivo determinar la relación que existe entre los procesos logísticos y la dispensación de fármacos. La investigación es de tipo aplicada, descriptivo-correlacional, diseño no experimental, transversal. Tuvo como muestra a 36 empleados y a 260 pacientes crónicos que acudieron a la farmacia externa del hospital central de la fuerza aérea del Perú. Los resultados de la investigación obtenidos establecen una relación significativa (0.09) entre los procesos logísticos (nivel de requerimiento, pertinencia

en la adquisición de fármacos, calidad en el almacenamiento; así como nivel de distribución) y la dispensación de fármacos a los pacientes ambulatorios con enfermedades crónicas en el hospital central de la fuerza aérea del Perú. El autor concluye que existe relación significativa entre los procesos logísticos y la dispensación de fármacos.

Quiñones (2020) en su tesis "Gestión de procesos logísticos y su incidencia en la productividad de los colaboradores de la coordinación de almacén de la unidad de abastecimiento PRONIED, Lima-2020", tiene como objetivo analizar la incidencia de la gestión de los procesos logísticos en la productividad de los colaboradores de la coordinación de almacén de la unidad de abastecimiento PRONIED. La metodología empleada en esta investigación es cuantitativa, de tipo descriptivo-correlacional y diseño no experimental de corte transversal. Se implementó la encuesta como técnica de recolección de datos. Los resultados de la investigación evidencian que la hipótesis general es rechazada, por lo cual la gestión de los procesos logísticos no se relaciona significativamente con la productividad de los colaboradores en la coordinación de almacén de la unidad de abastecimiento PRONIED. Por lo que, se confirma que las iniciativas que se han implementado para incrementar los niveles de productividad laboral no han sido producto de los esfuerzos realizados para potenciar la gestión de los procesos logísticos. El autor concluye que la gestión de los procesos logísticos no tiene relación con la productividad de los colaboradores en la coordinación de almacén de la unidad de abastecimiento PRONIED para el año 2020, dado que el coeficiente de correlación de Pearson de 0.342 entre estas dos variables resultó no ser estadísticamente significativo, al obtenerse un p-valor de 0.140 superior al nivel de significancia de 5% (p-valor > 0.05).

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Logística

Martin (2015), autor del libro *"Logistics and Supply Chain Management"* define la logística como el proceso de manejar de manera estratégica la adquisición, el movimiento y almacenamiento de materiales, partes e inventario por medio de la organización y sus canales, de forma que la rentabilidad sea maximizada en el futuro a través de un proceso de pedidos eficiente. (p. 2).

La logística es un proceso que se encuentra presente en las empresas tiene como finalidad obtener como resultado que el producto o servicio llegue al cliente de forma organizada y sin inconvenientes.

Carro & Gonzales (2013) Autores de "Logística empresarial", definen la logística como la planificación, operación, control y detección de oportunidades para la mejora del procesamiento del flujo de materiales. La logística es la función que opera como unión entre el aprovisionamiento, suministro y el cliente final. (p. 4).

2.2.2. Indicadores de la gestión logística

Mora (2012), en su libro "Indicadores de la gestión logística", define a los indicadores logísticos como las relaciones de datos numéricos cuantitativos que son aplicados a la gestión logística, los cuales permiten evaluar el desempeño y el resultado de cada proceso. Se incluyen procesos de recepción, almacenamiento, inventarios, despachos, distribución, entregas, facturación y flujos de información.

Tabla 1.

Indicadores logísticos.

Indicadores logísticos	Clasificación	Fórmula
Compra y abastecimiento	Certificación de proveedores	$valor = \frac{Proveedores - certificados}{Total - Proveedores}$
	Calidad de los pedidos generados	$valor = \frac{pedidos\ generados\ \text{sin}\ problemas}{Total\ de\ pedidos\ generados} x100$
	Volumen de compra	$valor = \frac{Valor\ de\ compra}{Total\ de\ ventas}$
	Entregas perfectamente recibidas	$= \frac{valor\ Pedidos\ rechazados}{Total\ de\ ordenes\ de\ compra\ recibidas} x100$
Producción de inventarios	Capacidad de producción utilizada	$valor = \frac{Capacidad\ utilizada}{Capacidad\ maxima\ del\ recurso}$
	Rendimiento de máquina	$valor = \frac{N°\ de\ unidades\ producidas}{Capacidad\ maxima\ del\ recurso} x100$
	Rotación de mercancía	$valor = \frac{Ventas\ acumuladas}{Inventario\ promedio}$
	Duración del inventario	$valor = \frac{Inventario\ final}{Ventas\ promedio} x100$
	Vejez del inventario	$valor = \frac{Und.añadidas + absoletas + vencidas}{Unidades\ disponibles\ en\ inventario}$
	Valor económico del inventario	$valor = \frac{Costo\ venta\ del\ mes}{Valor\ inventario\ fisico}$
	Exactitud en inventarios	$valor = \frac{Valor\ diferencia}{Valor\ total\ inventario} x100$
Almacenamiento y bodegaje	Costo de unidad almacenada	$Valor = \frac{Costo\ de\ almacenamiento}{Numero\ de\ unidades\ almacenadas}$
	Costo de unidad despachada	$Valor = \frac{Costo\ operación\ bodega}{Total\ unidades\ despachadas}$
	Unidades separadas	$Valor = \frac{Total\ unidades\ despachas}{Total\ trabajadores\ en\ separación}$
	Costo metro cuadrado	$Valor = \frac{Costo\ total\ operativo\ bodega}{Total\ area\ almacenamiento}$
	Costo de despacho por empleado	$Valor = \frac{Costo\ total\ operativo\ bodega}{N°\ empleados\ bodegas}$
	Nivel de cumplimientos en despachos	$Valor = \frac{N°\ de\ despachos\ cumplidos\ a\ tiempo}{N°\ total\ despachos\ requeridos}$

Transporte y distribución	Transporte vs venta	$Valor = \frac{Costo\ de\ transporte}{Valor\ ventas\ totales} x100$
	Costo operativo por conductor	$Valor = \frac{Costo\ total\ transporte}{Numero\ de\ conductores}$
	Comparativo costo de transporte	$Valor = \frac{Costo\ de\ transporte\ propio\ x\ unidad}{Costo\ de\ contratar\ transporte\ x\ unidad}$
Costo y servicio al cliente	Entregas perfectas	$Valor = \frac{Pedidos\ entregados\ perfectos}{Total\ de\ pedidos\ entregados}$
	Entregas a tiempo	$Valor = \frac{Pedidos\ entregados\ a\ tiempo}{Total\ de\ pedidos\ entregados}$
	Entregados completos	$Valor = \frac{Pedidos\ entregados\ completo}{Total\ de\ pedidos}$
	Documentación sin problemas	$Valor = \frac{Facturas\ generadas\ \text{sin}\ errores}{Total\ facturas}$
	Costos logísticos vs ventas	$Valor = \frac{Costos\ totales\ logísticos}{Total\ ventas\ de\ la\ compañía} x100$
	Costos logísticos vs utilidad bruta	$Valor = \frac{Costos\ totales\ logísticos}{Total\ ventas\ de\ la\ compañía} x100$
	Costos de operación del centro de distribución vs ventas	$Valor = \frac{Costo\ operación\ centro\ distribución}{Total\ ventas\ de\ la\ compañía} x100$
Indicadores de importaciones	Costo de unidad importada/exportada	$Valor = \frac{Costo\ de\ la\ mercancía\ export./import.}{Total\ unidades\ importadas/exportadas}$

Nota: Tomado de Mora (2012).

2.2.3. Objetivos de los indicadores logísticos

Mora (2012), también presenta los objetivos de los indicadores logísticos siendo estos los siguientes:

- Identificar y tomar acciones sobre los problemas operativos
- Medir la competitividad frente a los competidores ya sean nacionales o internacionales
- Satisfacer al cliente mediante las reducciones de tiempos de entrega y optimización del servicio
- Mejora del uso de los recursos y activos asignados

- Reducir los gastos para aumentar la eficiencia operativa
- Realizar benchmarking. (p. 31).

2.2.4. Proceso logístico

Hurtado (2018), autor de “Gestión logística”, menciona que para entender el funcionamiento de la gestión logística se requiere igualar los criterios y definir los conceptos, partiendo de “qué es un sistema”, es un conjunto de elementos ordenados estructurados y relacionados para lograr un propósito.

La logística es la parte del proceso de la cadena de suministro que planea y controla el flujo y almacenamiento de los bienes y servicios de la información desde el origen hasta el punto de consumo con la finalidad de satisfacer todos los requerimientos de los clientes. (p. 13).

A partir de esta definición se puede decir que la logística tiene como objetivo principal hacer que el producto llegue al cliente final, en el momento que lo requiera, lugar deseado y en las cantidades que necesita. La logística también tiene como objetivo dar un servicio de calidad y tener costos mínimos.

La logística es tan importante que hoy en día hay empresas especializadas en logística que ofrecen servicios diferentes como transporte de mercancías. Las empresas que tienen un proceso logístico correcto tienen mayor productividad y competitividad ya que los costos son reducidos y el servicio es mucho mejor.

Carreño (2018), en su libro “Cadena de suministro y logística” donde menciona que el flujo de materiales de una organización es todo un proceso que se tiene que gestionar de forma integrada esto facilita la centralización de las actividades logísticas en una sola área.

La influencia de la logística logra alcanzar todas las áreas de la organización, desarrolla áreas de producción, comercialización y finanzas.

2.2.4.1. Relación logística-producción

El área de producción en una empresa es el que más insumos consume. Para la producción es preferible que sobren materiales a que falten, dentro de la logística el sobre stock puede originar falta de capacidad del almacén y gastos extras en movilizar materiales. La logística gestiona el uso de materiales de forma eficiente, por lo que se deberá conocer todos los planes de producción, materiales y cantidades.

2.2.4.2. Relación logística-comercial

El área comercial busca poner los productos al alcance de los clientes en cantidades necesarias y momentos pertinentes, por medio de canales de distribución. El área logística tiene que lograr este objetivo sin elevar costos a la organización. Para ello, esta área trabaja de manera estrecha con el área comercial, conociendo planes comerciales, con el fin de diseñar y operar el sistema de distribución, controlando las variables básicas como tiempo de respuesta y capacidad.

2.2.4.3. Relación logística-finanzas

La buena gestión de entradas y salidas de productos terminados requieren la utilización de almacenes, que requieren los recursos económicos de la organización. La relación entre logística y finanzas, deben ser de coordinación rápida y efectiva con el fin de cumplir las necesidades de la empresa. El área de finanzas estimará las necesidades de capital de trabajo, pago a proveedores, fuentes de financiamiento. El trabajo de ambas áreas estará basado en la

coordinación de las dos áreas con el fin de cumplir sus objetivos de manera simultánea. (pp. 11-12).

2.2.5. Modelo SCOR

Council of Supply Chain Management Professionals (2016) define al modelo SCOR como una guía para planificar, analizar y definir los procesos necesarios para establecer un estándar. Este modelo busca definir correctamente los procesos de una organización con el fin de que estas empresas sean comparables con otras empresas similares.

El modelo brinda un set de indicadores de gestión que permiten medir y facilitar la comunicación entre miembros de la cadena con el objetivo de mejorar la eficacia y mejorar el rendimiento.

Mora (2016), en su libro "Gestión logística integral" menciona que el modelo Supply Chain Operations Referente o modelo SCOR, es un modelo de referencias de operaciones de la cadena de abastecimientos donde se integran las operaciones mediante las métricas ya estandarizados que optimizan y sincronizan la cadena. En el modelo se logran identificar 4 puntos para que una organización tenga una estructura buena.

- **Correcta administración del proceso de abastecimiento:**

  Donde la tercerización tiene que ser definida, aumentando el valor del producto con un buen diseño, aprovechar a las ventajas principales de la organización y tercerizar lo demás.

- **Determinar habilidades principales e identificar cuellos de botella:**

  Se tiene que identificar qué actividad realizada son las más importantes o centrales para el negocio. Que por lo general son aquellas en las que tienen ventaja sobre sus competidores.

- **Cambiar la cultura organizacional:**

  Logra que los integrantes de las empresas entiendan beneficios que puede traer la subcontratación para la compañía.

- **Contar con la tecnología de información adecuada:**

  - Es importante que la organización cuente con tecnología necesaria para poder mantener una relación buena. (pp. 158-160).

Arana & Alfalla (2011), en su investigación “Análisis de las variables que proporcionan una competitividad sostenible de la cadena de suministro” mencionan que una adecuada gestión ayuda a las organizaciones que la integran a tener una mejor competitividad y mayor eficiencia en el uso de recursos, una mayor precisión de la planificación y un buen control de materiales.

Díaz & Marrero (2014), en su investigación “El modelo SCOR y el balanced scorecard, una poderosa combinación intangible para la gestión empresarial” menciona que el modelo SCOR, proporciona una base para mejorar la cadena de suministro en diferentes proyectos ya sean globales o locales. También mencionan que este modelo permite describir actividades de negocio con el fin de satisfacer la demanda del cliente, el modelo SCOR está organizado en cinco procesos de gestión:

Tabla 2.

Niveles del modelo SCOR.

Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
Alcance	Configuración	Actividad
Fuente de la cadena de suministro	Fuente de productos en stock	Recibir productos
Diferencia el negocio	Diferencia complejidad	Nombra tareas
Define el alcance	Diferencia capacidades	Enlaces, métricas, tareas y practicas
Establece estrategias	Primer nivel de diagnostico	Segundo nivel de diagnostico

Nota: Tomado de Chavez (2017).

2.2.6. Procesos del modelo SCOR

Nivel 1: Macroprocesos.

El nivel analiza y describe los procesos integrados en la cadena de suministros, desde el proveedor hasta el cliente, estos procesos son:

- Planear: Este proceso se encarga de balancear la demanda con la oferta para desarrollar un curso de acción que satisfaga las metas del negocio junto a las necesidades del cliente.
- Abastecer: En este proceso se adquiere bienes y servicios para satisfacer tanto la demanda actual como la proyectada.
- Producir: En este proceso se agrega valor a la materia prima convirtiéndolas en productos terminados.

- Distribuir: Trasladar el producto terminado o servicio con el fin de satisfacer tanto la demanda actual como la proyectada. En este proceso se incluye el manejo de órdenes, transporte y distribución.
- Retornar: Es el conjunto de procesos orientados al manejo, control y disposición de la logística inversa.

Nivel 2: Categorías del proceso

En este nivel se describen 3 categorías:

- Planeación: Estos procesos ayudan a alinear los recursos disponibles de la empresa con los requeridos para cumplir los objetivos propuestos.
- Ejecución: Son procesos que se llevan a cabo para satisfacer la demanda teniendo en cuenta los cambios que se puedan presentar.
- Gestión: Son procesos que permiten preparar y dar soporte a los procesos de planeación y ejecución, administrando la información, relaciones y recursos necesarios para llevarlos a cabo.

Nivel 3: Elementos del proceso.

Son las partes en las que se descomponen los macroprocesos y categorías que definan la capacidad o discapacidad de la compañía para competir exitosamente en un determinado mercado en términos de atributos de desempeño, métricas y mejores prácticas. (pp. 36-57).

2.2.7. Características del modelo SCOR

Quevedo (2010), en su tesis titulada “Análisis, diagnóstico y propuesta de mejora de la cadena logística y de planeamiento de las compras de una empresa

peruana comercializadora de productos químicos" menciona que las características del modelo SCOR consisten en.

- Alinear: Este modelo alinea los objetivos estratégicos con los vínculos, lo que significa que los recursos utilizados en el desarrollo de la cadena se dirigen a los objetivos del cliente final.
- Integrar: Este modelo tiene como objetivo integrar procesos a través de la simplificación y el refinamiento, para identificar áreas de oportunidad que necesitan ser analizadas para mejorar los procesos. Para ello se utiliza una métrica, la cual tiene como objetivo evaluar y encontrar áreas de oportunidad.
- Colaborar: Esto hace referencia a la coordinación entre diferentes eslabones de la cadena de suministro, cuando se obtenga la integración la organización hace que tanto clientes como proveedores sean sus aliados, con el fin de volverse más competitiva.
- Sincronizar: Refiere a la planeación y ejecución de las diferentes actividades que se desarrollan. La finalidad de esto es que todos los procesos se desarrollen al mismo ritmo, si el proceso se acelera pues tienen que ir a esa velocidad, y si se requiere ir más lento de igual manera los procesos se adecuaran y se mantendrán sincronizados, de tal forma se evitaran los cuellos de botella en las estaciones y tiempos muertos en otras.

2.2.8. Proceso de exportación

2.2.8.1. Etapas negocio exportador

De acuerdo con Promperú (2012), todo negocio exportador debe seguir 6 etapas para lograr una exportación exitosa.

a) Inscripción de la empresa

Promperú señala que la primera etapa debe ser formalizar la empresa, contar con el registro único del contribuyente (RUC) y estar habilitado para emitir facturas, boletas, etc.

b) Estudio de mercado

La segunda etapa según Promperú, debe ser realizar un análisis del mercado internacional de manera que permita determinar las oportunidades de ventas al exterior.

c) Perfil del producto

Como tercera etapa, es necesario analizar las características del producto que se quiere exportar, para asegurarse si posee características para la comercialización en el extranjero o conocido como oferta exportable

d) Promoción del producto

Como cuarta etapa, detallan que la herramienta de promoción comercial es indispensable en el proceso exportador, siendo ejemplos de esta, la participación en ferias internacionales, misiones comerciales, los sitios web, etc.

e) Contacto Comercial

Como quinta etapa presenta a la acción de enviar al potencial comprador, información referente a la empresa y los productos que ofrece, así como cotizaciones, catálogos, ficha técnica, muestras, etc.

f) Trámites de aduanas

Como sexta etapa, se presenta el entregar a la agencia de aduanas los documentos pertinentes para el embarque, acción la cual es realizada en SUNAT aduanas.

g) Embarque al exterior

En esta séptima etapa, explica que la agencia de aduanas entrega documentos de embarque al exportador para que este a su vez los remita al importador.

h) Estudio de mercado

En esta última etapa detallada en el manual, comenta sobre el seguimiento a la exportación y la retroalimentación relacionada con el servicio, garantizando la asistencia técnica del producto o servicio exportado.

2.2.8.2. Modalidades de exportación

Párampo (2017), en su libro "Proceso de exportaciones", brinda información referente a las modalidades de exportación que existen, además detalla que se llama exportación a la salida de mercancías del territorio aduanero nacional con destino a otro país.

a) Exportación definitiva

El mismo autor comenta que esta modalidad, regula la salida de mercancías nacionales o nacionalizadas, del territorio aduanero nacional con el objetivo de ser utilizadas o consumidas definitivamente en otro país.

b) Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo

El autor comenta que esta modalidad de exportación es la que regula la salida de mercancías nacionales o nacionalizadas, para ser sometidas a transformación, elaboración reparación en el exterior o incluso en una zona franca Industrial de Bienes y de Servicios, para posteriormente ser reimportadas dentro del plazo que se autorice antes de su exportación.

c) Exportación temporal para reimportación en el mismo estado

Se detalla que esta modalidad permite la salida temporal de mercancías nacionales o nacionalizadas, para atender un fin en específico en el exterior en un plazo determinado, después del cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado ninguna modificación, con la excepción de deterioro normal por el uso.

d) Reexportación

El autor comenta que esta es la modalidad por la cual las mercancías salen del territorio aduanero nacional definitivamente, luego de haber sido sometidas a una modalidad de exportación temporal o de transformación y ensamble

e) Reembarque

Se da a conocer que esta modalidad de exportación regula la salida del territorio aduanero nacional de mercancías que se encuentren en almacenamiento y las cuales no hayan sido sometidas a ninguna modalidad de importación.

f) Exportación de muestras sin valor comercial

Se detalla que esta modalidad se da mediante una declaración simplificada de exportación y que cada país presente excepciones a los productos que puedan exportase en forma de muestra. (pp. 24-32)

2.2.9. Jengibre

Salgado (2011), en su investigación El jengibre (Zingiber officinale), publicada en la revista internacional de acupuntura, menciona que, el jengibre es una especia usada ancestralmente en la cocina y farmacopea tradicionales asiáticas. Diferentes estudios científicos han demostrado su eficacia, especialmente como antiemético, superando en algunos casos la medicación convencional.

El jengibre hoy actualmente es muy común en los mercados y fruterías, ya que es muy útil tanto como remedio casero y fármaco, en el ámbito culinario tiene un papel importante en la cocina asiática, africana y caribeña; es ingrediente del curry indio, también sirve como acompañamiento, marinado, al sushi y al sashimi en la comida japonesa. (pp. 167-173).

En el 2017, el kion fue el producto de agro exportación que más creció en Perú, llego a más de 80 compradores internacionales. El jengibre peruano tiene acuerdos comerciales con Estados Unidos y la Unión Europa, haciendo que el producto sea mucho más competitivo en el mercado.

En el 2020 el Perú fue el cuarto exportador de jengibre y en rendimiento por hectárea en todo el mundo el Perú se ubicó en el sexto lugar.

China, Tailandia y Países Bajos son los primeros exportadores de jengibre a nivel global. Aunque Países Bajos no produce jengibre, sin embargo, es una gran comercializador de este producto.

2.3. Definición de términos básicos

a) Agroexportación

Es la fase final y la de mayores exigencias de la producción agropecuaria, es un régimen aduanero que permite salidas legales de mercancías del territorio aduanero para su uso o consumo en el mercado exterior.

b) Exportación

Es el envío de mercancías nacionales para uso o consumo en el exterior, la salida de mercancías de un territorio aduanero produce una entrada de divisas.

c) Tercerización

Es una práctica llevada a cabo por una empresa cuando contrata a otra para que preste un servicio, la empresa transfiere la responsabilidad de sus tareas a la empresa contratada. Este proceso se realiza con el fin de reducir los costos.

d) Logística

Es la planificación y gestión de operaciones que están relacionadas con el flujo de materia prima, productos semielaborados y terminados, desde su origen hasta el consumidor final.

e) Modelo SCOR

Es una herramienta para representar y analizar la cadena de suministro, es una herramienta de diagnóstico estándar.

f) Reexportación

Es una modalidad de exportación en la cual las mercancías salen de territorio nacional luego de haber pasado por alguna modalidad de exportación temporal.

g) Reembarque

Es una modalidad de exportación en la cual las mercancías almacenadas, las cuales no se encontraban bajo ninguna modalidad de exportación salen de territorio nacional.

h) Estudio de mercado

Es la última etapa detallada en el manual de Gestión Exportadora en la cual, se presta gran énfasis a la retroalimentación y adquisición de información con respecto al producto o servicio comercializado

i) Exportación definitiva

Es la modalidad de exportación, a la cual se rigen los productos o servicios que serán consumidos en el país de destino.

j) Indicadores logísticos

Los indicadores logísticos son aquellos valores cuantificables de del proceso logístico que permiten evaluar la gestión de esta y ayudar a la toma de decisiones.

Capítulo III: Metodología

3.1. Enfoque de la investigación

La tesis tiene enfoque cuantitativo el cual, de acuerdo con Hernández, Fernández & Baptista (2014), es secuencial y con un orden riguroso, que se utiliza para cubrir la necesidad de medir y estimar los fenómenos estudiados teniendo una visión objetiva para poder comprobar hipótesis planteadas anteriormente (p. 10).

En la tesis se optó por el enfoque cuantitativo porque al analizar los datos fueron medidos mediante técnicas estadísticas, que permitió el análisis de la gestión logística, mediante el modelo SCOR de las exportaciones de jengibre.

3.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación para el estudio es aplicado, la cual según (Hernández et al. 2014), es aquella que cumple con el propósito de resolver problemas, es decir busca dar respuesta a preguntas específicas. (p. 25).

3.3. Nivel de investigación

En la tesis se utilizó el nivel de investigación descriptivo, según Hernández et al. (2014) es en el cual se busca especificar las propiedades de personas, comunidades o grupos, es decir, pretende medir y recoger información relacionada a las variables. (p. 92).

Esta tesis buscó describir la situación de la gestión logística en las empresas exportadoras de jengibre en la región Junín, mediante el modelo SCOR por lo cual este nivel de investigación se adecua a la investigación realizada.

3.4. Métodos de investigación

La tesis utilizó el método científico el cual, de acuerdo con Esquivel, Carbonelli & Irrazabal (2014), es aquel procedimiento que sigue la investigación con el objetivo de

analizar lo objetivo y conocer sus conexiones externas e internas para profundizar los conocimientos. (p. 29).

El método general de la tesis fue de carácter deductivo, de acuerdo con Hernández et al. (2014), define a este método como aquel en el que los investigadores toman proposiciones o ideas más generales y amplias para llegar a una conclusión en particular. (p. 6).

Además, se hizo uso del método analítico, el cual permitió la descripción del todo tomándolo por partes, ya que, según Esquivel et al. (2014), este método permite la descomposición del todo en partes o elementos para observar la naturaleza y los efectos, con el objetivo de comprender la esencia del objeto de estudio.

Como método específico se utilizó a la observación directa, la que según Ruiz (2007), esta brinda el comportamiento del fenómeno que se estudie, de manera que sea observable y experimentable.

3.5. Diseño de investigación

La tesis utilizo el diseño de tipo no experimental, ya que de acuerdo con Montano (2017), es aquella en la que no se controlarán ni se manipularán las variables, lo cual permite observar los fenómenos y analizarlos tal cual ocurre, esto permite que los resultados se puedan aplicar en entornos similares. Además de acuerdo con Hernández, et al. (2014), este tipo de investigación permite un análisis real de la situación al no modificarse las variables independientes intencionalmente.

Por otro lado, la investigación fue transversal la cual, según Hernández et al (2014), este tipo de diseño recolecta datos de un solo momento, en un tiempo único. Tiene como propósito describir variables y analizar las incidencias o interrelaciones en un momento dado, se podría decir que es como una fotográfica.

3.6. Población y muestra

3.6.1. Población

Para Tamayo (2012) la población es la totalidad del fenómeno estudiado, en el que incluye la totalidad de una unidad de análisis que conforman dicho fenómeno y este se debe cuantificar para que el estudio integre un conjunto N de entidades participativas con una determinada característica.

Hernández et al. (2014) en su libro “Metodología de la investigación” menciona que la población “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”, siendo la población es un conjunto finito o infinito de elementos con ciertas características en común.

La tesis tuvo como principal población a empresas exportadoras de jengibre, estas empresas fueron de ayuda para determinar los procesos logísticos que inciden dentro de las empresas. La población fueron 13 empresas productoras de jengibre pertenecientes a la región Junín

Tabla 3.

Empresas de jengibre región Junín.

Nº	RUC	Razón social
1	20601116431	Elisur organic S.A.C
2	20600192249	Asociación agroecológica sostenible High Mountain
3	20603148879	Hamilton Farm S.A.C
4	20600861647	Agroexportaciones Llacta S.A.C.
5	20566232724	Añawi export S.A.C
6	20604564591	Agroindustrias Selva Central E.I.R.L
7	20486014998	Apromac valle del Mantaro
8	20603907176	Cai fruits Pichanaqui
9	20568194951	APSOS Ecológico Perú
10	20604436134	Sol products S.A.
11	20569051976	Selvafresh S.A.C.
12	20603466374	Agro export Perufresh S.A.C.
13	20602781691	Velo fruits S.A.C.

Nota: Tomado de DIRCETUR (2021).

3.6.2. Muestra

A. Unidad de análisis

De acuerdo con Hernández et al. (2014) la unidad de análisis, indica quienes van a ser medidos, se podría tomar como los participante o casos en los que se aplicó los instrumentos de medición (p. 183).

La unidad de análisis de la presente investigación fueron las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín. Las empresas son reales y son empresas hayan exportado en los últimos meses.

B. Selección de la muestra

Para la tesis se utilizó el muestreo por conveniencia el cual, según Hernández et al. (2014) son aquellas muestras que están formados por los casos a

los cuales se tiene acceso y tuvieron que cumplir, para el estudio, una serie de características (p. 390).

Para la selección de la muestra, en el presente trabajo se consideró las siguientes características:

a) Empresa que se encuentre en estado activo en SUNAT a la fecha.

b) Empresa que exporte jengibre en sus diversas variedades.

c) Empresa que realice actividades de comercio exterior mínimo de 2 años

d) Empresa que se encuentre ubicada en la región Junín.

Tabla 4.

Empresas exportadoras de jengibre de la región Junín.

Nº	RUC	Razón social	Estado SUNAT	Tiempo en el mercado	Ubicación
1	20601116431	Elisur organic S.A.C	Activo	6 años	Chanchamayo
2	20600192249	Asociación agroecológica sostenible High Mountain	Activo	5 años	Chanchamayo
3	20603148879	Hamilton Farm S.A.C	Activo	4 años	Chanchamayo
4	20600861647	Agroexportaciones Llacta S.A.C.	Activo	5 años	Chanchamayo
5	20566232724	Añawi export S.A.C	Activo	4 años	Chanchamayo
6	20604564591	Agroindustrias Selva Central E.I.R. L	Activo	2 años	Chanchamayo
7	20486014998	Apromac valle del Mantaro	Activo	7 años	Huancayo

Nota: Tomado de DIRCETUR (2021).

Con respecto al tamaño de la muestra escogida López-Roldán y Fachelli (2015), en su libro Metodología de la Investigación cuantitativa indican que en poblaciones finitas pequeñas como la del presente estudio una muestra que represente el 10% suele considerarse necesaria, además Shkolyariki (2021) comenta que una pequeña muestra se entiende como una encuesta estadística no continua, la cual tienen como volumen un número menor a 30 unidades, pudiendo

alcanzar las 4 o 5 unidades, por lo cual al considerarse a las 13 empresas productoras de jengibre como población y 7 de estas como muestra de acuerdo a criterios específicos, se cumple con la afirmación antes citada. Por otro lado, Oncins (2019) menciona que en encuestas: metodología para su utilización, habla de que la aplicación del cuestionario mediante encuestadores o los propios investigadores se ve influenciado por el tamaño de la muestra, siendo el caso para la actual investigación, la aplicación de los cuestionarios mediante los investigadores para obtener la mayor efectividad posible, por esa razón se desarrolló la aplicación mediante la visita presencial a las empresas correspondientes.

C. Tamaño de la muestra

Según Hernández et al. (2014), la muestra vendría a ser el subgrupo de la población de interés, sobre la cual se recolectarán los datos, para esto tienen que ser definidos y delimitados previamente, con precisión y ser representativo. Se busca que los resultados encontrados en la muestra puedan ser generalizados a la población (p. 177).

3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En la tesis se empleó la encuesta como técnica, según López (2015), la encuesta es una técnica de la investigación científico, siendo esta una técnica de recopilación de datos a través del interrogatorio a sujetos con la finalidad de obtener de forma sistemática medidas sobre conceptos que son derivados de una problemática de investigación previamente construida.

La recopilación de los datos se realizó por medio de un cuestionario, que se aplicó a una muestra de ella mediante una entrevista. (p. 8).

El cuestionario fue aplicado a los gerentes de las 7 empresas exportadas seleccionadas según loa criterios.

3.8. Técnicas estadísticas de análisis de datos

Se aplicó estadística descriptiva, que, según Rendón, Villasís, & Miranda (2016) es la rama de la estadística la cual formula recomendaciones, sobre como resumir la información en cuadros o tablas, así como gráficas o figuras, ya que el objetivo final de cualquier investigación es proporcionar evidencia suficiente para apoyar o refutar lo que se busca con el estudio. (p. 398)

3.9. Identificación de las variables

Variable independiente:

- Proceso logístico

Dimensiones (Modelo SCOR)

- Almacenaje
- Infraestructura
- Embalaje
- Transporte
- Manipulación de materiales

Variable dependiente:

- Exportación.

3.10. Operacionalización de las variables

Tabla 5.

Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores
Proceso logístico (metodología SCOR)	"La logística se encarga de planear, llevar a la acción y controlar el flujo y almacenamiento eficiente de bienes y servicios"	Planificación	Planificación de la cadena de suministro
			Linealidad entre demanda y abastecimiento
			Nivel de stock
		Abastecimiento	Gestión de proveedores
			Gestión de inventarios
			Compras
			Gestión del ingreso de mercadería
		Producción	Logística interna
			Gestión de ventas
		Distribución	Picking de productos
			Gestión de salida de productos

			Infraestructura de despacho
			Ubicación de almacenes
			Gestión de transporte
			Alianzas de distribución
		Devolución	Gestión de devoluciones
		Apoyo	Planeamiento estratégico
			Benchmarking
			Medición y mejora de procesos
			Innovación tecnológica
Exportación de Jengibre	"La exportación la realización de ventas, más allá de las fronteras arancelarias en las que se encuentra la empresa".	Exportación	Volumen exportado
			Valor exportado

Fuente: Elaboración propia.

Capitulo IV: Resultados

4.1. Análisis de los resultados.

Hoy en día, las empresas exportadoras de jengibre utilizan procesos de gestión, administración y decisión para un manejo óptimo del proceso logístico, sin embargo, algunas de las empresas desconocen como incorporar un modelo de gestión en sus procesos, por ello tienen algunas deficiencias en ciertas área, por ejemplo la asociación agroecológica sostenible High Mountain ve que tiene algunas deficiencias en áreas como gestión de ventas, donde el proceso de comunicación para identificar los requerimientos del cliente no es muy eficiente, de igual manera con el benchmarking la empresa no realiza eficientemente los procesos de recopilación, comparación y análisis de otras empresas con el fin de medir el rendimiento de los procesos y funciones dentro de la empresa. Sabiendo que el proceso logístico consiste en encontrar la mejor solución para fabricar y distribuir productos, considerando cómo el mercado usa estos. Las empresas deben considerar la ubicación de un producto y analizar los factores asociados a esa ubicación, donde incluye los costos de producción, personal, tiempo y un costo requerido para su retiro y la posibilidad que incluya el almacenamiento, teniendo en cuenta el costo y espacio, las empresas también deben considerar los factores que afectan la calidad de producción y el transporte entre los lugares de distribución.

Para detallar mejor la gestión de las actividades que destacan en el proceso logístico basado en el modelo SCOR de las empresas analizadas, se aplicó como instrumento la encuesta el cual fue dirigido a los gerentes de cada empresa, este instrumento permitió recoger información referente al proceso logístico en base al modelo SCOR tales como: planificación, abastecimiento, producción, distribución, devolución y apoyo/habilitación.

Finalmente se usó la guía de observación, este tuvo como finalidad observar los procesos de las empresas, esto permitió analizar la forma en que las empresas ejecutan sus actividades y verifican si es la manera óptima de gestionar las empresas.

4.2. Análisis de la planificación

Los gerentes de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín respecto a la planificación en el proceso logístico un 42.9 % afirman que su planificación de requerimientos es muy buena, el otro 42,9% menciona que su planificación es buena y el restante 14,3% menciona que es regular, el 42,9 % de las empresas exportadoras de jengibre son eficientes y exactos en sus estimaciones de pronósticos, el 42,9% son buenos en pronosticar sus estimaciones y el 14,3% regular.

El 14,3% de las empresas usan técnicas muy buenas para tener un mayor control en los cambios de la demanda y son muy buenos en programar la demanda periódicamente, el 71,4% de las empresas son buenas y el 14,3% restante regular.

Respecto al nivel de stock el 71,4 % de las empresas exportadoras de jengibre consideran que la rotación y el control de inventarios son muy buenas dentro de su organización, el 14,3% considera que la rotación y su control de inventario es regular, el 28,6% de los gerentes de las empresas consideran que realizan un muy buen proceso de comparación de su stock con el pronóstico planificado, el 57,1% consideran que son buenos realizando el proceso y el 14,3% regular.

Tabla 6.

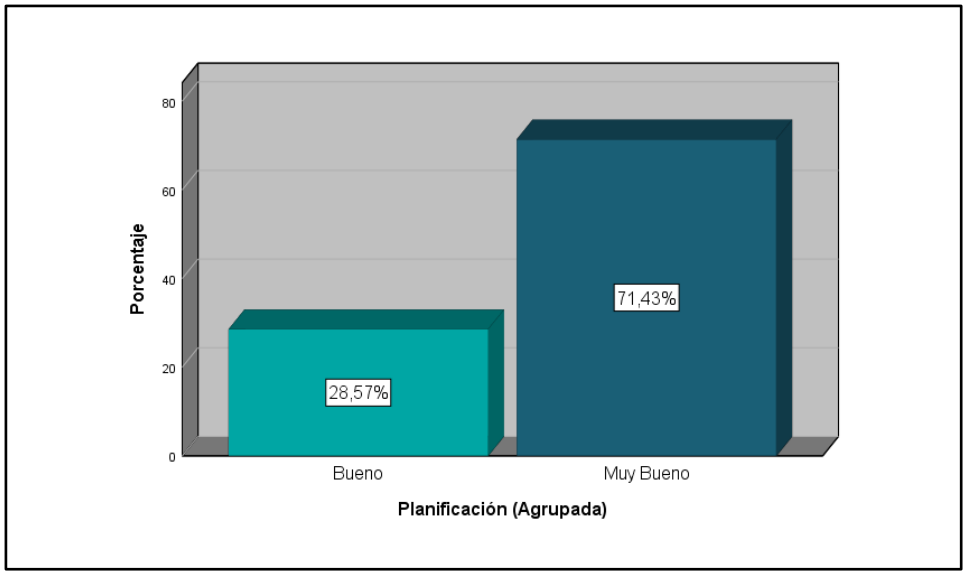
Respuestas a los ítems de la planificación (n = 7).

Item	Respuestas		
Planificación del proceso logístico			
¿Qué tan eficiente considera que es la planificación mensual de requerimientos para los procesos empresariales?	Regular (14.3%)	Bueno (42.9%)	Muy bueno 42.9%)
¿Qué tan eficiente y exacto considera que son las estimaciones de pronósticos realizados?	Regular (14.3%)	Bueno (42.9%)	Muy bueno 42.9%)
Linealidad entre demanda y abastecimiento			
¿Qué tan eficientes considera que son las técnicas usadas para controlar los cambios en la demanda y en la capacidad disponible?	Regular (14.3%)	Bueno (71.4%)	Muy bueno 14.3%)
¿Qué tan eficiente considera que es la programación de la demanda en periodos semanales y mensuales?	Regular (14.3%)	Bueno (71.4%)	Muy bueno (14.3%)
Nivel de stock			
¿Qué tan eficiente considera que es la rotación y control de inventarios?	Regular (14.3%)	Bueno (14.3%)	Muy bueno (71.4%)
¿Cómo considera el proceso de comparar el stock con el pronóstico planificado?	Regular (14,3%)	Bueno (57.1%)	Muy bueno (28.6%)

Fuente: Elaboración propia.

Figura 4.

Resultados dimensión de planificación.



Fuente: Elaboración propia.

En correlación con la ficha de observación y los resultados obtenidos de la dimensión de planificación de la encuesta, se puede evidenciar que el total de las empresas estudiadas, siendo estas 7 cuentan con un área de administración y así mismo con un área logística, lo cual tiene relación con el alto porcentaje de muy bueno para esta dimensión, esto se traduce en que estas áreas principalmente administrativas se encargan desde la planificación del proceso logístico, el cálculo de la demanda y abastecimiento y el control del nivel de stock, por ende al contar con estas áreas se puede corroborar los datos obtenidos en el cuestionario siendo para esta dimensión principalmente buenos con un 71.43%.

De acuerdo con los instrumentos aplicados se puede establecer que las empresas agroexportadoras de jengibre de la región Junín, tienen un buen control de la dimensión de planificación del modelo SCOR, sin llegar a ser perfecta ya que ninguna empresa considera ninguno de los indicadores dentro de excelente, pero se observó que la mayoría de estas consideran esta dimensión como muy buena, lo cual da a estas un margen de mejora.

Tomando en cuenta los datos recolectados con relación a la dimensión de planificación en las empresas agroexportadoras de jengibre de la región Junín, se identificó que todas las empresas del estudio cuentan con un área administrativa y logística, quienes en conjunto planifican los requerimientos empresariales, como la disponibilidad de insumos, materia prima, la capacidad productiva y transporte tanto interno como externo, también se identificó que la planificación se realiza tomando en cuenta la duración de las campañas las cuales varían entre 6 a 8 meses, de acuerdo a la estacionalidad del jengibre.

Así mismo la planificación se ve influenciada por los contratos suscritos con los clientes, mediante los cuales se planifica la demanda total de los productos finales por cada campaña, gracias a esto se identificó que las empresas cuentan con una efectiva gestión de la rotación de inventarios, ya que se evidencio que en sus almacenes no se encuentran

productos sobrantes, además los representantes de las empresas mencionan que, en caso de existir inventario sobrantes, este es destinado para los pedidos restantes.

Además, los pronósticos que ayudan a la planificación están basados en la suma de los clientes actuales y los potenciales, los cuales son contactados mediante ferias, eventos, entre otros.

4.3. Análisis del abastecimiento

Los gerentes de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín respecto al abastecimiento en su organización, un 14.3% menciona que tienen una excelente relación con sus proveedores en base al servicio, disponibilidad y calidad de la materia prima, también consideran que sus proveedores tienen un excelente desempeño y cumplen todos los acuerdos negociados, el 28.6% de las empresas tiene una buena relación y manejo de acuerdos con sus proveedores, respecto a la gestión de inventarios en las empresas un 85.7% consideran que sus técnicas y estrategias para el manejo de inventario es buena y el 14,3% considera que usa técnicas muy buenas en el tema de inventarios, el 28.6 % de las empresas analizan sus costos y riesgos respecto a la toma de decisiones acerca del inventario de manera eficiente y el 28,6% considera que su análisis es regular.

Respecto al proceso de compas, el 28,6% considera que son muy buenos y el 57.1% son muy buenos en el proceso de identificar las compras en base a los productos, el otro 28,6% considera que son buenos en la identificación de compras; en la gestión de ingreso de mercadería el 42,9% de las empresas considera que realizan una excelente gestión de ingresos de productos y el 42,9% consideran que son buenos, un 14,3% consideran que realizan un excelente registro de los ingresos de la mercadería a sus almacenes y un 42,9% son buenos en la elaboración de sus registros.

Tabla 7.

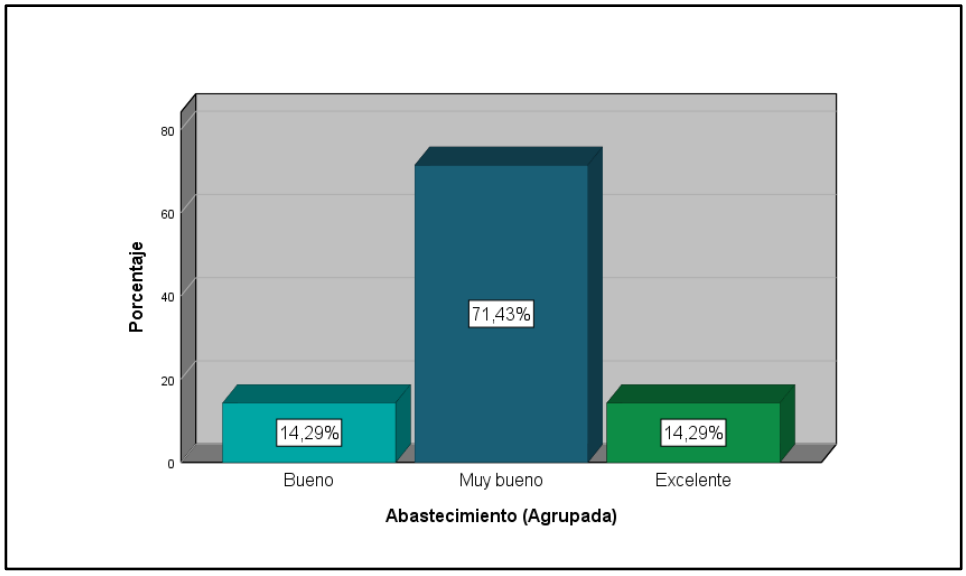
Respuestas a los ítems del abastecimiento (n = 7)

Item	Respuestas		
Gestión de Proveedores			
¿Qué tan correcta considera que es su evaluación del proveedor en función del nivel de servicio, disponibilidad, calidad, entre otros?	Bueno (42.9%)	Muy bueno (42.9%)	Excelente (14.3%)
¿Qué tan eficiente considera que son los acuerdos y el desempeño de los proveedores?	Bueno (28.6%)	Muy bueno (57.1%)	Excelente (14.3%)
Gestión de Inventarios			
¿Qué tan eficientes considera que son las técnicas o estrategias para fijar los niveles de inventario en la empresa?		Bueno (85.7%)	Muy bueno (14.3%)
¿Qué tan eficiente considera que es el análisis de costos y riesgos para la toma de decisiones sobre el inventario?	Regular (28.6%)	Bueno (42.9%)	Muy bueno (28.6%)
Compras			
¿Qué tan eficiente considera que es el proceso de compras de la empresa?	Regular (14,3%)	Bueno (57.1%)	Muy bueno (28.6%)
¿Cómo considera que es el proceso de identificar las compras por tipo de producto?	Regular (14,3%)	Bueno (28.6%)	Muy bueno (57.1%)
Gestión del ingreso de mercadería			
¿Cómo considera que es el procedimiento para la gestión del ingreso de productos?	Bueno (42.9%)	Muy bueno (14.3%)	Excelente (42.9%)
¿Qué tan eficiente considera que es el registro de los ingresos de productos al almacén?	Bueno (42.9%)	Muy bueno (42.9%)	Excelente (14.3%)

Fuente: Elaboración propia.

Figura 5.

Resultados dimensión de abastecimiento.



Fuente: *Elaboración propia.*

De acuerdo con la dimensión de abastecimiento, en relación con la ficha de observación, se puede evidenciar que todas las empresas cuentan con señalética en los almacenes y así mismo 6 de las empresas cuenta con un área indicada para la recepción de proveedores, sumando el hecho de que igualmente 6 empresas cuentan con maquinarias destinadas al manejo de insumos. Tomando en cuenta esto se pudo corroborar que gracias a que la mayoría de las empresas cuenta con un área de recepción de proveedores, esto se ve reflejado en el indicador de gestión de proveedores del cuestionario. Por otro lado, el contar con señalética en las empresas está relacionado directamente con la gestión de ingreso de mercadería, así como la gestión de inventarios siendo estos en su mayoría evaluados como buenos y muy buenos en el cuestionario, sumado al hecho de que esto esta dimensión se complementa con contar con las maquinarias necesarias para el manejo de insumos.

De acuerdo con los instrumentos aplicados se puede establecer que las empresas agroexportadoras de jengibre de la región Junín se encuentran evaluadas con respecto a esta dimensión en mayor parte como muy buenas, siendo un bajo porcentaje de 14.29% como

excelentes, lo cual significa que estas van por buen camino ya que, a los ciertos aspectos haberse evaluado como excelentes significa que tienen el potencial de lograr que la dimensión de abastecimiento consiga la excelencia.

Al analizar los datos recolectados con respecto al abastecimiento en las empresas agroexportadoras de jengibre en la región Junín, se identificó que las empresas del estudio clasifican la materia prima(jengibre), con la finalidad de mantener los estándares de calidad durante los procesos siguientes y que las mermas sean las mínimas posibles, por ello este proceso se realiza de forma manual, ya que esto permite una clasificación más efectiva.

Se identificó que en las empresas, el abastecimiento se realiza mediante convenios con productores de jengibre, el área de compras de las empresas es la encargada de gestionar estos convenios o el área administrativa en caso de no contar con una en específico, estas empresas a su vez se encargan de la capacitación de los productores desde la siembra hasta la cosecha, con el fin de obtener una materia prima con calidad de exportación, gracias a esto las empresas aseguran tener una buena relación con los proveedores y contar con una constante fuente de materia prima. Por otro lado, las empresas también adquieren materiales complementarios para la exportación como las cajas con el branding correspondiente, las cuales son solicitadas de acuerdo con los requerimientos en la demanda, reflejados en los contratos.

4.4. Análisis de la producción

El 14.3% de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín cuentan con un excelente transporte interno de insumos y un 42.9% de las empresas consideran que tienen muy buen manejo interno de insumos y respecto a las gestión de ventas el 28,6% de las empresas mencionan que los procesos y la comunicación para la identificación de requerimientos del cliente son muy buenos, el 57.1% de las empresas consideran que son

buenos en ese proceso y un 14.3% consideran que es regular la comunicación para identificar los requerimientos.

Un 28,6% considera que su segmentación de clientes es muy buena y el otro 71.4% se considera bueno en realizar su segmentación de clientes.

Tabla 8.

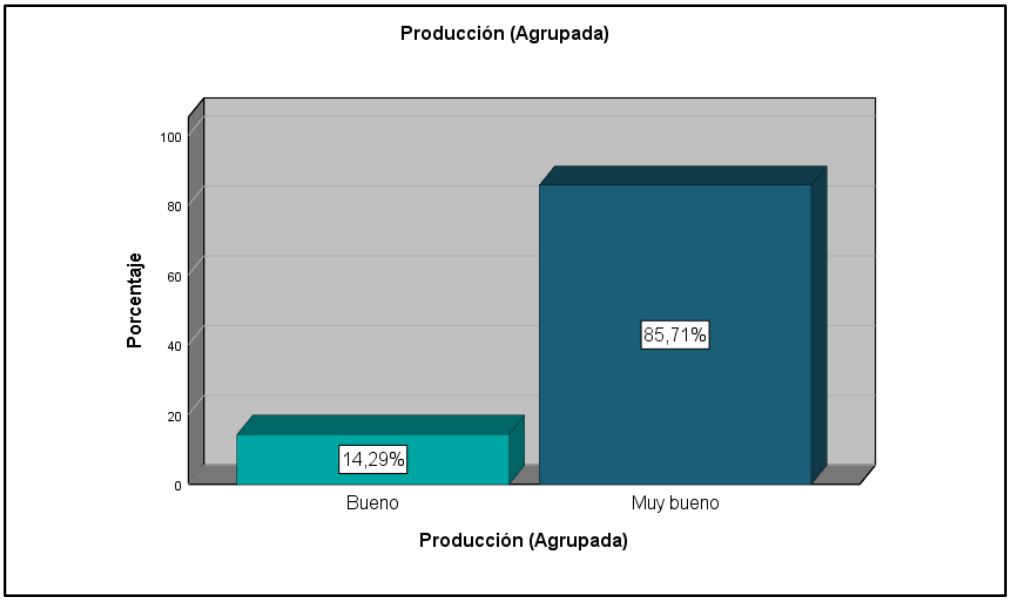
Respuestas a los ítems de la producción (n = 7)

Item	**Respuestas**		
Logística interna			
¿Qué tan eficiente considera que es el transporte interno de insumos?	Bueno (42.9%)	Muy bueno (42.9%)	Excelente (14.3%)
¿Qué tan eficiente considera que son los tiempos de cada proceso interno relacionado con la producción?		Bueno (57.1%)	Muy bueno (42.9%)
Gestión de Ventas			
¿Qué tan eficiente considera que son los procesos y comunicación para identificar los requerimientos del cliente?	Regular (14.3%)	Bueno (57.1%)	Muy bueno (28.6%)
¿Qué tan efectiva considera que es la segmentación de clientes?		Bueno (71.4%)	Muy bueno (28.6%)

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6.

Resultados de la dimensión producción.



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la dimensión de producción, relacionado con la ficha de observación, se evidencia que el total de las empresas cuenta con una planta de producción propia y con equipos adecuados para la realización de esta labor lo cual asegura los estándares de calidad necesarios para que el producto sea exportado, esto relacionado directamente con los indicadores de la logística interna ya que permite el transporte y el movimiento de insumos y productos dentro de la planta de producción con la que todos cuentan, así como tener un área encargada de las ventas permite una correcta segmentación de clientes y la eficiencia al momento de identificar las necesidades del cliente.

De acuerdo con los instrumentos aplicados se puede establecer que las empresas agroexportadoras de jengibre de la región Junín se encuentran evaluadas con respecto a esta dimensión en mayor parte como muy buenas siendo un mínimo porcentaje como bueno, se puede entender gracias a esto que casi la totalidad de la dimensión de producción en todas las empresas se encuentra en un promedio que comparten entre sí, lo cual significa que los procesos de productos en su mayoría se encuentran estandarizados en la industria.

Al analizar los resultados obtenidos en la dimensión de producción de las empresas agroexportadores de jengibre de la región Junín, se identificó que todas las empresas cuentan con una planta de producción propia, por lo cual se encargan de todo el proceso productivo sin requerir de algún tipo de tercerización, el proceso productivo se encuentra determinado por normas internacionales de calidad, las cuales establecen el orden y ubicación de los subprocesos, el cumplimiento de estas normas permite la obtención de reconocimientos y certificaciones, sumando un valor agregado al producto final.

El aspecto más valorado por parte de los clientes es que ciertos subprocesos se realicen de la manera más tradicional posible, como por ejemplo el secado del jengibre que se realiza bajo el sol y no en un horno industrial, debido a que de esta manera se conservan las propiedades del jengibre, por ello es importante la comunicación con el cliente incluso para el área de producción, además les ayuda a realizar una correcta segmentación de mercado en relación a los productos que ofrece.

4.5. Análisis de la distribución

Teniendo como primer indicador el *picking* de productos en el cual se puede observar que el 57.1% de las empresas considera que su capacidad de procesar y gestionar pedidos es muy buena, seguido por un 42.9% que considera que es buena. Así mismo, de acuerdo a los resultados del indicador de Gestión de salida de productos, se observa que el 71.4% de las empresas considera que su relación entre el almacenamiento y el cumplimiento de órdenes es Muy Buena, seguido de un 28.6% que considera que es buena. Por otro lado, en el indicador de Gestión de salida de productos, se observa que un 71.4% de las empresas considera que su relación entre almacenamiento y cumplimiento de órdenes es muy buena, seguido por un 28.6% que la ve como buena. Referente al indicador de Infraestructura de Despacho, el 57.1% de las empresas considera que la eficiencia de su infraestructura de despachos es muy buena y un 42.9% considera que esta es buena. Con respecto, al indicador

de Ubicación de almacenes, se observa que 42.9% de las empresas considera que la ubicación del almacén es muy buena, seguido por otro 42.9% que considera que es bueno y finalmente un 14.3% que considera que es excelente. De acuerdo al indicador de Gestión de transporte, 71.4% de las empresas consideran que el transporte de órdenes y pedidos es muy bueno, seguido por un 14.3% que considera que es bueno y un 14.3% que considera que es excelente. Respecto al último indicador de esta dimensión, 71.4% de las empresas considera que la comunicación con los socios estratégicos del transporte es muy buena, seguido por 28.6% que considera que es buena. Por otro lado, un 57.1% considera que el desempeño de los socios estratégicos antes mencionados es bueno y un 42.9% que es muy bueno.

Tabla 9.

Respuestas de los ítems de la distribución (n = 7)

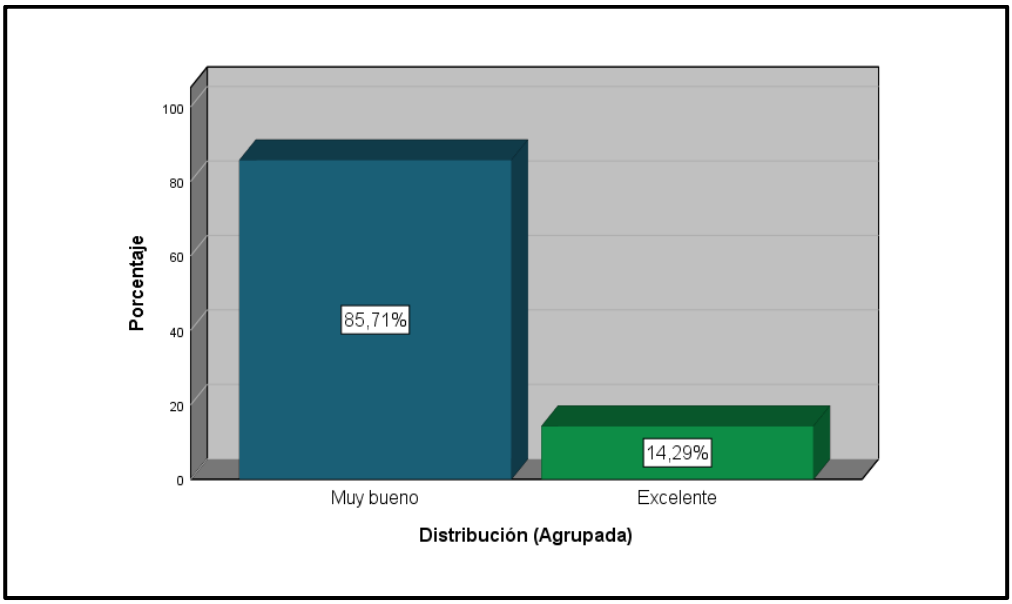
Item	**Respuestas**		
Picking de Productos			
¿Qué tan eficiente considera que es la capacidad de procesar y gestionar pedidos?	Bueno - 42.90%	Muy bueno -57.10%	
Gestión de salida de productos			
¿Qué tan eficiente considera que es la relación entre el almacenamiento y el cumplimiento de órdenes?	Bueno - 28.60%	Muy bueno -71.40%	
Infraestructura de Despacho			
¿Qué tan eficiente considera que es la infraestructura de despacho de pedidos?	Bueno - 42.90%	Muy bueno -57.10%	
Ubicación de almacenes			
¿Qué tan efectiva y pertinente considera que es la ubicación del almacén?	Bueno - 42.90%	Muy bueno -42.90%	Excelente -14.30%
Gestión de Transporte			
¿Qué tan eficiente considera que es el transporte de órdenes y pedidos?	Bueno - 14.30%	Muy bueno -71.40%	Excelente -14.30%
Alianzas de Distribución			

¿Qué tan efectiva considera que es la comunicación con socios estratégicos relacionados con el transporte?	Bueno - 28.60%	Muy bueno -71.40%
¿Qué tan efectiva considera que es el desempeño de los socios estratégicos relacionados con el transporte?	Bueno - 57.10%	Muy bueno -42.90%

Fuente: Elaboración propia.

Figura 7.

Resultados de la dimensión distribución.



Fuente: Elaboración propia.

En relación con la dimensión de distribución, complementando esta con la ficha de observación, se evidencia que 6 de las empresas no cuenta con vehículos propios para el transporte de productos, por otro lado, el total de las empresas realiza un inventario físico de los productos que serán distribuidos, así como contar con la maquinaria necesaria para el traslado de los productos dentro del almacén. El hecho de que las empresas no cuenten con vehículos propios se relaciona con el indicador de gestión de transportes y las alianzas ya que, si bien no cuentan con estos, tienen socios estratégicos para la distribución del producto terminado lo cual no afecta de manera negativa a esta dimensión, más aún esto permite que las empresas se centren en otros aspectos. Por otro lado, el hecho de realizar inventarios

físicos permite que el *picking* y la gestión de salida de los productos se realice de manera más efectiva. Finalmente, el contar con la maquinaria necesaria también interviene aquí, no solo en la logística interna sino también en la preparación de pedidos destinados a la distribución.

De acuerdo con los instrumentos aplicados se puede establecer que las empresas agroexportadoras de jengibre de la región Junín se encuentran evaluadas con respecto a esta dimensión en mayor parte como muy buenas, siendo un porcentaje muy bajo de esta dimensión llegando a la excelencia a criterio de los resultados obtenidos mediante el cuestionario, lo cual significaría de que existen puntos en los cuales se puede poner énfasis para mejorar la evaluación de esta dimensión y lograr que en su conjunto se consiga un mayor porcentaje de excelente en su totalidad lo cual es importante al tratarse en el abastecimiento, el cual es la vía por la cual se transportan los productos que llegaran a los clientes.

Al analizar los datos recolectados con relación a la dimensión de distribución en las empresas agroexportadoras de jengibre en la región Junín, se identificó que las empresas tercerizan el servicio de transporte, ya que la disponibilidad de transporte por medios propios muchas veces llegaría a ser muy costoso o no contarían con la cantidad de vehículos disponibles para realizar el transporte por su cuenta. Los representantes de estas empresas mencionan que es de suma importancia mantener una buena comunicación con los proveedores del servicio transporte, así como un correcto control órdenes y pedidos desde su salida de fábrica, hasta que son despachados en puerto al cliente extranjero, para esto los almacenes se encuentran en zonas y ubicaciones estratégicas que faciliten este proceso.

4.6. Análisis de la devolución

Un 71.4% de las empresas exportadoras de jengibre consideran que el proceso de devolución y almacenamiento de productos es muy bueno, un 14,3% considera que es regular en la realización del proceso. Con respecto al indicador de Gestión de devoluciones, se puede observar que el 57.1% de las empresas considera que la comunicación con el cliente con respecto a una devolución es buena, seguido por un 28.6% que considera que es muy buena y finalmente un 14.3% considera que es regular.

Con respecto al indicador de reparación de productos se observa que el 42.9% de las empresas considera que el proceso de compensación o subsanación de devoluciones es muy bueno, de igual modo otro 42.9% considera que es bueno y 14.3% de las empresas considera que es regular. Correspondiente al indicador de reparación de productos, se observa que el 42.9% de empresas considera que la comunicación y seguimiento con respecto a la compensación es muy buena, seguido por otro 42.9% que considera que es buena y finalmente un 14.3% que considera que es regular.

Tabla 10.

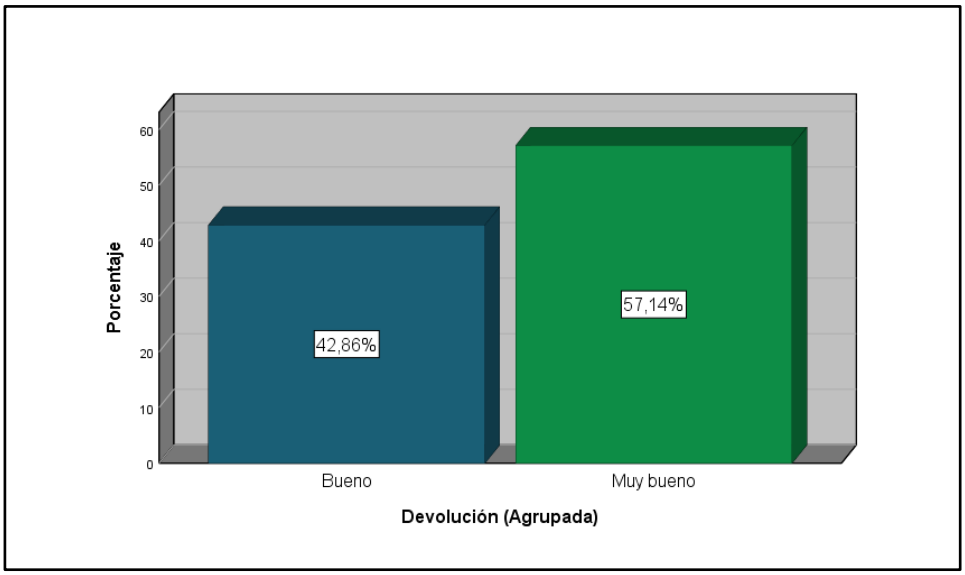
Respuestas de los ítems de la devolución (n = 7)

Items	**Respuestas**		
Gestión de devoluciones			
¿Qué tan eficiente considera que es el proceso de devolución y almacenamiento de productos en retorno?	Regular (14.3%)	Bueno (14.3%)	Muy bueno (71.4%)
¿Qué tan eficiente considera que es la comunicación con el cliente con respecto a una devolución?	Bueno (14.3%)	Muy bueno (57.1%)	Excelente (28.6%)
Reparación de productos			
¿Qué tan eficiente considera que es el proceso de compensación o subsanación de devoluciones?	Regular (14.3%)	Bueno (42.9%)	Muy bueno (42.9%)
¿Qué tan efectiva considera que es la comunicación y seguimiento con respecto a la compensación?	Regular (14.3%)	Bueno (42.9%)	Muy bueno (42.9%)

Fuente: Elaboración propia.

Figura 8.

Resultados de la dimensión devolución.



Fuente: *Elaboración propia.*

De acuerdo a la dimensión de devolución y en relación con la ficha de observación, se pudo evidenciar que 6 de las empresas no cuenta con un área específicamente dedicada a la atención al cliente, sino que de esta se encarga el área administrativa, esto se traduce en que, si bien se realiza la comunicación respecto a algún lote defectuoso o que no cumpla con la calidad necesaria, esta se realiza no de manera especializada, por lo cual hay puntos en la comunicación que podrían incluso abaratar costos o llegar a mejores acuerdos si existiera una área especializada para esto, por otro lado también se debe considerar que las empresas trabajan bajo contrato por lo cual muchas veces no se requeriría de un área específica para esto, por lo cual está abierto a debate la necesidad de esta ya que a criterio de las empresas esta dimensión se califica casi de igual manera como buena y muy buena, pero siempre existe un margen de mejora, esto incurriría en un estudio de logística inversa y si esto va de la mano con la capacidad de la empresa de lograr esto.

Al analizar los datos recolectados con relación a la dimensión de devolución en las empresas agroexportadoras de jengibre en la región Junín, se identificó que todas las

empresas estudiadas generalmente no presentan casos de devolución de mercadería y las veces en que existan controversias con respecto a la devolución se opta por la devolución total del importe o en caso solo una parte de la mercancía sea defectuosa, el cliente opta por no cancelar la totalidad del pago, siempre previo acuerdo con la empresa proveedora.

Se identificó que la comunicación es de suma importancia en el proceso de distribución, ya que permite comunicar el estado de la mercadería, mediante fotos, grabaciones del producto informando la conformidad y/o disconformidad. La comunicación entre proveedor y cliente es importante para la solución de controversias al momento de realizar una compensación o descuentos en las siguientes ordenes, comprometiéndose a realizar el respectivo seguimiento para la subsanación.

4.7. Análisis de apoyo/habilitación

El 57.1% de las empresas considera que sus actuales estrategias de liderazgo dentro de la empresa son muy buenas, seguido por 42.9% que considera que son buenas.

El 42.9% de las empresas exportadoras de jengibre respecto al indicador de Benchmarking menciona que considera que su aplicación del benchmarking competitivo actual es buena, seguido por un 28.6% que considera que es muy bueno y del mismo modo, un 28.6% considera que esta aplicación es regular. En relación a la medición y mejora de procesos el 57.1% de las empresas considera que su manejo de la variabilidad y control de precios es bueno, seguido por un 28.6% que considera que es regular y un 14.3% que considera que este manejo es regular. El 57.1% de las empresas considera que su análisis de *feedback* referente a sus procesos es muy bueno, y un 42.9% de las empresas considera que es bueno. Con respecto al indicador de Innovación Tecnológica el 42.9% de empresas considera que sus estándares tecnológicos con relación a la industria son buenos, un 28.6% de empresas consideran que son muy buenos y de igual forma otro 28.6% que considera que

son regulares, el 71.4% de empresas considera que la efectividad y competitividad de la innovación de productos y servicios es buena y un 28.6% de empresas que considera que son muy buenos.

Tabla 11.

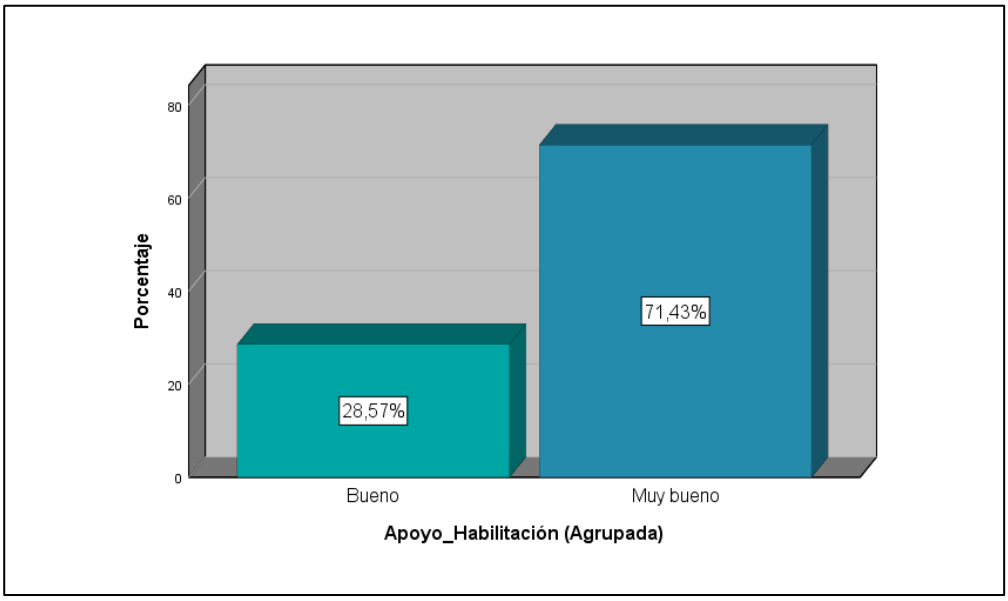
Respuestas de los ítems apoyo/habilitación (n = 7)

Item	Respuestas		
Planeamiento estratégico			
¿Qué tan eficiente considera que son las actuales estrategias y el liderazgo dentro de la empresa?	Bueno (42.9%)	Muy bueno (57.1%)	
Benchmarking			
¿Qué tan eficiente considera que es su aplicación de benchmarking competitivo actual?	Regular (28.6%)	Bueno (42.9%)	Muy bueno (28.6%)
Medición y mejora de procesos			
¿Qué tan eficiente considera el manejo de la variabilidad y control de precios?	Regular (28.6%)	Bueno (57.1%)	Muy bueno (14.3%)
¿Qué tan efectivo considera que es el análisis de feedback referente a procesos?		Bueno (42.9%)	Muy bueno (57.1%)
Innovación Tecnológica			
¿Qué tan eficiente considera que es su empresa en relación con los estándares de la industria?	Regular (28.6%)	Bueno (42.9%)	Muy bueno (28.6%)
¿En relación con la innovación de productos y servicios que tan efectivos y competitivos considera que estos son?		Bueno (71.4%)	Muy bueno (28.6%)

Fuente: Elaboración propia.

Figura 9.

Resultados dimensión de apoyo/habilitación.



Fuente: Elaboración propia.

En correlación a la dimensión de apoyo/habilitación y la ficha de observación, se evidencia que el 5 de las empresas cuenta con rótulos donde se evidencien los lineamientos estratégicos de la empresa a simple vista. Por otro lado, el total de las empresas realiza promociones, participa en ferias o hace uso de redes sociales para la captación de clientes internacionales, significando esto que está fuertemente relacionado con los indicadores de planeamiento estratégico, ya que se puede percibir el liderazgo en las decisiones con respecto a los objetivos empresariales, por otro lado la participación en ferias y presencia en redes va de la mano con la medición y mejora de procesos, ya que permite medir de manera tangible el impacto de la empresa en la web, tomando en cuenta que las empresas si bien consideran que en gran parte esta dimensión es muy buena, existe mejoras como en los procesos ya que si bien los clientes buscan muchas veces que el proceso se haga de la manera más tradicional posible, en general la innovación en productos, servicios e incluso la automatización de alguno evaluando correctamente, puede ser de gran ayuda para la industria o empresas en específico.

Al analizar los datos recolectados con relación a la dimensión de apoyo/habilitación en las empresas agroexportadoras de jengibre en la región Junín, se identificó que un gran porcentaje de las empresas estudiadas aplican estrategias basadas en el benchmarking de la industria para implementar planes operativos para alcanzar sus objetivos, los cuales se encuentran plasmados en la visión y misión que gran parte de las empresas exhiben en sus áreas, para el conocimiento de todos los miembros de la empresa.

Los representantes de las empresas mencionan que toman muy en cuenta la retroalimentación de los colaboradores respecto a los procesos. Las empresas tienen conocimiento de la vital importancia de usar estrategias actuales, ya que en un entorno competitivo es imposible lograr objetivos sin estrategias actuales, menos sin analizar a la competencia, se identifica que, si bien la innovación de productos y servicios es un aspecto que las empresas consideran importante, de igual modo lo son los requerimientos del cliente por esta razón las empresas buscan un balance entre estos aspectos.

4.8. Análisis por empresa

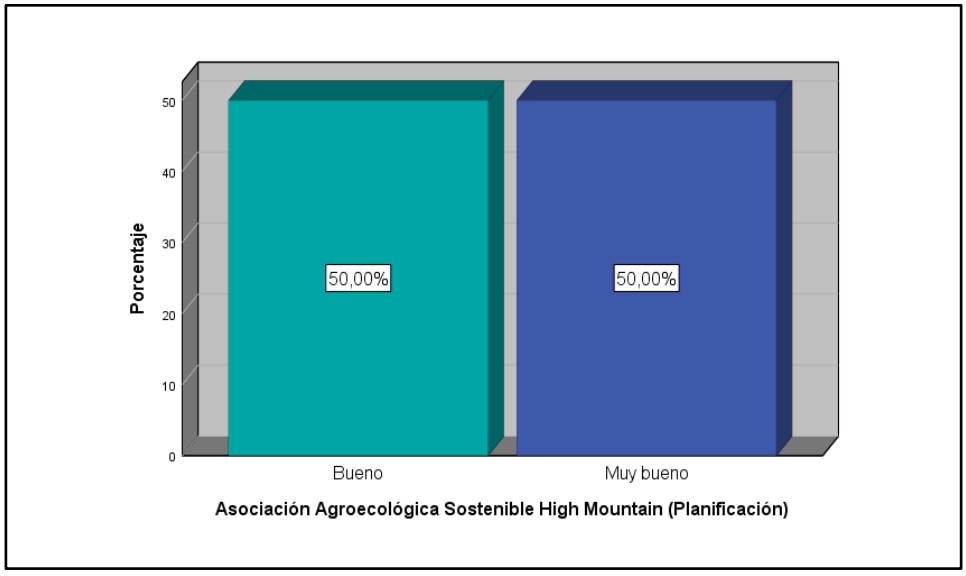
4.8.1. Análisis empresa asociación agroecológica sostenible High Mountain

Con respecto a los resultados para la dimensión de planificación de la empresa asociación agroecológica sostenible High Mountain, se observa que esta es buena y muy buena en igual medida, teniendo porcentaje de 50% en ambos casos, esto relacionado a la planificación de requerimientos para los procesos empresariales y las estimaciones de pronósticos siendo estos considerados dentro de muy bueno, debido a la experiencia de última campaña, sin llegar a ser estos excelentes ya que existen puntos en los que se pueden mejorar. Por otro lado, puntos como la aplicación de técnicas para el control de cambios en la demanda y la programación de esta, es considerada buena, ya que en gran medida se realiza basado en los contratos.

Finalmente, referente a la rotación y control de inventarios, así como la comparación del stock con el pronóstico planificado, son muy bueno y bueno, respectivamente significando que con respecto al nivel de stock esta empresa necesita mejorar un poco los pronósticos para que cuando menos, este punto se encuentre al nivel de la rotación y control de inventarios.

Figura 10.

Resultados de la dimensión planificación en la asociación agroecológica sostenible High Mountain.



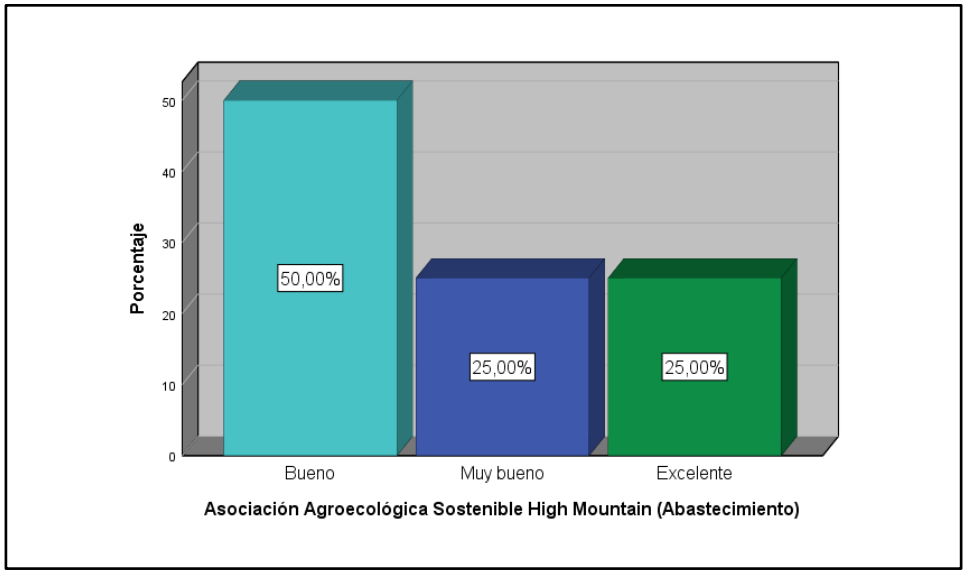
Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los resultados de la dimensión de abastecimiento de la empresa asociación agroecológica sostenible High Mountain, se observa que esta dimensión se encuentra en gran parte en bueno representado por un 50%, en los que se encuentra la gestión de inventarios y compras, el primero siendo que las técnicas o estrategias usadas para fijar los niveles de inventario son buenas, así como el análisis de costos y riesgos para la toma de decisiones con respecto al inventario, en compras se tiene que el proceso de compras de la empresa es bueno y la identificación de estas compras por tipo de producto de igual manera. Seguido por un 25% considerado muy

bueno, en el cual se encuentra la gestión de proveedores considerando tanto la evaluación de estos como su desempeño muy bueno. Finalmente, un 25% considerado excelente, representado por la gestión de ingreso a la mercadería en la cual se tomó en cuenta el procedimiento del ingreso y el registro de ingreso de los productos calificado como excelente.

Figura 11.

Resultados de la dimensión abastecimiento en la asociación agroecológica sostenible High Mountain.

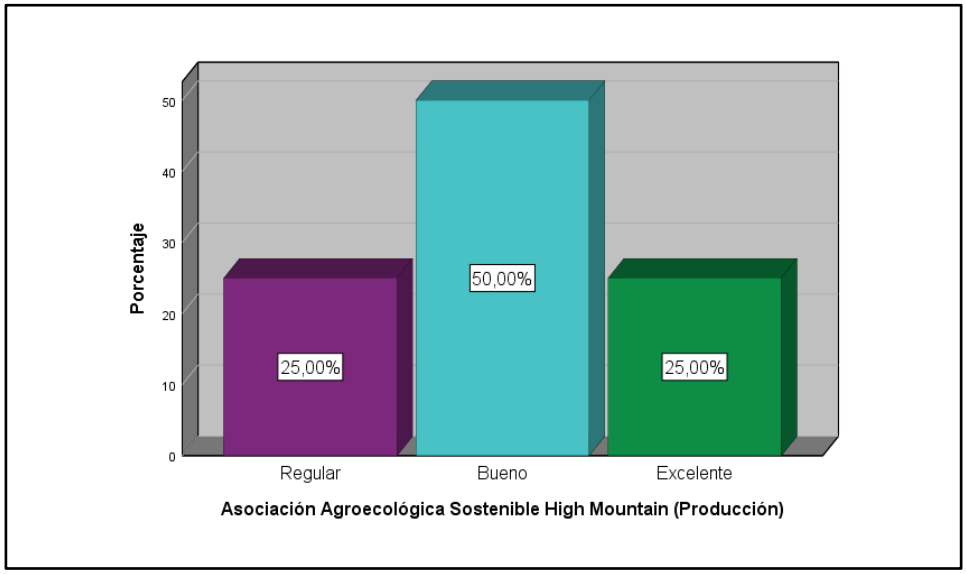


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de la dimensión de producción de la empresa asociación agroecológica sostenible High Mountain, se observa que esta dimensión se encuentra en gran parte considerada como buena en un 50%, representado por aspectos como la eficiencia de los tiempos de los procesos internos relacionados con la producción, la segmentación de los clientes y la relación del almacenamiento y el cumplimiento de órdenes. Seguido de un 25% considerado como regular, representado los procesos de identificar los requerimientos del cliente. Finalmente, un 25% representado por el excelente transporte interno de insumos.

Figura 12.

Resultados de la dimensión producción en la asociación agroecológica sostenible High Mountain.

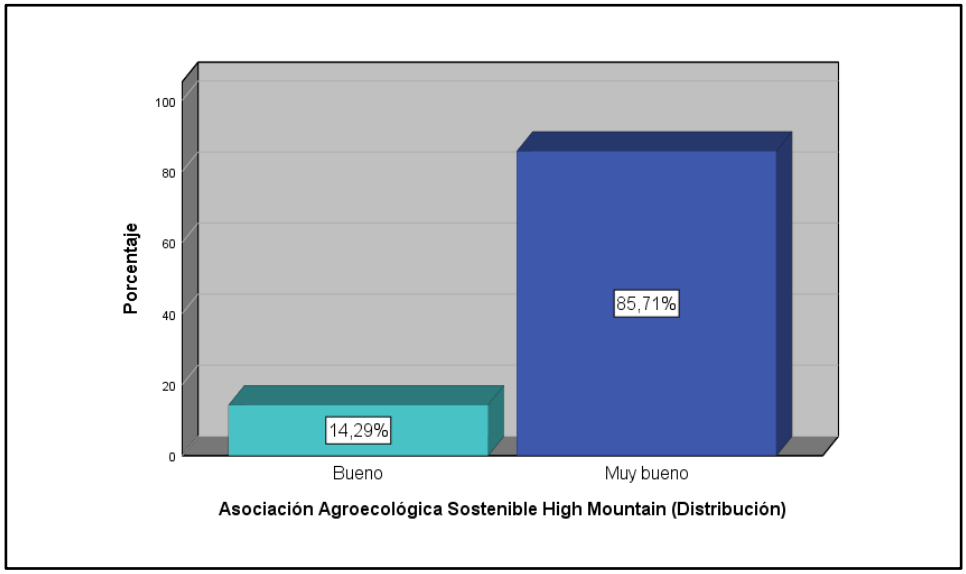


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a los resultados de la dimensión de distribución de la empresa asociación agroecológica sostenible High Mountain, se observa que esta se encuentra en gran parte considerada como muy buena con un 85.7%, representado por el picking de productos donde su capacidad de procesar y gestionar pedidos es muy buena, la infraestructura de despacho, la ubicación del almacén y el transporte de órdenes y pedido, así como las alianzas de distribución en el cual se encuentran la efectividad de la comunicación con los socios estratégicos del transporte y el desempeño de estos. Seguido por el 18.29%, en el cual se encuentra la gestión de salida de los productos considerado como buena.

Figura 13.

Resultados de la dimensión distribución en la asociación agroecológica sostenible High Mountain.

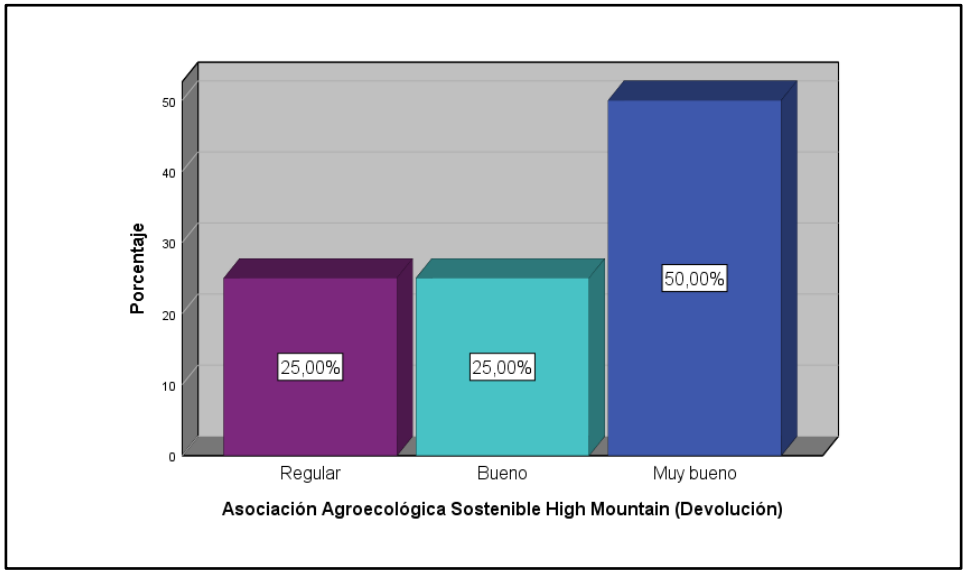


Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los resultados de la dimensión de devolución de la empresa asociación agroecológica sostenible High Mountain, se observa que un 50% de esta dimensión se encuentra en muy bueno, representado por la reparación de productos, teniendo dentro de esto al proceso de compensación y subsanación, así como la efectividad de la comunicación y seguimiento con respecto a alguna compensación. Seguido de un 25%, que se encuentra en bueno, dentro de lo cual se considera a la comunicación con el cliente respecto a una devolución y un 25% considerado regular, en el cual figura al proceso de devolución y almacenamiento de este.

Figura 14.

Resultados de la dimensión devolución en la asociación agroecológica sostenible High Mountain.

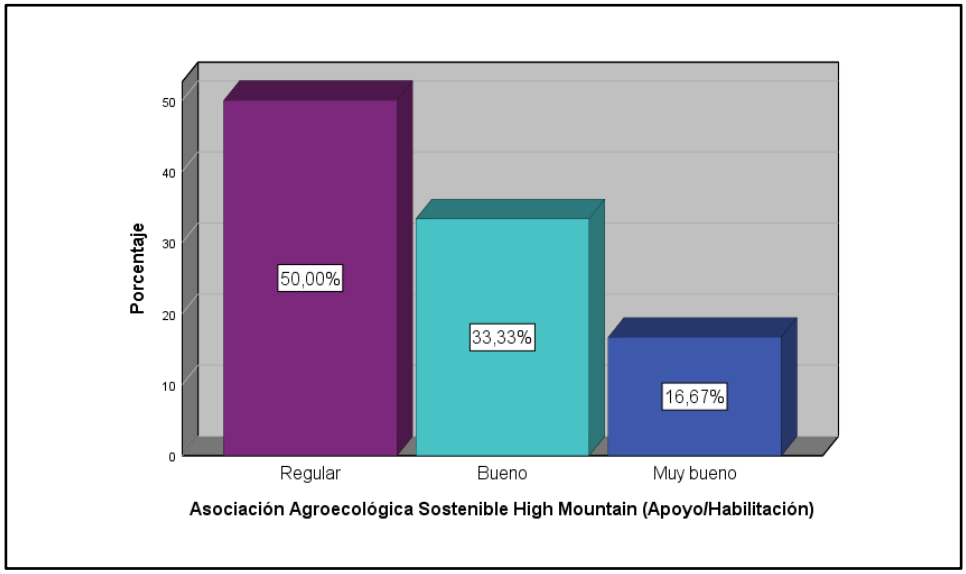


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de la dimensión de apoyo/habilitación de la empresa High Mountain, se tiene un 50% de esta que se encuentra como regular, representada por la aplicación de benchmarking de la empresa, el manejo de la variabilidad de precios y la eficiencia de la empresa frente a los estándares de la industria. Seguido por un 33% considerado bueno, dentro del cual se encuentra su análisis del *feedback* con respecto a procesos su competitividad con respecto a la innovación de productos y servicios. Finalmente, un 16.67%, considerado muy bueno en el cual se encuentran las estrategias y liderazgo empresariales.

Figura 15*:*

Resultados de la dimensión apoyo/habilitación en la asociación agroecológica sostenible High Mountain.



Fuente: Elaboración propia.

4.8.2. Análisis empresa Elisur Organic

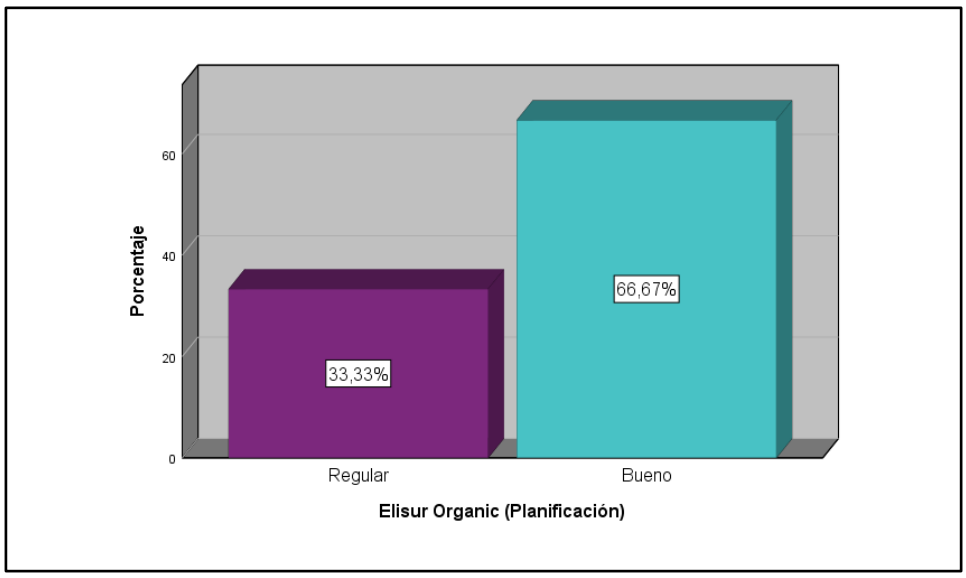
De acuerdo a los resultados se puede observar que la empresa Elisur Organic con 6 años en el mercado de la agroexportación de jengibre, refleja el proceso logístico, evaluado mediante el modelo SCOR representado por diferentes porcentajes, con un 17.14% de este evaluado como muy bueno, seguido por un 68.57% de carácter bueno y finalmente un 14.29% de este como regular, es decir que Elisur Organic analiza de manera correcta sus bases competitivas y determina sus niveles de rendimiento correctamente con el fin de alcanzar los objetivos estratégicos de mediano y largo plazo.

Con respecto a los resultados de la dimensión de planificación de la empresa Elisur Organic, se observa que un 66.67% de esta se encuentra calificada como buena, representado por la planificación mensual para sus procesos empresariales, su planificación de la demanda en periodos semanales o mensuales, así como los aspectos

relacionados con el nivel de stock, dentro de lo cual se encuentra la rotación y control de inventarios y la comparación de stock con el pronóstico planificado. Seguido por un 33.33% con resultado regular, en el cual se encuentra la estimación de los pronósticos y la aplicación de técnicas para controlar los cambios en la demanda y la capacidad disponible.

Figura 16.

Resultados de la dimensión planificación Elisur Organic



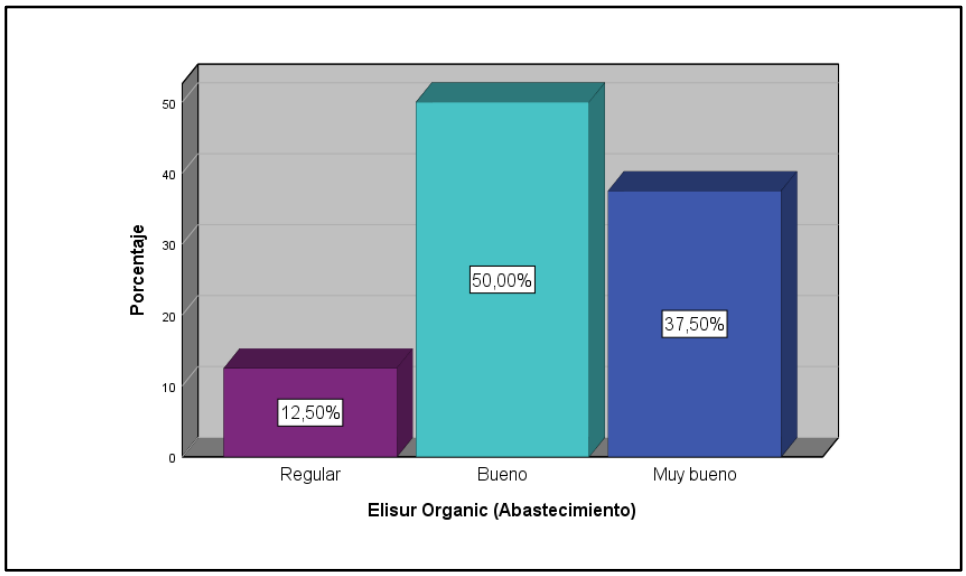
Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de la dimensión de abastecimiento de la empresa Elisur Organic un 50% de esta es buena, representada por las técnicas y estrategias para fijar los niveles de inventarios en la empresa, el proceso de compras de la empresa, y lo relacionado a la gestión de ingreso de la mercadería, representado por la gestión de ingreso de productos y el registro de estos. Seguido por un 37.5% considerado como muy bueno, dentro del cual se encuentran la gestión de proveedores como la evaluación de estos, los acuerdos y el desempeño, así como la identificación de las compras por tipo de producto. Finalmente, un 12.50%, es considerado regular,

siendo esto el análisis de costos y riesgos para la toma de decisiones sobre el inventario.

Figura 17.

Resultados de la dimensión abastecimiento Elisur Organic.

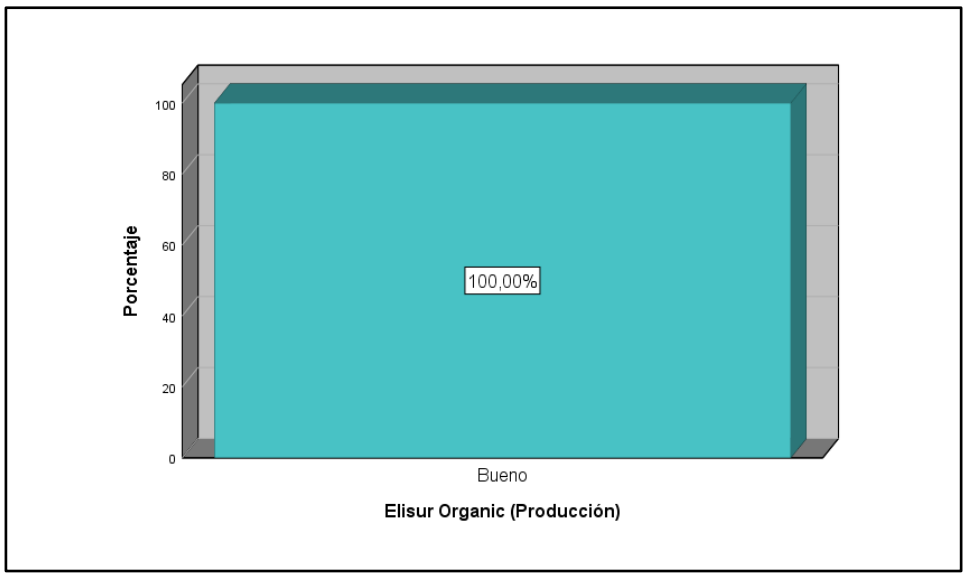


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de la dimensión de producción en la empresa Elisur Organic, se observa que el 100% de esta dimensión está considerada como buena, teniendo dentro de esta a la logística interna con el transporte interno de insumos y los tiempos de los procesos, a la gestión de ventas con la comunicación y la segmentación de los clientes.

Figura 18.

Resultados de la dimensión producción Elisur Organic.

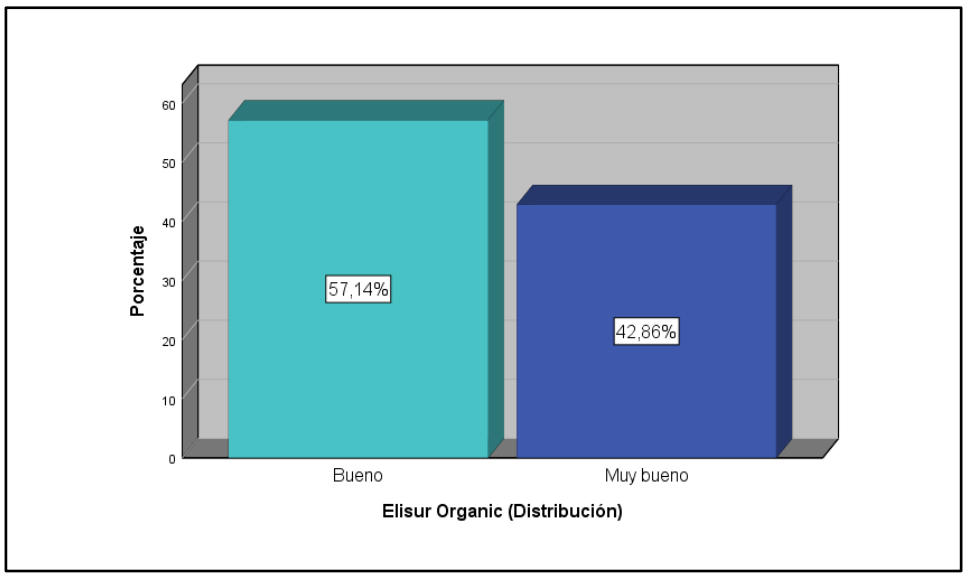


Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la dimensión de distribución en la empresa Elisur Organic, se obtuvo que un 57.14% de esta es considerada como buena, representado por la infraestructura de despacho de pedidos, la ubicación del almacén o almacenes y las alianzas de distribución con la comunicación con los socios estratégicos del transporte y el desempeño de estos. Seguido por un 42.86% de la dimensión considerada como muy buena, teniendo dentro de este porcentaje a el *picking* de productos con la capacidad de procesar y gestionar pedidos, la gestión de salida de productos con la relación entre el almacenamiento y cumplimiento de órdenes y la gestión de transporte con la eficiencia del transporte de órdenes y pedidos.

Figura 19.

Resultados de la dimensión distribución Elisur Organic

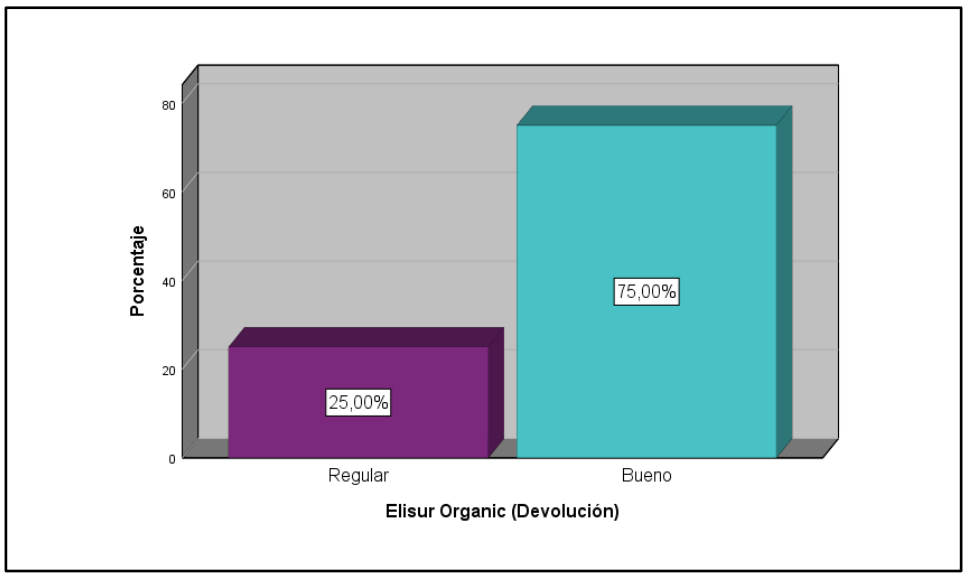


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de la dimensión de devolución en la empresa Elisur Organic, cuenta con un 75%% de esta considerada como buena, dentro de la cual está la gestión de devoluciones con el proceso de devolución y almacenamiento de productos en retorno y la comunicación con el cliente respecto a una devolución, así ismo la comunicación y seguimiento con respecto a la compensación. Seguido de un 25%% que se encuentra dentro de muy bueno, con el proceso de compensación o subsanación de devoluciones.

Figura 20.

Resultados de la dimensión devolución Elisur Organic

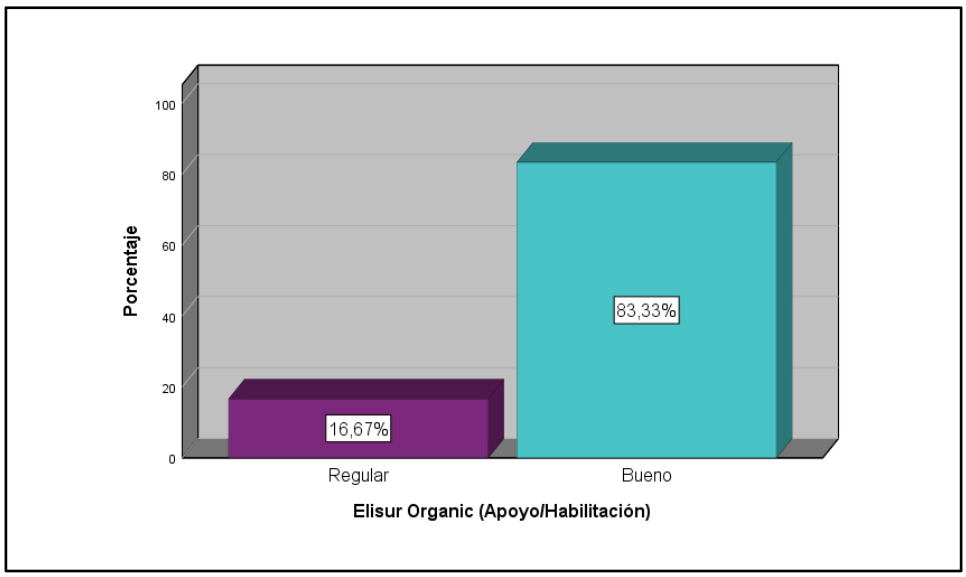


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de la dimensión de apoyo/habilitación en la empresa Elisur Organic, se observa que un 83.33% de esta dimensión se encuentra en bueno, contando con las estrategias y el liderazgo de la empresa, la aplicación del benchmarking, la medición y mejora de procesos con el majeo de la variabilidad y control de precios, así como el análisis de *feedback* referente a los procesos, también la innovación de productos y servicios. Seguido por un 16.67% considerado como regular el cual es representado por la eficiencia de la empresa en relación con los estándares de la industria.

Figura 21.

Resultados de la dimensión apoyo/habilitación de Elisur Organic



Fuente: Elaboración propia.

4.8.3. Análisis empresa Añawi Export

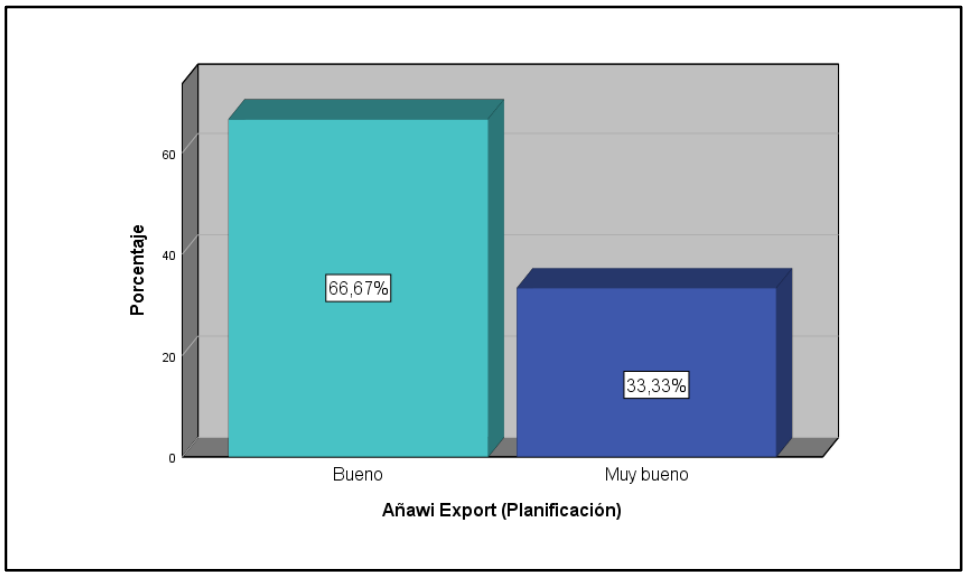
La empresa Añawi Export con 4 años en el mercado de la agroexportación de jengibre, refleja el proceso logístico, evaluado mediante el modelo SCOR representado por un 37.14% de este evaluado como muy bueno, seguido por un 57.14% de carácter bueno y finalmente un 5.71% de este como regular, es decir que la empresa cuenta con un buen análisis de su competitividad y rendimiento a lo largo de la cadena de valor.

Con respecto a los resultados de la dimensión de Planificación de la empresa Añawi Export, se observa que un 66.67% de esta dimensión está considerada en el rubro de buena, contando dentro de este porcentaje a la planificación de los requerimientos de los procesos empresariales, las técnicas usadas para controlar los cambios de la demanda y la capacidad disponible, la programación de la demanda y la comparación del stock con los pronósticos. Seguido de un 33.33% considerado

como muy bueno, teniendo a la eficiencia y exactitud de los pronósticos, así como la rotación y control de inventarios.

Figura 22.

Resultados de la dimensión planificación Añawi Export.

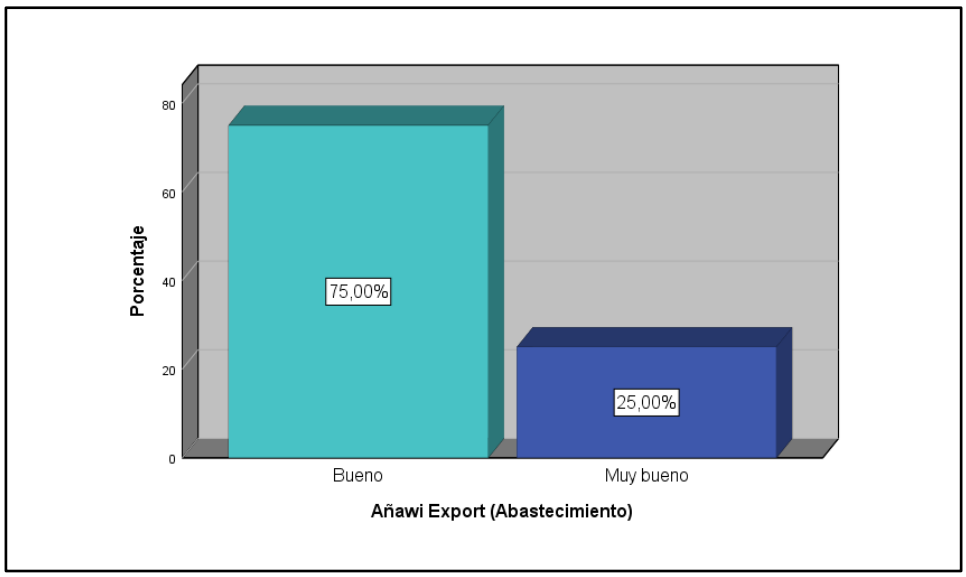


Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los resultados de la dimensión de abastecimiento, se obtuvo que un 75% de la dimensión se encuentra calificada como buena, siendo este porcentaje representado por la evaluación de los proveedores, las técnicas y estrategias para fijar los niveles de inventario, la identificación de las compras por tipo de producto, el proceso de compras en sí y la gestión de ingreso de mercadería. Seguido por un 25%, el cual es calificado como muy bueno, dentro del cual se encuentran los acuerdos con los proveedores y el análisis de costos y riesgos.

Figura 23.

Resultados de la dimensión abastecimiento de Añawi Export.

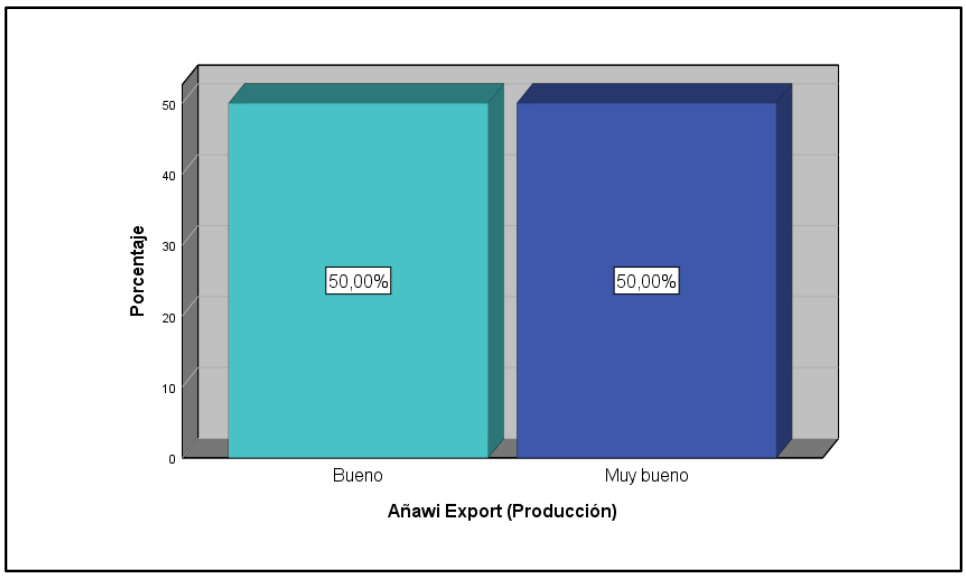


Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los resultados de la dimensión de producción en la empresa Añawi Export, se obtuvo que un 50% de esta dimensión está considerada como muy buena, representado por la logística interna con el transporte interno de insumos y los tiempos de los procesos internos relacionados con la producción. De igual modo un 50%, está considerado como bueno, siendo esto la comunicación para identificar los requerimientos del cliente y la efectividad de la segmentación de los clientes.

Figura 24.

Resultados de la dimensión producción de Añawi Export.

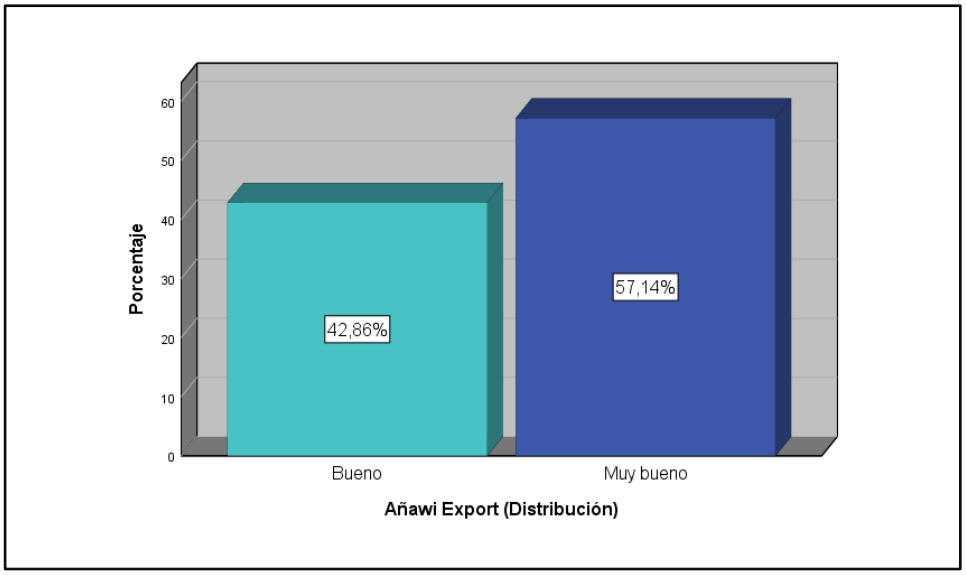


Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a los resultados de la dimensión de distribución en la empresa Añawi Export, se obtuvo que un 57.14% de la dimensión calificado como muy buena, siento esta la gestión de salida de los productos, el transporte de órdenes y pedidos, así como las alianzas de distribución, es decir la comunicación con los socios estratégicos del transporte y el desempeño de estos. Seguido por un 42.66% de la dimensión calificada como buena, dentro de la cual se tiene a la infraestructura de despacho de pedidos, el *picking* de productos, lo cual está representado por la capacidad de procesar y gestionar pedido y la ubicación de los almacenes.

Figura 25.

Resultados de la dimensión distribución de Añawi Export.

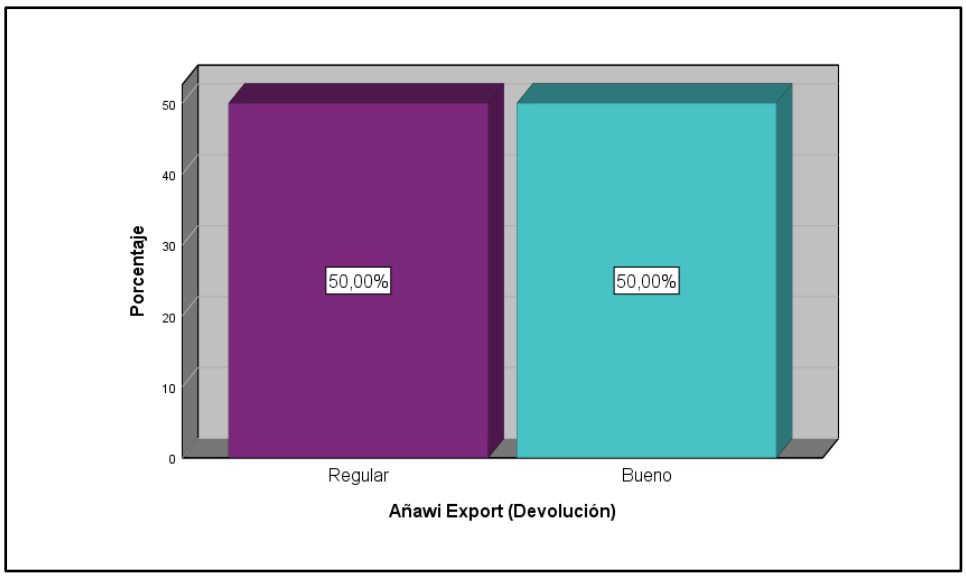


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de la dimensión de devolución en la empresa Añawi Export, se observa que un 50% de esta se encuentra calificada como buena, representado por el proceso de devolución y la comunicación y seguimiento con respecto a la compensación. Seguido por un 50% calificado como regular, el cual es representado por la comunicación con el cliente con respecto a la devolución la eficiencia del proceso de compensación.

Figura 26.

Resultados de la dimensión devolución de Añawi Export.

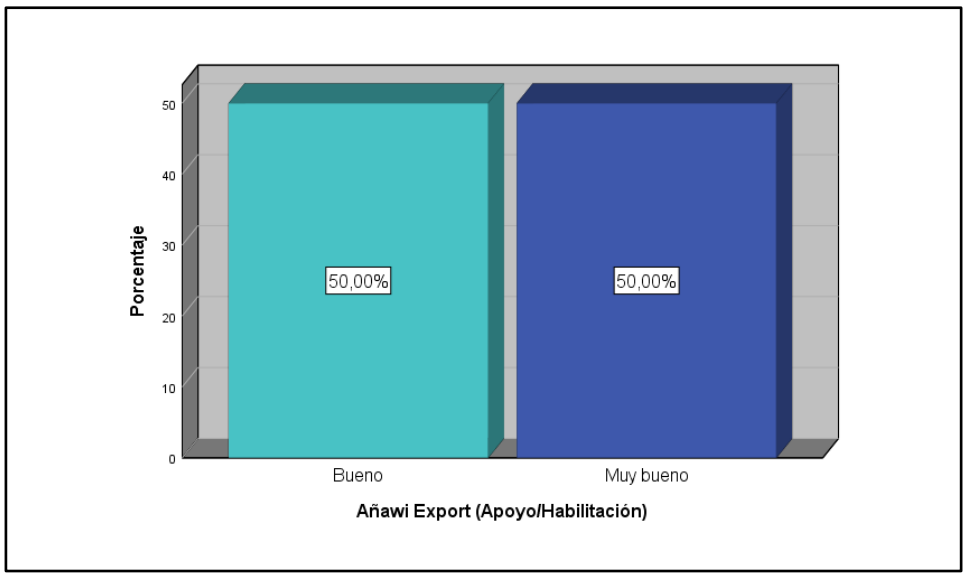


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo, a los resultados de la dimensión de apoyo/habilitación en la empresa Añawi Export, se observa que un 50% de esta se encuentra calificada como muy buena, siendo esto la aplicación del benchmarking competitivo, el análisis de *feedback* referente a procesos y la competitividad. Seguido por un 50% calificado como bueno, representado por el liderazgo y estrategias empresariales, el manejo de la variabilidad y control de precios, así como la innovación de productos y servicios.

Figura 27.

Resultados de la dimensión apoyo/habilitación de Añawi Export



Fuente: Elaboración propia.

4.8.4. Análisis empresa Hamillton Farm Perú

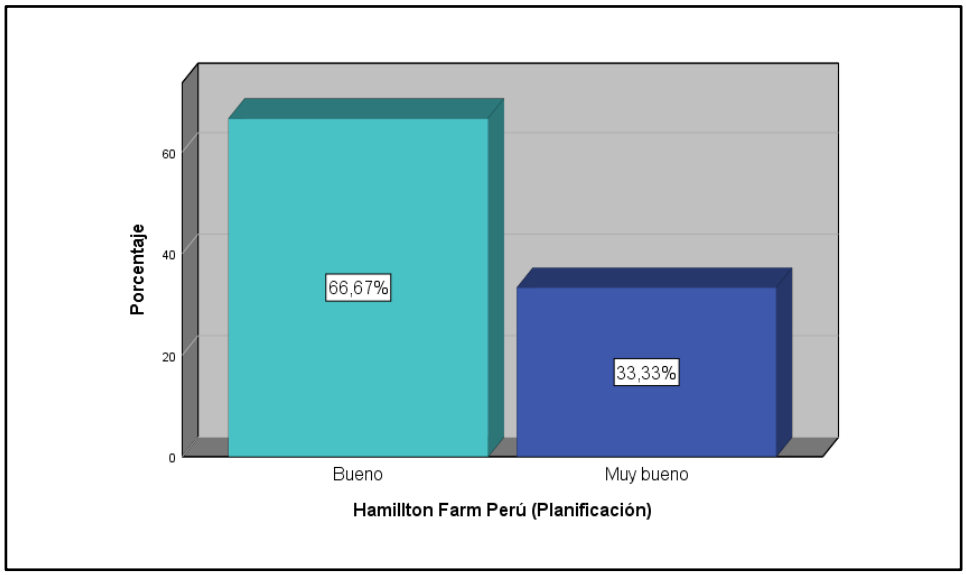
La empresa Hamilton Farm con 4 años en el mercado de agroexportación de jengibre, refleja el proceso logístico, evaluado mediante el modelo SCOR donde un 2.86% de este evaluado como excelente, seguido por un 48.57% de carácter muy bueno, un 45.71% es de este evaluado como bueno y finalmente un 2.86% de este como regular, es decir que la empresa cuenta con un buen análisis de su competitividad y rendimiento, evaluando y optimizando los procesos que se desarrollan a lo largo de la cadena de valor.

Respecto al resultado para la dimensión de planificación se observa que el manejo es bueno (67.67%) y muy bueno (33.33%), esto relacionado a la planificación de requerimientos para los procesos empresariales y las estimaciones de pronósticos siendo estos considerados con un manejo bueno, debido a la experiencia de última campaña, sin llegar a ser estos excelentes ya que existen puntos en los que se pueden mejorar. Por otro lado, puntos como la aplicación de técnicas para el control de

cambios en la demanda y la programación de esta, es considerada buena, ya que en gran medida se realiza basado en los contratos. Finalmente, referente a la rotación y control de inventarios, así como la comparación del stock con el pronóstico planificado, son muy bueno y bueno, respectivamente significando que con respecto al nivel de stock esta empresa necesita mejorar un poco los pronósticos para que cuando menos, este punto se encuentre al nivel de la rotación y control de inventarios.

Figura 28.

Resultados de la dimensión planificación en Hamilton Farm.



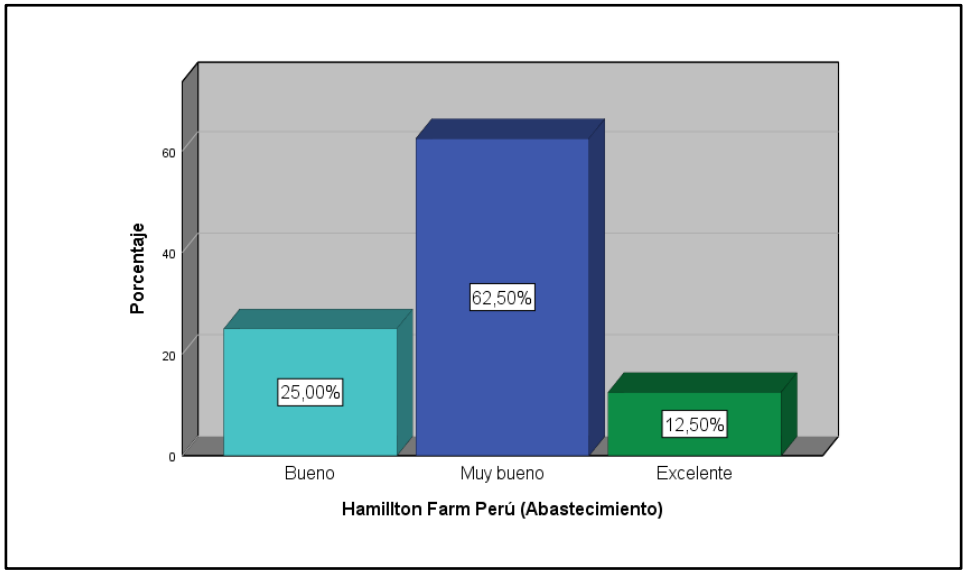
Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de abastecimiento, esta consiste en adquirir proveedores de bienes o servicios, tener una adecuada gestión de inventarios, teniendo en cuenta la disponibilidad de materia prima, control de calidad, etc. Respecto a los resultados se observa que el manejo es bueno (25.0%), muy bueno (62.50%) y excelente (12.50%), se puede afirmar respecto a la gestión de proveedores donde evalúan al proveedor en función al nivel de servicio, disponibilidad y calidad es excelente es muy bueno, respecto a la gestión de inventarios de la empresa sus técnicas o estrategias para fijar los niveles de inventario en la empresa son muy buenas de igual manera el análisis de

costos y riesgos para tomar de decisiones sobre el inventario, la empresa tiene un proceso de compras muy buenos, finalmente la gestión del ingreso de las mercancías el procedimiento para la gestión del ingreso de productos y el registro de estos al almacén es excelente.

Figura 29.

Resultados de la dimensión abastecimiento en Hamilton farm.

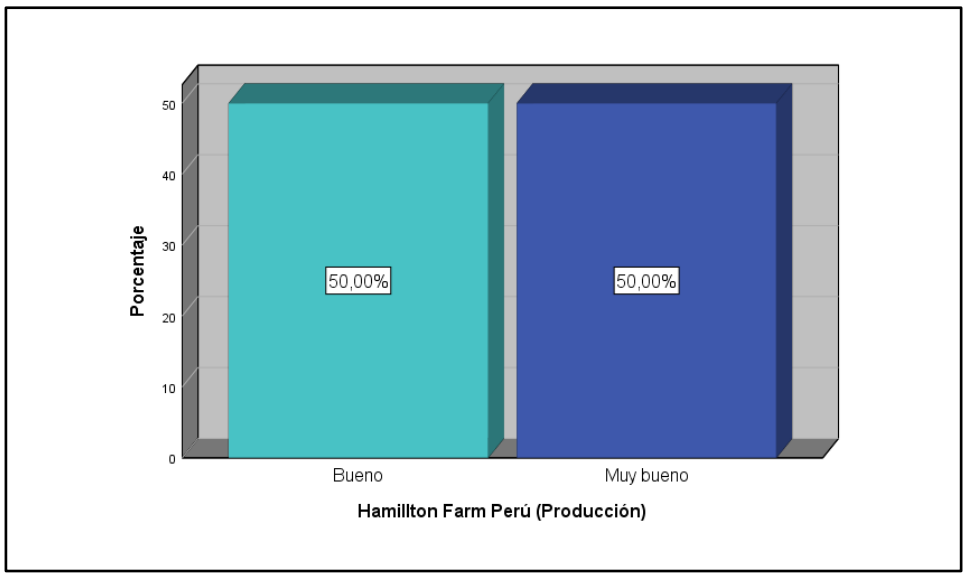


Fuente: Elaboración propia.

Respecto al resultado para la dimensión de producción esta consiste en la fabricación de la mercancía, desde la materia prima hasta el producto final, donde incluye los procesos como envasado, empaque y la gestión para que salgan al mercado, se observa que el manejo es bueno (50.00%) y muy bueno (50.00%), respecto a los resultados se puede afirmar que en la logística interna de la empresa es eficiente el transporte interno de insumos y los tiempos de cada proceso interno relacionado con la producción son buenas, de igual manera respecto a la gestión de ventas se afirma que los procesos y comunicación para identificar los requerimientos es eficiente de igual manera la segmentación de clientes es buena.

Figura 30.

Resultados de la dimensión producción en Hamilton Farm

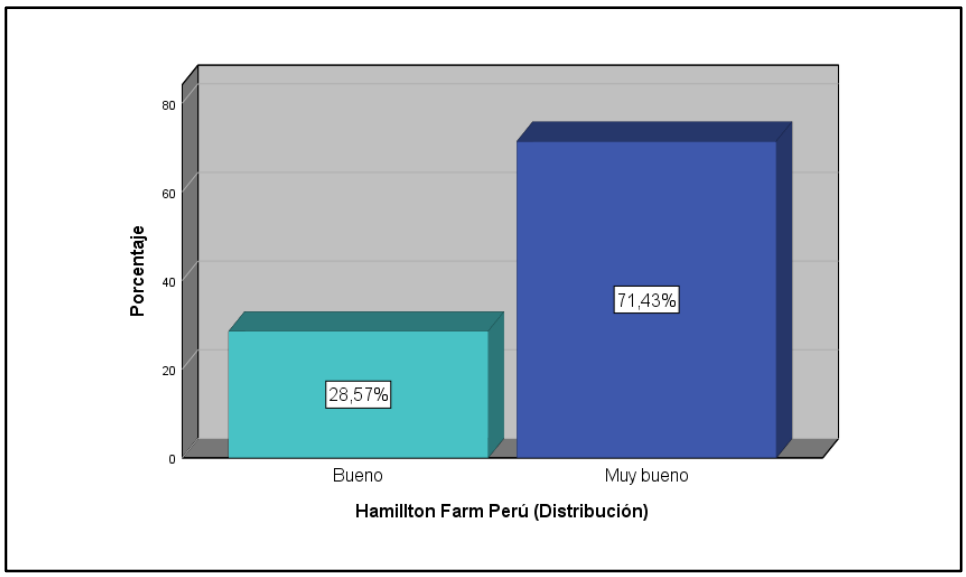


Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de distribución esta consiste en gestionar y preparar los pedidos, esto incluye la venta, almacenaje y transporte, hasta llegar al cliente final, para esto es necesarios los inventarios, registros de ciclos de vida del producto, tramitaciones para exportación. Respecto a los resultados se observa que el manejo es bueno (28.57%) y muy bueno (71.43%) y, se puede afirmar respecto a *picking* de productos que la capacidad de procesar y gestionar pedidos es muy buena de la misma manera que la gestión de salida de productos, tienen una muy buena infraestructura de despacho y ubicación de almacenes, finalmente la gestión de transporte y las alianzas de distribución son muy buenas.

Figura 31.

Resultados de la dimensión distribución en Hamilton Farm.

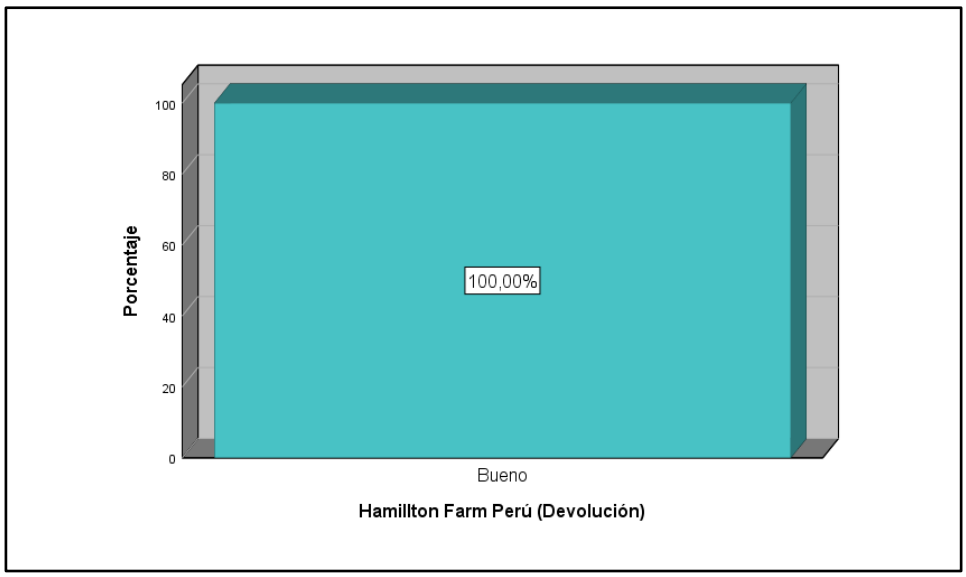


Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de devolución donde se puede contemplar las devoluciones realizadas al proveedor como las recibidas por los clientes. En esta dimensión se consideran los servicios requeridos para una devolución adecuada y llevar un registro del inventario correcto. Respecto a los resultados se observa que el manejo es bueno (100.00%) se puede afirmar que en la gestión de devoluciones el proceso de devolución y almacenamiento de productos en retorno y la comunicación con el cliente con respecto a una devolución es buena, de igual manera respecto a la reparación de productos donde interviene la compensación o subsanación de devoluciones es bueno y manejan una buena comunicación y seguimiento con respecto a la compensación con el cliente.

Figura 32.

Resultados de la dimensión devolución en Hamilton Farm.

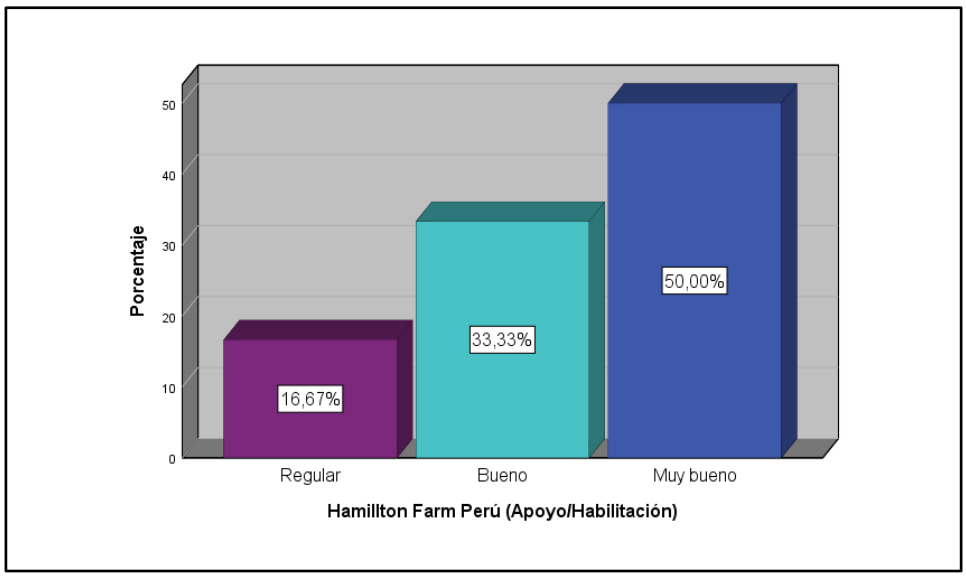


Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de apoyo/habilitación donde se observa que el manejo es regular (16.67%), bueno (33.33%) y muy bueno (50.0%) esta dimensión engloba el planeamiento estratégico, benchmarking, la medición y mejora de procesos y la innovación tecnológica, según los resultados se afirma que se tiene un muy buen manejo de las estrategias y el liderazgo dentro de la empresa, la aplicación de benchmarking competitivo actual es deficiente esto se podría mejorar analizando muy bien a la competencia para mejorar las estrategias empresariales, la empresa tiene buenos estándares respecto a la industria, finalmente respecto a la innovación de productos y servicios son buenos y competitivos dentro del mercado.

Figura 33.

Resultados de la dimensión apoyo/habilitación en Hamilton Farm.



Fuente: Elaboración propia.

4.8.5. Análisis empresa APROMAC

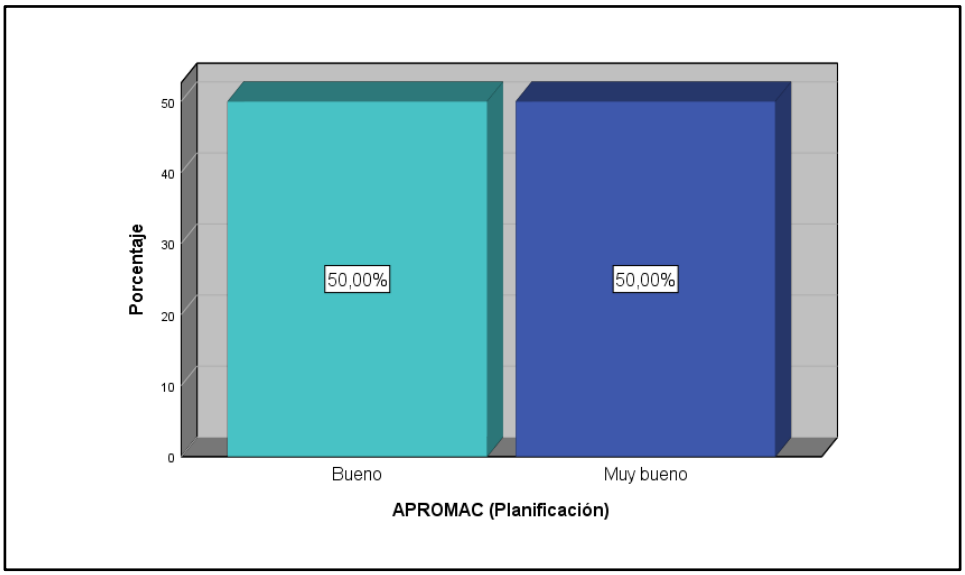
La empresa APROMAC la cual lleva 7 años en el mercado de la agroexportación de jengibre, refleja el proceso logístico, evaluado mediante el modelo SCOR representado por diferentes porcentajes, siendo un 48.57% de este evaluado como muy bueno, seguido por un 48.57% de carácter bueno y finalmente un 2.86% siendo de carácter regular, la empresa cuenta con un buen análisis de su competitividad y rendimiento, evaluando y optimizando los procesos que se desarrollan a lo largo de la cadena de valor.

Respecto al resultado para la dimensión de planificación se observa que el manejo es bueno (50.00%) y muy bueno (50.00%), esto relacionado a la planificación de requerimientos para los procesos empresariales y las estimaciones de pronósticos siendo estos considerados dentro de muy bueno, debido a la experiencia de última campaña, sin llegar a ser estos excelentes ya que existen puntos en los que se pueden mejorar. Por otro lado, puntos como la aplicación de técnicas para el control de

cambios en la demanda y la programación de esta, es considerada buena, ya que en gran medida se realiza basado en los contratos. Finalmente, referente a la rotación y control de inventarios, así como la comparación del stock con el pronóstico planificado, son muy bueno y bueno, respectivamente significando que con respecto al nivel de stock esta empresa necesita mejorar un poco los pronósticos para que cuando menos, este punto se encuentre al nivel de la rotación y control de inventarios.

Figura 34.

Resultados de la dimensión planificación en APROMAC.



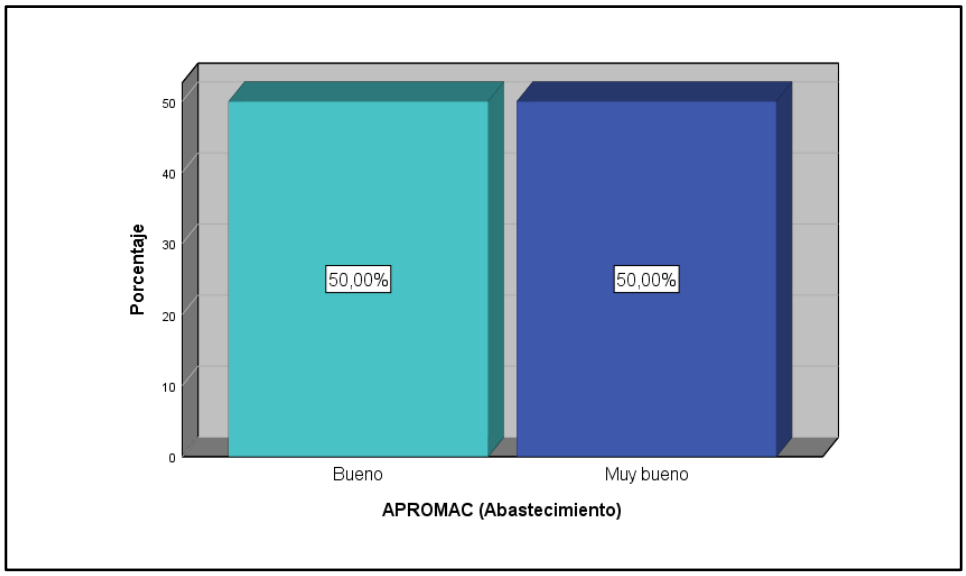
Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de abastecimiento esta consiste en adquirir proveedores de bienes o servicios, tener una adecuada gestión de inventarios, teniendo en cuenta la disponibilidad de materia prima, control de calidad, etc. Respecto a los resultados se observa que el manejo es bueno (50.0%) y muy bueno (50.00%), se puede afirmar respecto a la gestión de proveedores donde evalúan al proveedor en función al nivel de servicio, disponibilidad y calidad es excelente es muy bueno, respecto a la gestión de inventarios de la empresa sus técnicas o estrategias para fijar los niveles de inventario en la empresa son buenas de igual manera el análisis de costos y riesgos

para tomar de decisiones sobre el inventario, la empresa tiene un proceso de compras muy buenos, finalmente la gestión del ingreso de las mercancías el procedimiento para la gestión del ingreso de productos y el registro de estos al almacén es muy bueno.

Figura 35.

Resultados de la dimensión abastecimiento en APROMAC.

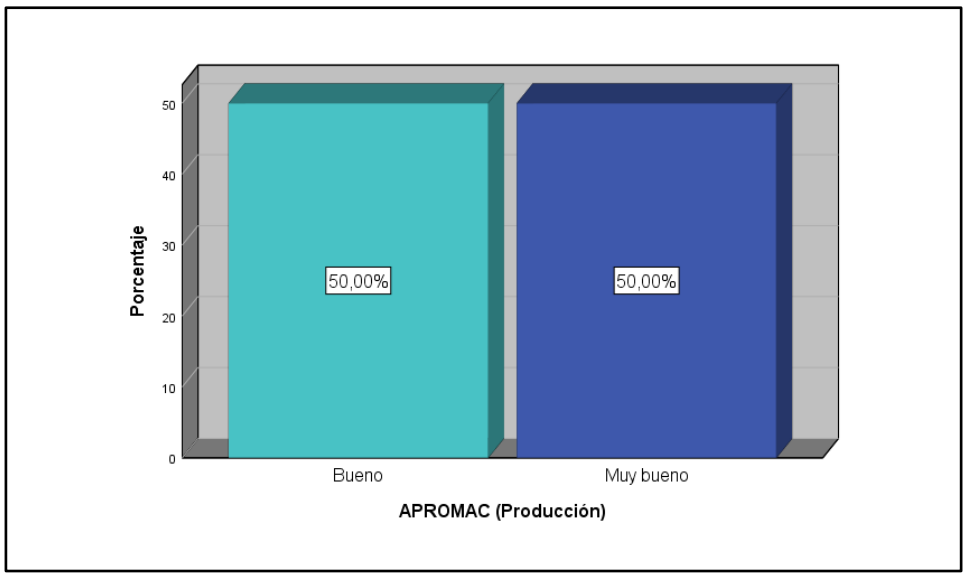


Fuente: Elaboración propia.

Respecto al resultado para la dimensión de producción esta consiste en la fabricación de la mercancía, desde la materia prima hasta el producto final, donde incluye los procesos como envasado, empaque y la gestión para que salgan al mercado, se observa que el manejo es bueno (50.00%) y muy bueno (50.00%), respecto a los resultados se puede afirmar que en la logística interna de la empresa es eficiente el transporte interno de insumos y los tiempos de cada proceso interno relacionado con la producción son buenas, de igual manera respecto a la gestión de ventas se afirma que los procesos y comunicación para identificar los requerimientos es eficiente de igual manera la segmentación de clientes es buena.

Figura 36.

Resultados de la dimensión producción en APROMAC.

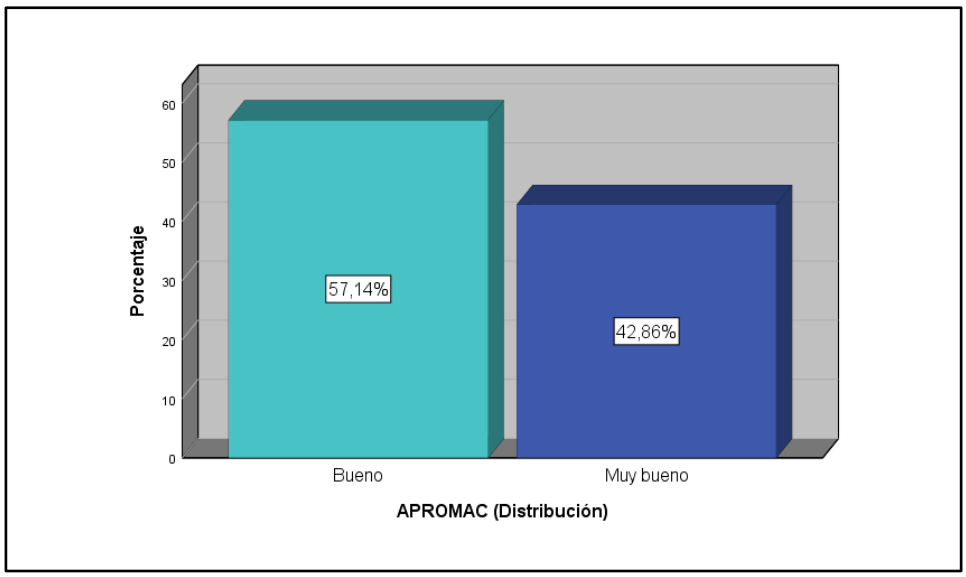


Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de distribución esta consiste en gestionar y preparar los pedidos, esto incluye la venta, almacenaje y transporte, hasta llegar al cliente final, para esto es necesarios los inventarios, registros de ciclos de vida del producto, tramitaciones para exportación. Respecto a los resultados se observa que el manejo es bueno (57.14%) y muy bueno (42.82%) y, se puede afirmar respecto a *picking* de productos que la capacidad de procesar y gestionar pedidos es muy buena de la misma manera que la gestión de salida de productos, tienen una excelente infraestructura de despacho y ubicación de almacenes, finalmente la gestión de transporte y las alianzas de distribución son muy buenas.

Figura 37.

Resultados de la dimensión distribución en APROMAC.

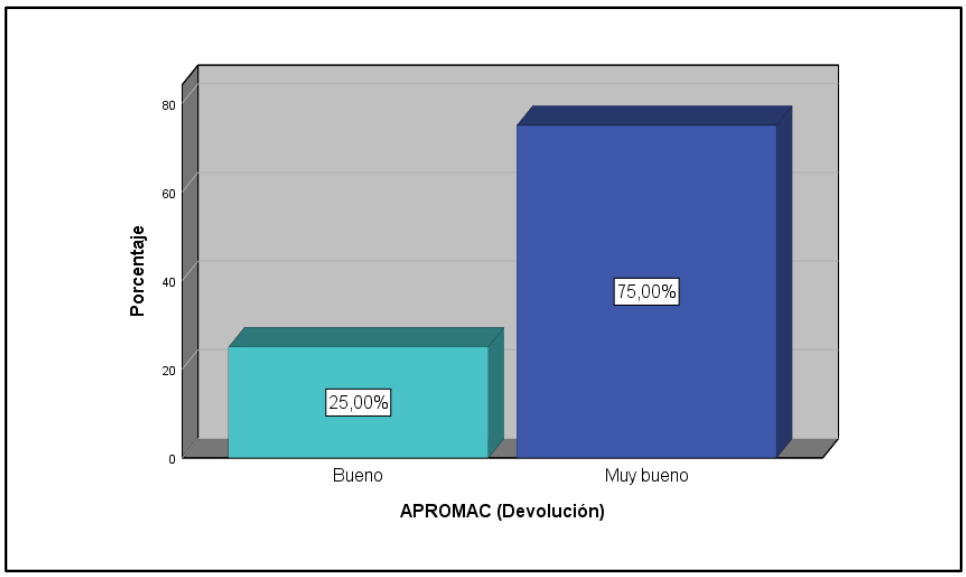


Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de devolución donde se puede contemplar las devoluciones realizadas al proveedor como las recibidas por los clientes. En esta dimensión se consideran los servicios requeridos para una devolución adecuada y llevar un registro del inventario correcto. Respecto a los resultados se observa que el manejo es bueno (25.00%) y muy bueno (75.00%), se puede afirmar que en la gestión de devoluciones el proceso de devolución y almacenamiento de productos en retorno y la comunicación con el cliente con respecto a una devolución es muy buena, de igual manera respecto a la reparación de productos donde interviene la compensación o subsanación de devoluciones es bueno y manejan una buena comunicación y seguimiento con respecto a la compensación con el cliente.

Figura 38.

Resultados de la dimensión devolución en APROMAC.

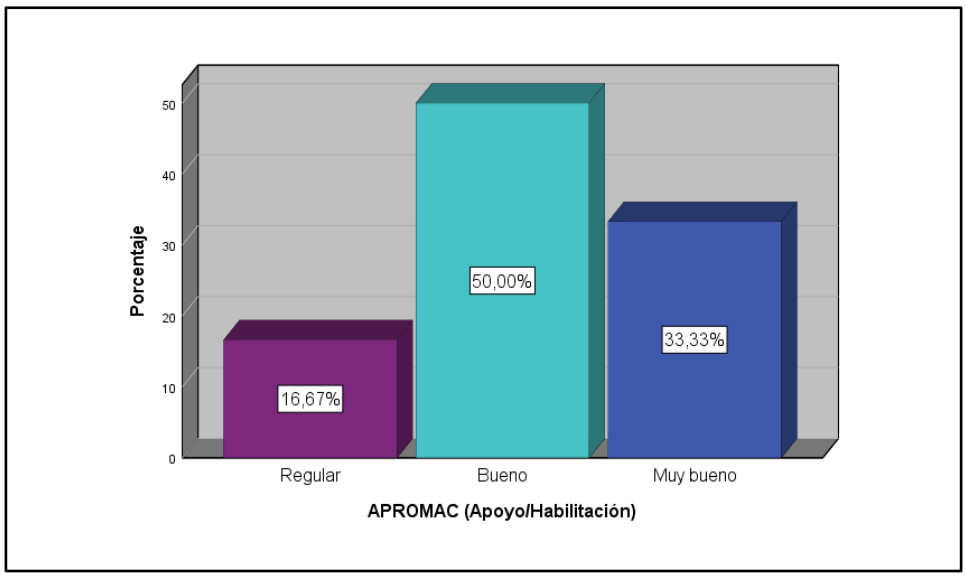


Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de apoyo/habilitación donde se observa que el manejo es regular (16.67%), bueno 85.0%) y muy bueno (33.33%), esta dimensión engloba el planeamiento estratégico, benchmarking, la medición y mejora de procesos y la innovación tecnológica, según los resultados se afirma que se tiene un muy buen manejo de las estrategias y el liderazgo dentro de la empresa, la aplicación de benchmarking competitivo actual es buena, la empresa tiene buenos estándares respecto a la industria, finalmente respecto a la innovación de productos y servicios son buenos y competitivos dentro del mercado.

Figura 39.

Resultados de la dimensión apoyo/habilitación en APROMAC.



Fuente: Elaboración propia.

4.8.6. Análisis empresa Agroexportaciones Llacta

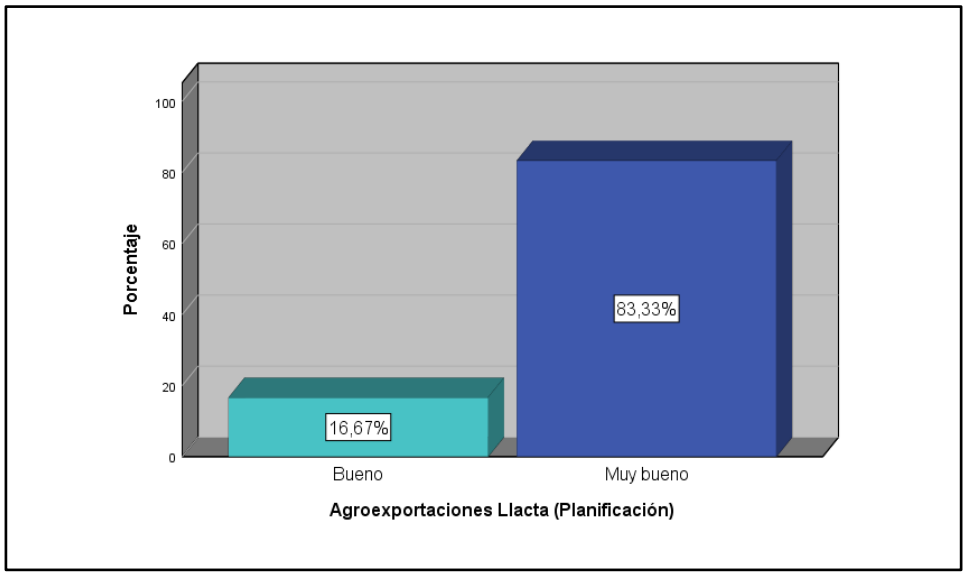
La empresa Agroexportaciones llacta con 5 años en el mercado de la agroexportación de jengibre, refleja el proceso logístico, evaluado mediante el modelo SCOR representado por un 14.294% de este evaluado como excelente en el proceso logístico, seguido por un 65.71% de carácter muy bueno y finalmente un 20% de este como regular, es decir que la empresa cuenta con un buen análisis de su competitividad y rendimiento a lo largo de la cadena de valor, evaluando y optimizando los procesos que se desarrollan la empresa es capaz de adaptarse y realizar mejoras con la finalidad de facilitar el flujo de mercancías del fabricante al cliente y optimizar las estructuras.

Respecto al resultado para la dimensión de planificación se observa que el manejo es bueno (16.67%) y muy bueno (83.33%), de esto se puede decir que la planificación de tareas esenciales para el buen funcionamiento del proceso logístico es muy buena dentro de la empresa. De igual manera respecto a los resultados se puede decir que el Linealidad entre demanda y abastecimiento es muy buena. Por otro lado,

puntos como el nivel de stock donde engloba a la rotación y control de inventarios es muy buena, ya que en gran medida se realiza basado en los contratos, finalmente la comparación del stock con el pronóstico planificado que realizan es muy buena.

Figura 40.

Resultados de la dimensión planificación de Agroexportaciones Llacta.

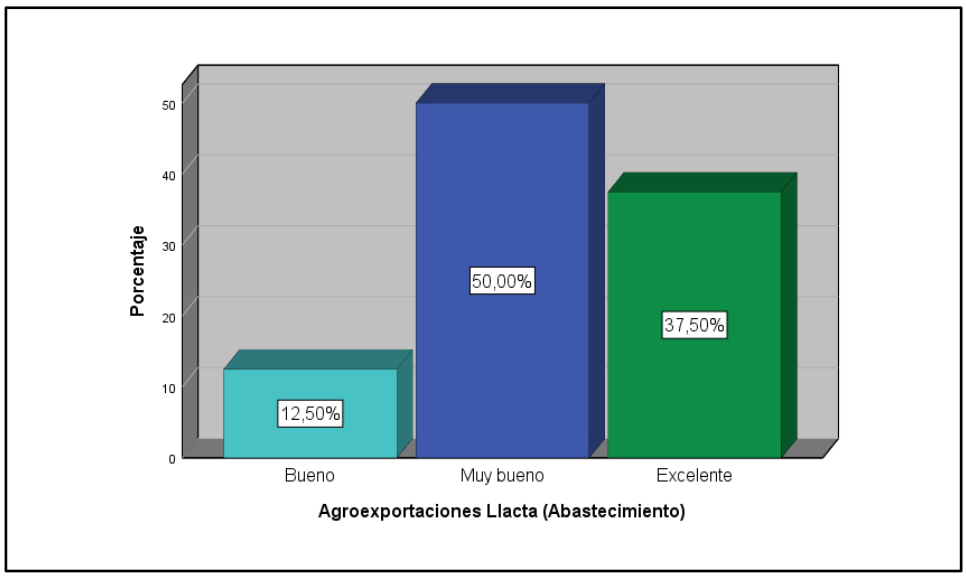


Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de abastecimiento esta consiste en adquirir proveedores de bienes o servicios, tener una adecuada gestión de inventarios, teniendo en cuenta la disponibilidad de materia prima, control de calidad, etc. Respecto a los resultados se observa que el manejo es regular (12.50%), muy bueno (50.0%) y excelente (37.5%), se puede afirmar respecto a la gestión de proveedores donde evalúan al proveedor en función al nivel de servicio, disponibilidad y calidad es excelente, respecto a la gestión de inventarios de la empresa sus técnicas o estrategias para fijar los niveles de inventario en la empresa son buenas de igual manera el análisis de costos y riesgos para tomar de decisiones sobre el inventario, la empresa tiene un proceso de compras muy buenos, finalmente la gestión del ingreso de las mercancías el procedimiento para la gestión del ingreso de productos y el registro de estos al almacén es muy bueno.

Figura 41.

Resultados de la dimensión abastecimiento de Agroexportaciones Llacta

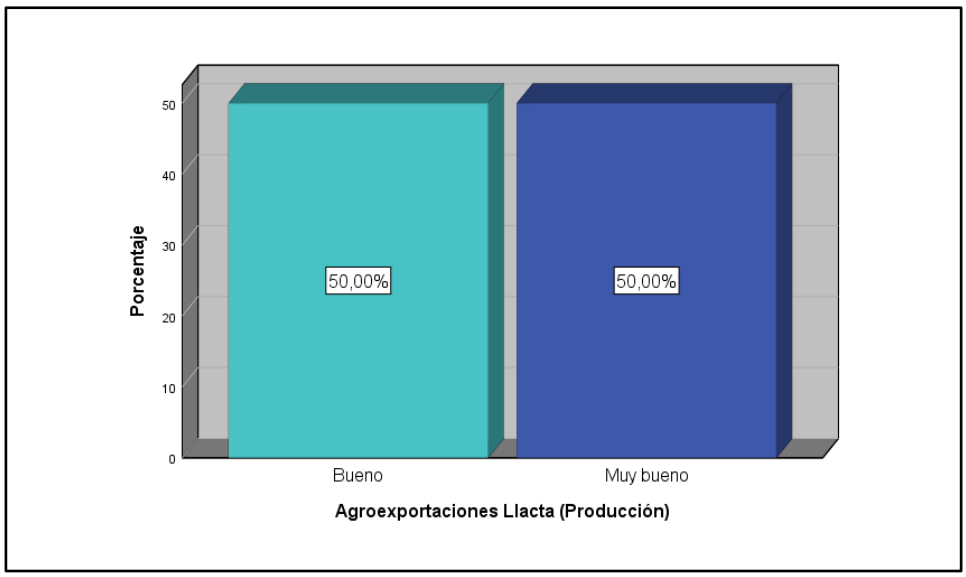


Fuente: Elaboración propia.

Respecto al resultado para la dimensión de producción esta consiste en la fabricación de la mercancía, desde la materia prima hasta el producto final, donde incluye los procesos como envasado, empaque y la gestión para que salgan al mercado, se observa que el manejo es bueno (50.00%) y muy bueno (50.00%), respecto a los resultados se puede afirmar que en la logística interna de la empresa es eficiente el transporte interno de insumos y los tiempos de cada proceso interno relacionado con la producción son buenas, de igual manera respecto a la gestión de ventas se afirma que los procesos y comunicación para identificar los requerimientos es eficiente de igual manera la segmentación de clientes es buena.

Figura 42.

Resultados de la dimensión producción de Agroexportaciones Llacta.

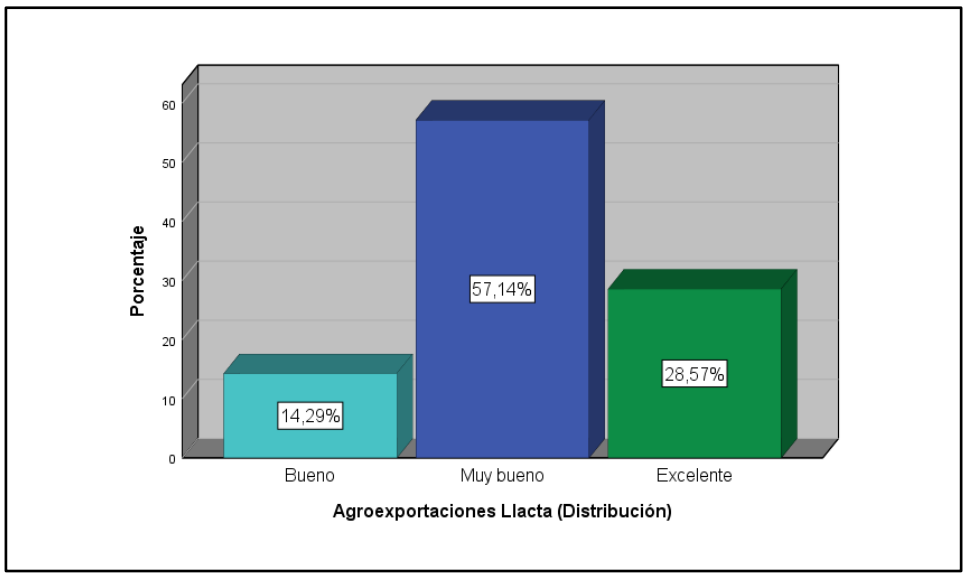


Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de distribución esta consiste en gestionar y preparar los pedidos, esto incluye la venta, almacenaje y transporte, hasta llegar al cliente final, para esto es necesarios los inventarios, registros de ciclos de vida del producto, tramitaciones para exportación. Respecto a los resultados se observa que el manejo es bueno (14.29%), muy bueno (57.14%) y excelente (28.57%), se puede afirmar respecto a picking de productos que la capacidad de procesar y gestionar pedidos es muy buena de la misma manera que la gestión de salida de productos, tienen una excelente infraestructura de despacho y ubicación de almacenes, finalmente la gestión de transporte y las alianzas de distribución son muy buenas.

Figura 43.

Resultados de la dimensión distribución de Agroexportaciones Llacta

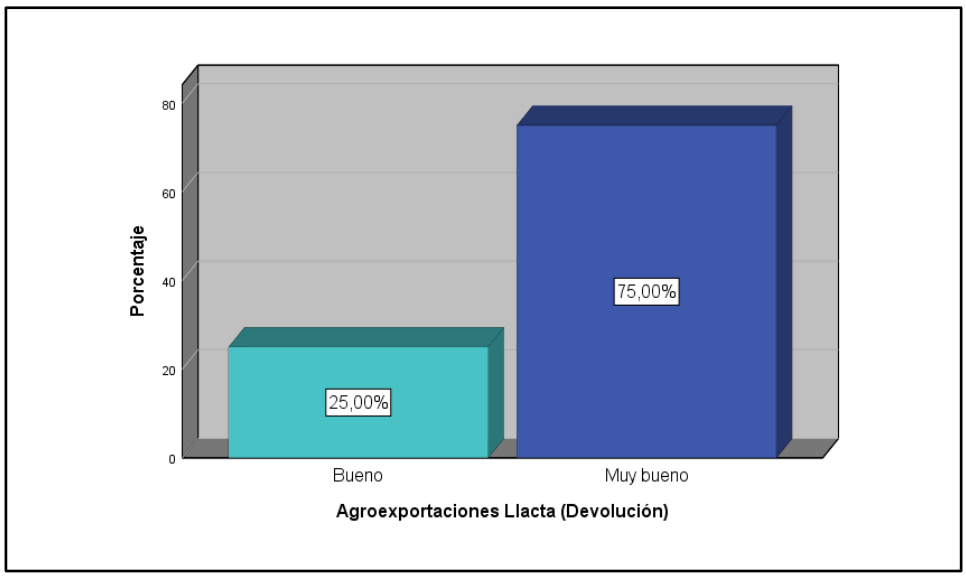


Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de devolución donde se puede contemplar las devoluciones realizadas al proveedor como las recibidas por los clientes. En esta dimensión se consideran los servicios requeridos para una devolución adecuada y llevar un registro del inventario correcto. Respecto a los resultados se observa que el manejo es bueno (25.00%) y muy bueno (75.00%), se puede afirmar que en la gestión de devoluciones el proceso de devolución y almacenamiento de productos en retorno y la comunicación con el cliente con respecto a una devolución es muy buena, de igual manera respecto a la reparación de productos donde interviene la compensación o subsanación de devoluciones es bueno y manejan una buena comunicación y seguimiento con respecto a la compensación con el cliente.

Figura 44.

Resultados de la dimensión devolución de Agroexportaciones Llacta.

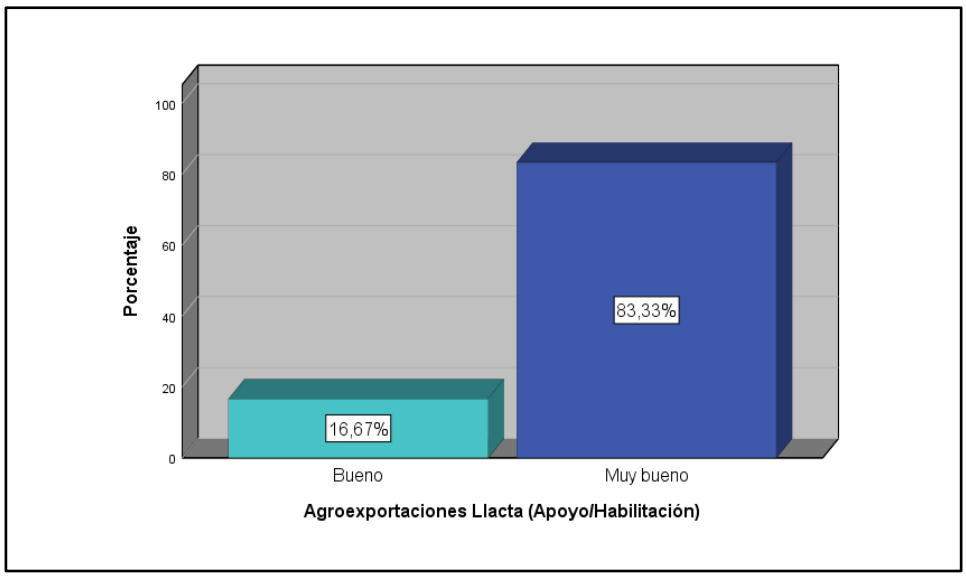


Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de apoyo/habilitación donde se observa que el manejo es muy bueno (83.33%) y bueno (16.67%), esta dimensión engloba el planeamiento estratégico, benchmarking, la medición y mejora de procesos y la innovación tecnológica, según los resultados se afirma que se tiene un buen manejo de las estrategias y el liderazgo dentro de la empresa, la aplicación de benchmarking competitivo actual es buena, la empresa tiene buenos estándares respecto a la industria, finalmente respecto a la innovación de productos y servicios son buenos y competitivos dentro del mercado.

Figura 45.

Resultados de la dimensión apoyo/habilitación de agroexportaciones llacta



Fuente: Elaboración propia.

4.8.7. Análisis empresa Agroindustria Selva Central

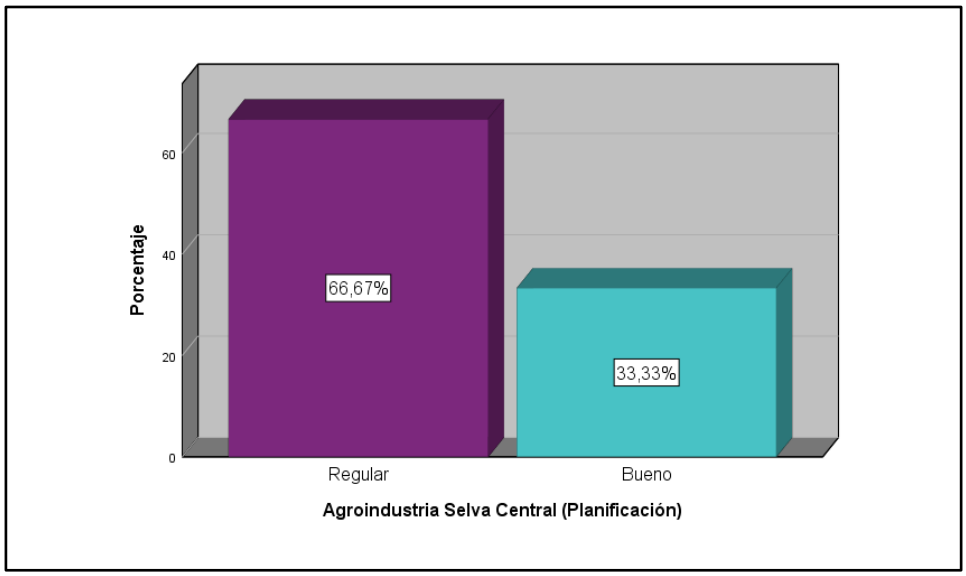
De acuerdo a los resultados de la empresa agroindustria selva central con 2 años en el mercado de la agroexportación de jengibre, refleja el proceso logístico, evaluado mediante el modelo SCOR, por un 28.5% de este evaluado como muy bueno en el proceso logístico en base al modelo Scor, seguido por un 51.43% de carácter bueno y finalmente un 20% de este como regular, es decir que la empresa se adapta a cambios y realiza mejoras constantes para facilitar los procesos ; cuenta con un buen análisis de su competitividad y rendimiento a lo largo de la cadena de valor.

Respecto al resultado para la dimensión de planificación se observa que el manejo es de manera regular (66.67%) y bueno (33.33%), de esto se puede decir que la planificación de tareas esenciales para el buen funcionamiento del proceso logístico no es muy buena dentro de la empresa. De igual manera respecto a los resultados se puede decir que el Linealidad entre demanda y abastecimiento es relativamente buena. Por otro lado, puntos como la rotación y control de inventarios es considerada buena,

ya que en gran medida se realiza basado en los contratos, finalmente la comparación del stock con el pronóstico planificado que realizan no es muy buena.

Figura 46.

Resultados de la dimensión planificación de Agroindustrias Selva Central

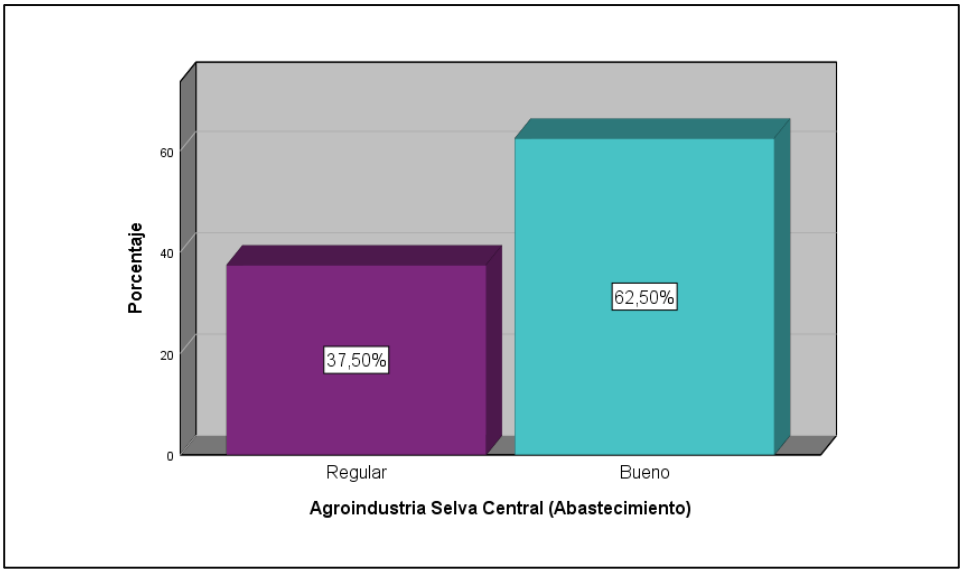


Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de abastecimiento esta consiste en adquirir proveedores de bienes o servicios, tener una adecuada gestión de inventarios, teniendo en cuenta la disponibilidad de materia prima, control de calidad, etc. Respecto a los resultados se observa que el manejo es regular (37.50%) y bueno (62.5%), se puede afirmar respecto a la gestión de proveedores donde evalúan al proveedor en función al nivel de servicio, disponibilidad y calidad es buena, respecto a la gestión de inventarios de la empresa sus técnicas o estrategias para fijar los niveles de inventario en la empresa son buenas de igual manera el análisis de costos y riesgos para tomar de decisiones sobre el inventario, la empresa tiene un proceso de compras regular, finalmente la gestión del ingreso de las mercancías el procedimiento para la gestión del ingreso de productos y el registro de estos al almacén es bueno.

Figura 47.

Resultados de la dimensión abastecimiento de Agroindustrias Selva Central

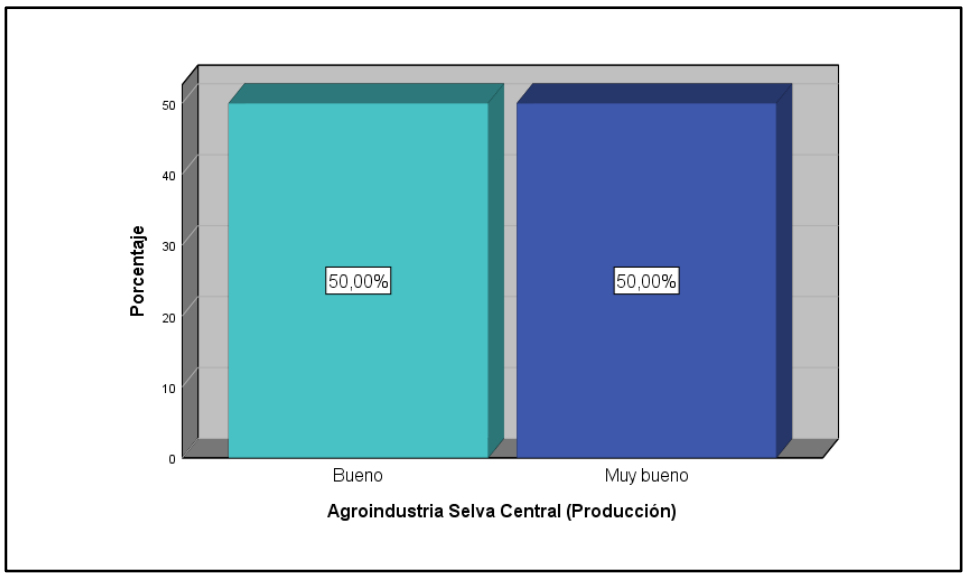


Fuente: Elaboración propia.

Respecto al resultado para la dimensión de producción esta consiste en la fabricación de la mercancía, desde la materia prima hasta el producto final, donde incluye los procesos como envasado, empaque y la gestión para que salgan al mercado, se observa que el manejo es bueno (50.00%) y muy bueno (50.00%), respecto a los resultados se puede afirmar que en la logística interna de la empresa es eficiente el transporte interno de insumos y los tiempos de cada proceso interno relacionado con la producción son buenas, de igual manera respecto a la gestión de ventas se afirma que los procesos y comunicación para identificar los requerimientos es eficiente de igual manera la segmentación de clientes es buena.

Figura 48.

Resultados de la dimensión producción de Agroindustrias Selva Central

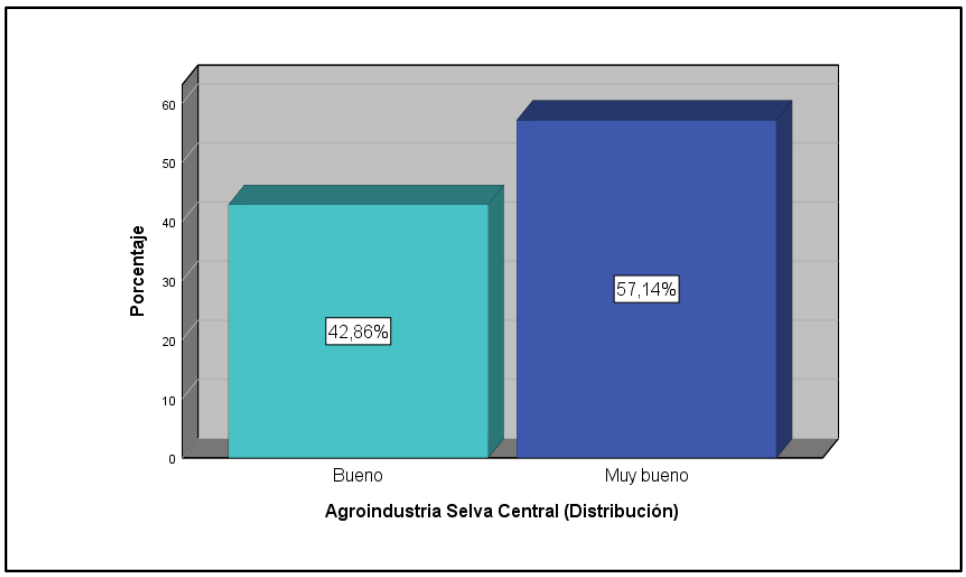


Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de distribución esta consiste en gestionar y preparar los pedidos, esto incluye la venta, almacenaje y transporte, hasta llegar al cliente final, para esto es necesarios los inventarios, registros de ciclos de vida del producto, tramitaciones para exportación. Respecto a los resultados se observa que el manejo es bueno (42.86%) y muy bueno (57.14%), se puede afirmar respecto a picking de productos que la capacidad de procesar y gestionar pedidos es regular, la gestión de salida de productos, la infraestructura de despacho y la ubicación de almacenes es muy buena, finalmente la gestión de transporte y las alianzas de distribución son muy buenas.

Figura 49.

Resultados de la dimensión distribución de Agroindustrias Selva Central.

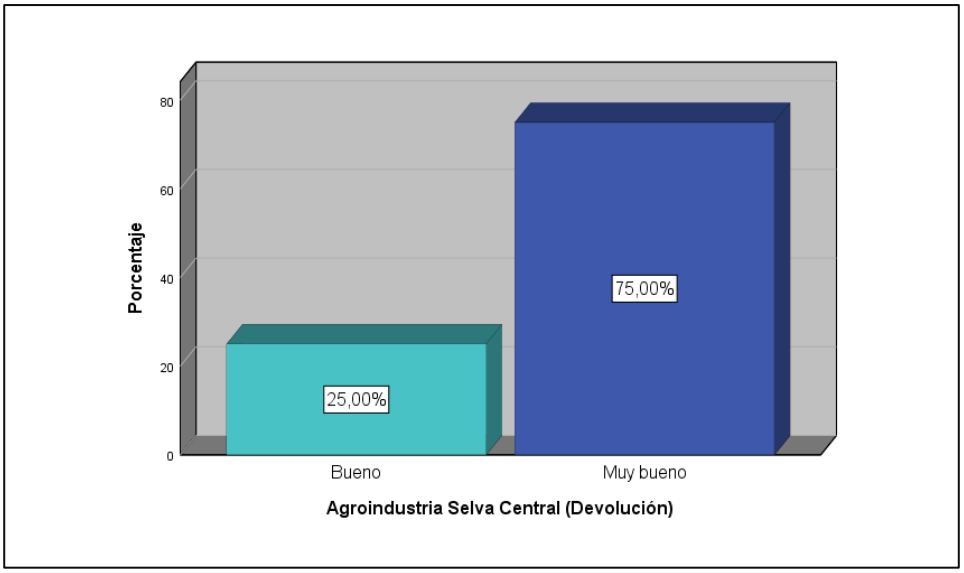


Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de devolución donde se puede contemplar las devoluciones realizadas al proveedor como las recibidas por los clientes. En esta dimensión se consideran los servicios requeridos para una devolución adecuada y llevar un registro del inventario correcto. Respecto a los resultados se observa que el manejo es bueno (25.00%) y muy bueno (75.00%), se puede afirmar que en la gestión de devoluciones el proceso de devolución y almacenamiento de productos en retorno y la comunicación con el cliente con respecto a una devolución es muy buena, de igual manera respecto a la reparación de productos donde interviene la compensación o subsanación de devoluciones es bueno y manejan una buena comunicación y seguimiento con respecto a la compensación con el cliente.

Figura 50.

Resultados de la dimensión devolución de Agroindustrias Selva Central.

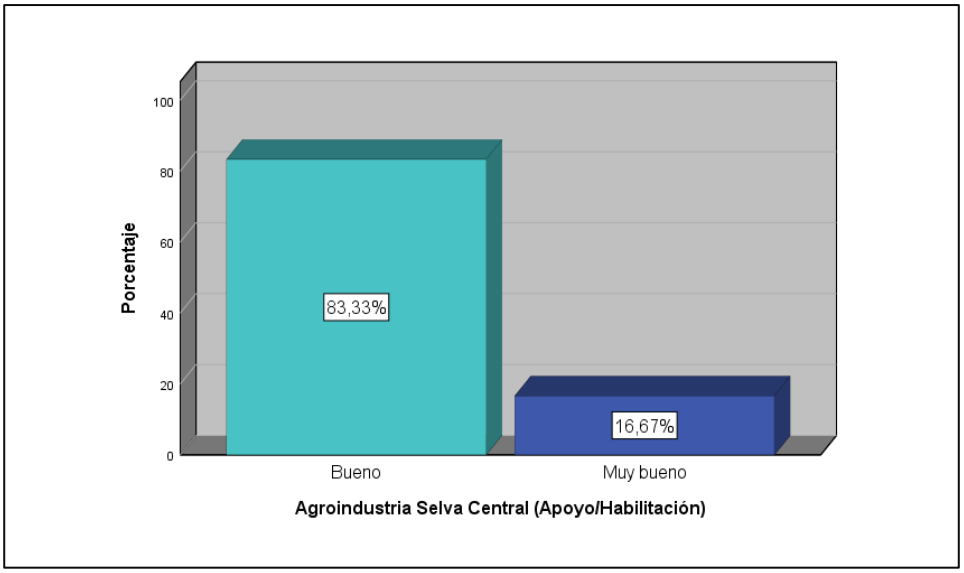


Fuente: Elaboración propia.

La dimensión de apoyo/habilitación donde se observa que el manejo es bueno (83.33%) y muy bueno (16.67%), esta dimensión engloba el planeamiento estratégico, benchmarking, la medición y mejora de procesos y la innovación tecnológica, según los resultados se afirma que se tiene un buen manejo de las estrategias y el liderazgo dentro de la empresa, la aplicación de benchmarking competitivo actual es buena, la empresa tiene buenos estándares respecto a la industria, finalmente respecto a la innovación de productos y servicios son buenos y competitivos dentro del mercado.

Figura 51.

Resultados de la dimensión apoyo/habilitación de Agroindustrias Selva Central.



Fuente: Elaboración propia.

Al analizar los resultados obtenidos en el presente estudio, desde el análisis dimensional de toda la población, así como el respectivo análisis por empresa, se puede decir que, con relación al objetivo general, el cual es determinar los procesos de la gestión logística basados en el modelo SCOR que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín, se obtuvo que todos los procesos inciden en las exportaciones de jengibre en las empresas de la región Junín.

Con relación al primer objetivo específico, el cual es identificar los procesos de planificación que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín, se identificó que el 100% de los procesos pertenecientes a esta dimensión como la planificación del proceso logístico, la planificación y aplicación de estrategias de linealidad entre demanda y abastecimiento, así como la planificación referente al nivel de stock inciden en las exportaciones de jengibre.

Con relación al segundo objetivo específico, el cual es identificar los procesos de abastecimiento que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región

Junín, se evidenció que el 100% de los procesos correspondientes a esta dimensión inciden en las exportaciones de jengibre desde la gestión de proveedores, la gestión de inventarios, la gestión de compras hasta la gestión de ingreso de mercaderías.

Con relación al tercer objetivo específico, el cual es identificar los procesos de producción que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín, se evidenció que el 80% de los procesos correspondientes a esta dimensión inciden en las exportaciones de jengibre, siendo estas la logística interna relacionada a la producción y la gestión de ventas de los productos finales.

Con relación al cuarto objetivo específico, el cual es identificar los procesos de distribución que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín, se evidenció que el 67 % de los procesos correspondientes a esta dimensión inciden en las exportaciones de jengibre, teniendo a el picking de productos relacionado con la eficiencia y capacidad de procesar y gestionar pedidos, a la gestión de salida de productos, la decisión relacionada a infraestructura y ubicación de almacenes, la gestión relacionada al transporte, así como la creación de alianzas relacionadas a la distribución.

Con relación al quinto objetivo específico, el cual es identificar los procesos de devolución que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín, se evidenció que el 50% de los procesos relacionados a esta dimensión inciden en las exportaciones de jengibre, siendo estas la gestión de devoluciones y comunicación relacionada a esta, así como las estrategias y comunicación relacionadas a la subsanación o reparación referente a los productos.

Con relación al sexto objetivo específico, el cual es identificar los procesos de apoyo que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín, se

evidenció que el 80% de los procesos correspondientes a esta dimensión inciden en las exportaciones de jengibre, teniendo dentro de estos a las estrategias de liderazgo relacionadas con el planteamiento estratégico, seguido por la aplicación del benchmarking competitivo, las estrategias y aplicación de la medición y mejora de los procesos empresariales desde la producción hasta su llegada al cliente final, así como la innovación tecnológica relacionada a productos y servicios.

Al momento de la visita a las empresas agroexportadoras de jengibre en la región Junín y la correspondiente aplicación de los instrumentos del estudio como fueron el cuestionario y la ficha de observación, se procedió a breves diálogos con los representantes y gerentes de dichas empresas mediante lo cual se pudo recolectar ideas complementarias a la información brindada, respecto a la planificación uno de los criterios en los cuales se observó mayor énfasis al momento del dialogo, de manera que se comunicó que los requerimientos de personal, materia prima (jengibre) y demás insumos complementarios se proyectaban antes de empezar la producción con el objetivo de poder tener un correcto cumplimiento de los contratos y minimizar o eliminar las posibles controversias con los clientes. Por otro lado, puntos como el abastecimiento y la distribución se podían desarrollar efectivamente gracias a la buena comunicación y relación con los proveedores tanto de materia como de servicios, comentaban que uno de los puntos los cuales no tenían el control que deseaban era en la distribución física internacional, al haber cambiado muchas regulaciones por la aún actual pandemia de COVID-19, además que este cambio en los requerimientos internacionales también supone un incremento de los gastos al momento de la exportación, lo que si consideraban que tenían un mayor control y eficiencia era netamente en la distribución física interna, desde la salida de la planta de producción y la llegada al puerto en país de origen (Perú), si bien esto se debía a que este proceso

estaba tercerizado, los representantes y gerentes comentaban que a futuro buscaban realizarlo por su cuenta de manera que tengan el control total del recorrido de sus productos dentro del país y a largo plazo un manejo más efectivo desde la salida del puerto en el país de origen para de esa manera asegurar la mayor calidad del producto que llega a los clientes extranjeros. Con respecto a la innovación tecnológica, el pesar de las empresas se centraba en la poca industrialización del sector a comparación de países como China, país el cual consideraban que tiene una gran ventaja competitiva por la tecnología y procesos más modernos que manejan producto del apoyo del Estado, que si bien sienten que reciben incentivos estos por el momento no son los suficientes para aumentar la competitividad a gran escala o para incrementar la producción en un corto plazo.

4.9. Discusión de resultados

4.9.1. Respecto al objetivo general

A continuación, se presenta la discusión de los resultados obtenidos en la investigación. En relación con el objetivo general, el que hace referencia a los procesos de la gestión logística basados en el modelo SCOR que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín.

Los resultados del instrumento aplicado permitieron determinar estos procesos dentro de las 6 dimensiones del proceso logístico basado en el modelo SCOR, estas inciden en los procesos de las empresas agroexportadoras de jengibre de la región Junín.

Los resultados se relacionan con lo que sostiene Durand, Cáceres, Yoplac y Candela (2017) en su investigación Organización y Proceso Logístico de Productos Denominados “Abarrotes” de un Supermercado, donde mencionan que la logística

estos tiempos globalizados se ha convertido en un factor importante para que las empresas sean eficaces y puedan volverse más competitivos en el mercado internacional. También establecen que las empresas se ocupan de los aspectos logísticos considerando las actividades relacionadas con la empresa y su función con los objetivos planteados.

4.9.2. Respecto a los objetivos específicos.

Según Quiñones J. (2020) la dimension de planificación de los procesos logísticos en su tesis Gestión de procesos logísticos y su incidencia en la productividad de los colaboradores de la coordinacion de almácen de la unidad de abastecimiento PRONIED, en el cual obtuvo como resultado un 60 % de valoración considerado como alto, comparando con los resultados de la presente investigación, siendo este 71,43% lo cual permite apreciar la relevancia de este componente en el proceso logístico, siendo este importante para el logro de un proceso logístico eficiente, a partir de los niveles de servicio al cliente, el sitio donde va a estar instalada la empresa, el manejo de los inventarios y distribución de los productos elaborados, notandose una clara incidencia de estos procesos en las empresas.

De acuerdo a Gutierréz León & Peschiera Cayo (2021) en su tesis Los procesos logísticos y su relación con las exportaciones de la SPN 0810.40.00.00 de arándanos hacia Estados Unidos desde el puerto de Salaverry entre el periodo 2015 al 2019, en la determinaron que el tiempo de tránsito, los costos de exportación, la puntualidad en el embarque con el objetivo de la reducción del uso de almacenes, así como la manipulación de productos mediante el uso de maquinarias y equipos permitiendo una correcta fluidez del proceso, siendo estos procesos y elementos pertenecientes al transporte internacional influyen en los costos y volumen exportado, por ende a su vez estos procesos pertenecen a la dimensión de distribución y

planificación en el modelo SCOR, en la cual en relación con la presente investigación se determinó del mismo modo la incidencia de procesos como la gestión de salida de productos que está directamente relacionado al uso de almacenes y cumplimiento de las órdenes, así como la ubicación e infraestructura de estos, además de la gestión del transporte que determina la eficiencia de este con respecto a los pedidos, seguido por procesos como la planificación de demanda y abastecimiento pertenecientes a la dimensión de planificación, el cual se relaciona con la tesis antes mencionada en que son factores que se deben prestar gran atención ya que influyen en el volumen y costos de exportaciones y por ende en la demanda que las empresas pueden cubrir en un periodo determinado.

Según Salinas Perea (2016), en su tesis titulada Los procesos logísticos y su relación con la dispensación de fármacos a los pacientes ambulatorios con enfermedades crónicas en el hospital central de la fuerza aérea del Perú, determino que los procesos logísticos son el elemento clave que determina la eficiencia de las operaciones en una institución y que el resultado que esta obtenga dependerá de los recursos que se utilicen, teniendo en cuenta esto comenta que comprobó que uno de los procesos logísticos más importantes es el de mantener un adecuado suministro que permita satisfacer la demanda, esto se relaciona directamente con la presente investigación al haber obtenido que la gestión de inventarios perteneciente a la dimensión de abastecimiento del modelo SCOR, el cual es uno de los procesos que inciden en las exportaciones de jengibre en la región Junín, esto también relacionado con la gestión de proveedores que son los que permiten a las empresas abastecerse de stock para el cumplimiento de órdenes y el correcto funcionamiento de sus operaciones. Por otro lado, Salinas también menciona que para el cumplimiento de objetivos es necesario tener una buena calidad de almacenamiento, manteniendo un

control y registro de fechas de vencimiento, tanto como una correcta capacitación en los almacenes, esto a su vez fácilmente relacionado a la presente investigación en la cual se pudo evidenciar que procesos como la gestión de ingreso y salida de mercadería correspondientes a las dimensiones de abastecimiento y distribución respectivamente inciden en las exportaciones de jengibre en la región Junín.

De acuerdo a Avila Ramírez (2017) en su tesis titulada La gestión logística y su influencia en el valor ganado en los proyectos de edificación en la selva peruana de una empresa constructora de Lima Metropolitana, en la cual obtuvo que el manejo de inventarios influye en el valor ganada y tomando en cuenta actividades o procesos como la recepción de recursos relacionados con la comrpa, la verificación de stocks, el almacenamiento de recursos, preparación de pedidos y salida de recursos, se puede obtener un valor ganado positivo, esto se relaciona con la presente investigación en que procesos del modelo SCOR como las compras, gestión de inventarios y stock y gestión de ingreso de mercadería correspondientes estos a la dimensión de abastecimiento, son procesos que se encuentran de igual modo presentes en la presente investigación incidiendo en las exportaciones como en la de Avila influyendo en los proyectos de la empresa de su estudio. Por otro lado, Avila obtuvo que el flujo de informacioón y procesamiento de pedidos influye en su estudio, estando estos procesos presentes en la presente investigación en todas las dimensiones al ser la comunicación un proceso primordila en todas las fases del proceso logistico mediante el modelo SCOR y teniendo al procesamiento de pedidos directamente relacionado con las dimensiones de producción y distribución en las cuales se encuentran la logistica interna en planta y la capacidad de las empresas de procesar y gestionar pedidos para su correspondiente gestión de salida. Después Avila, evidenció que las compras bien planeadas permiten un ahorro a las empresas lo cual influye en el valor

ganado por estas, dividiendola en dos etapas, la selección y evaluación de provedores y la gestión de compras, del mismo modo en la presente investigación se obtuvo que procesos de la dimensión de abastecimiento siendo esta la gestión de proveedores se relaciona con la evaluación y selección de estos, así como la gestión de compras en la cual se encuentra el proceso en si y la identificación de estas por tipo de producto. Finalmente, Avila evidenció que el trasnporte y la distribución son actividades necesarias para toda empresa, ya que ninguna podría operar si no contrara con una manera de de desplazar sus recursos y productos ya terminados, además hace enfasis en que si bien la planificación de esta es importante, de igual modo lo es la comunicación, en el presente estudio también determinamos que estos procesos pertenecientes a la dimensión de distribución son importantes e inciden en las exportaciones de jengibre en la región Junín.

Conclusiones

1. De acuerdo con la población representada por siete empresas agroexportadoras de jengibre de la región Junín se pudo determinar que la planificación, abastecimiento, producción, distribución, devolución y apoyo siendo todas estas dimensiones del proceso logístico mediante el modelo SCOR y valoradas como muy buenas, inciden en las exportaciones de jengibre.

2. La dimensión de planificación con respecto al proceso logístico mediante el modelo SCOR en las empresas agroexportadoras de jengibre de la región Junín es valorada como muy buena en un 42.9%, siendo los procesos que inciden en las exportaciones, la planificación del proceso logístico, el uso de técnicas para el control de cambios en la demanda y la capacidad disponible, la programación de demanda por periodos, la rotación y control de inventarios y el proceso de comparación del stock frente a los pronósticos.

3. La dimensión de abastecimiento con respecto al proceso logístico mediante el modelo SCOR en las empresas agroexportadoras de jengibre de la región Junín es valorada como muy buena en un 71.43%, siendo los procesos que inciden en las exportaciones, la evaluación de proveedores, los acuerdos y desempeño de proveedores, la gestión de inventarios, el proceso de compras y el proceso de gestión de mercadería.

4. La dimensión de producción con respecto al proceso logístico mediante el modelo SCOR en las empresas agroexportadoras de jengibre de la región Junín es valorada como muy buena en un 85.71%, siendo los procesos que inciden en exportaciones, la logística interna relacionada a la producción y el proceso de gestión de ventas.

5. La dimensión de distribución con respecto al proceso logístico mediante el modelo SCOR en las empresas agroexportadoras de jengibre de la región Junín es valorada

como muy buena en un 85.71%, siendo los procesos que inciden en las exportaciones, el proceso de picking de producto, la gestión de salida de productos, la infraestructura de despacho, la ubicación de almacenes, la gestión de transporte y el proceso las alianzas estratégicas relacionadas a la distribución.

6. La dimensión de devolución con respecto al proceso logístico mediante el modelo SCOR en las empresas agroexportadoras de jengibre de la región Junín es valorada como muy buena en un 57.14%, siendo los procesos que inciden en las exportaciones, el proceso de gestión y almacenamiento de devoluciones, así como el proceso de reparación de órdenes pedidos y productos.

7. La dimensión de apoyo con respecto al proceso logístico mediante el modelo SCOR en las empresas agroexportadoras de jengibre de la región Junín es valorada como muy buena en un 71.43%, siendo los procesos que inciden en las exportaciones, el planeamiento estratégico empresarial, el proceso de benchmarking competitivo, la medición y mejora de procesos empresariales y el proceso de aplicación de innovación tecnológica.

Recomendaciones

1. Dado que los procesos logísticos basados en el modelo SCOR inciden en las exportaciones de jengibre en las empresas agroexportadoras de la región Junín, es recomendable realizar una exhaustiva evaluación de todos los procesos que formen parte interna y el entorno de la empresa para identificar los procesos que generen retrasos o inconvenientes y así poder contrarrestarlos. Dar especial énfasis en las dimensiones como devolución mediante un estudio sobre la aplicación de la logística inversa o alternativas para un mejor desarrollo de esa dimensión como la creación de oficinas pequeñas de atención al cliente en el principal país de destino (Estados Unidos) y la dimensión de apoyo centrada en la inversión como la innovación con respecto a la tecnología que permita la industrialización de la producción con miras a incrementar el volumen y la competitividad las cuales mostraron valoraciones ligeramente menores en comparación a las demás.

2. Respecto a la dimensión planificación, se recomienda, analizar el uso de técnicas para el control de cambios en la demanda y la capacidad disponible, la programación de demanda por periodos, la rotación y control de inventarios y el proceso de comparación del stock frente a los pronósticos de cada empresa para poder generar información útil y tener una planificación basada en la demanda. También se recomienda tener pronósticos de la demanda y análisis de sensibilidad con la finalidad de tener un uso adecuado de recursos de las empresas.

3. Respecto a la dimensión abastecimiento, se recomienda asegurar la información de todos los proveedores de acuerdo a los recursos que proveen con la finalidad de mejorar la negociación y establecer una buena relación, también se recomienda establecer una mejor comunicación, de confianza y activa con todos los proveedores principales de insumos con el fin de encontrar nuevas oportunidades de negocio que beneficia a ambas

partes, principalmente con los proveedores de materia prima (jengibre) creando relaciones más de confianza y sociedad en lugar de solo relaciones comerciales por ejemplo permitiendo integrarlos a la empresa de manera que a mediano plazo las empresas puedan ser autosustentables.

4. Respecto a la dimensión de producción, se recomienda manejar una programación eficaz de envíos de los insumos, también se recomienda implementar indicadores que evalúen el rendimiento de toda el área logística, como el tiempo de atención, satisfacción de los clientes, etc. Todo esto mediante la digitalización de la información de manera que permita a las empresas tener información cuantificable sobre esta dimensión

5. Respecto a la dimensión de distribución se recomienda tener un mayor control del proceso de gestión de salida de productos, la infraestructura de despacho, la ubicación de almacenes, la gestión de transporte y el proceso las alianzas estratégicas relacionadas a la distribución, con la finalidad de tener eficacia en las áreas incidentes por estos procesos todo esto mediante la implementación de ERP como SAP por ejemplo ya que las empresas aún no están aplicando el uso de tecnologías en el control de inventarios o utilizan software no especializado como Excel.

Referencias

Andina.pe. (30 de Enero de 2022). *Andina*. Obtenido de https://andina.pe/agencia/noticia-peru-es-tercer-mayor-exportador-mundial-jengibre-879085.aspx

Arana-Solares, I., & Alfalla-Luque, R. (2011). *Análisis de las variables que proporcionan una competitividad sostenible de la cadena de suministro.* Sevilla: Intangible Capital.

Avila, G. (2017). La gestión logística y su influencia en el valor ganado en los proyectos de edificación en la selva peruana de una empresa constructora de Lima Metropolitana. *Universidad Ricardo Palma*, 78.

Bagshaw, K. B. (2017). Logistics Management from Firms' Performance Perspective. *International Journal of Supply Chain and Logistics*, 18.

Bernal, C. (2012). *Metodología de la investigación.* La sabana: Pearson.

Burgos, G. (23 de Agosto de 2021). *Supply chain: Modelos que mejoran la gestión de la cadena de suministro*. Obtenido de https://www.america-retail.com/supply-chain/supply-chain-modelos-que-mejoran-la-gestion-de-la-cadena-de-suministro/

Caretas.pe. (07 de Julio de 2021). *Caretas*. Obtenido de https://caretas.pe/nacional/el-peru-se-posiciona-como-el-cuarto-mayor-proveedor-de-jengibre-kion-en-el-mundo/

Carreño Solis, A. (2018). *Cadena de Suministro y Logística.* Lima: Pontificia Universidad Catolica del Perú.

Carro Paz, R., & Gonzales Gómez, D. (2013). *Logística empresarial.* Mar del Plata: Unicersidad Nacional de Mar del Plata.

Chavez, M. (2017). *Modelo de Logística Inversa bajo la metodología SCOR para reducir el tiempo de flujo de una empresa agroquímica.* Universidad San Ignacio De Loyola, Lima.

Diario Gestión. (01 de Septiembre de 2021). *Exportaciones peruanas crecieron 16% en julio al sumar US$ 4,162 millones, señaló la CCL*. Obtenido de https://gestion.pe/economia/exportaciones-peruanas-crecieron-16-en-julio-al-sumar-us-4162-millones-senalo-la-ccl-nndc-noticia/?ref=gesr

Díaz Curbelo, A., & Marrero Delgado, F. (2014). El modelo SCOR y el balanced scorecard, una poderosa combinación intangible para la gestión empresarial. *Visión del Futuro*, 36-57.

Durand E., A. A. (2017). Organización y proceso logístico de productos denominados "abarrotes" de un supermercado. *Global Business Administration Journal*, 81-88.

Esquivel, J., Carbonelli, M., & Irrazabal, G. (2014). *Introducción al conocimiento científico y a la metodología de la investigación.* Florencio Valera: Universidad Nacional Arturo Jauretche.

Fresh Fuit. (11 de Julio de 2021). *La fiebre del jengibre se mantiene*. Obtenido de https://freshfruit.pe/2021/07/04/la-fiebre-del-jengibre-se-mantiene/

Gutierréz León, L. M., & Peschiera Cayo, Á. M. (2021). *Los procesos logísticos y su relación con las exportaciones de la SPN SPN 0810.40.00.00 de arándanos hacia Estados Unidos desde el puerto de Salaverry entre el periodo 2015 al 2019.* Lima.

Gutiérrez León, L., & Pescheira Cayo, Á. (2021). Los procesos logísticos y su relación con las exportaciones de la SPN 0810.40.00.00 de arándanos hacia Estados Unidos desde el puerto de Salaverry entre el periodo 2015 al 2019. *UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS*, 150.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación. sexta edición.* México: McGraw Hill.

Hurtado Gonoza, F. (2018). *Gestión Logística.* Arequipa: Universidad Inca Garcilaso de la Vega.

Imran, Q., & Amjad, A. (2017). Importance of Logistics Processes for Customer Service and Firm Performance: Evidence from Furniture Industry of Pakistan. *Management: Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*, 27.

It User. (21 de Agosto de 2021). *Grandes tendencias que impactarán en el futuro de la logística*. Obtenido de https://www.ituser.es/estrategias-digitales/2021/08/grandes-tendencias-que-impactaran-en-el-futuro-de-la-logistica

Lopez, P. (2015). *Metodologia de la investigacion social cuantitativa.* Barcelona.

Lopez, V. (2020). Estudio de mercado logistico. *NAI Peru*, 8.

Oncins M. (2019). *Encuestas: Metodología para su utilización.* España: Ministerio de trabajo y asuntos sociales .

Martin, C. (2015). *Logistics and Supply Chain Management.* Cranfield: Financial TImes.

Montano, J. (2017). *Lifeder*. Obtenido de https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/

Mora, A. (2012). *Indicadores de la gestión Logística.* Bogotá: ECOE Ediciones.

Mora, L. (2016). *Gestión Logística Integral.* Bogotá: ECOE Ediciones.

Párampo Renza, L. (2017). *Proceso de Exportaciones* . Bogotá: Areandina.

Pinna, R., Carrus, P. P., & Marras, F. (2015). The drug logistics process: an innovative experience. *TQM Journal*, 19.

Promperú. (2012). *Guía Exportadora.* Lima: Promperú.

Quevedo, J. (2010). *Análisis, diagnóstico y propuesta de mejora de la cadena logística y de planeamiento de las compras de una empresa peruana comercializadora de productos químicos.* Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

Quiñones Velásquez, J. A. (2020). *Gestión de Procesos Logísticos y su Incidencia en la Productividad de los Colaboradores de la Coordinación de Almacén de la Unidad de Abastecimiento PRONIED, Lima-2020.* Lima: Universidad peruana de las americas.

Quiñones, J. (2020). Gestión de Procesos Logísticos y su Incidencia en la Productividad de los Colaboradores de la Coordinación de Almacén de la Unidad de Abastecimiento PRONIED, Lima-2020. *UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS*, 108.

Rendón, M., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). Estadística descriptiva. *Revista Alergia México*, 12.

S., L. P. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa.* España: Universidad autonoma de Barcelona.

Salgado, F. (2011). *El jengibre.* Santiago: Revista Internacional de Acupuntura.

Salinas, M. (2016). Los procesos logísticos y su relación con la dispensación de fármacos a los pacientes ambulatorios con enfermedades crónicas en el hospital central de la fuerza aérea del Perú. *UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA*, 126.

Sierra y Selva Exportadora. (2020). *Análisis de Mercado - Jengibre y Cúrcuma- Sierra y Selva Exportadora.* Lima: Minagri.

Solano, M. (03 de Agosto de 2020). *Exportaciones de jengibre se incrementan en 140% en el primer semestre del 2020*. Obtenido de https://myperuglobal.com/exportaciones-de-jengibre-se-incrementan-en-140-en-el-primer-semestre-del-2020/

Sumah, B., Masudin, I., Zulfikarijah, F., & Restuputri, D. P. (2020). Logistics Management and Electronic Data Interchange Effects on Logistics Service Providers' Competitive Advantage. *Journal of Business & Economic Analysis (JBEA)*, 24.

Tamayo, M. (2012). *El proceso de la investigación cientifica.* Mexico: Limusa.

Trademap. (30 de Agosto de 2021). Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c091011%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2

Trademap. (30 de Agosto de 2021). Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_Graph.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c091011%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2

Urday Jauregui, C., & Cebreros Gutierrez, P. (2017). La gestión logística y su influencia en la competitividad de la pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de puente piedra. *Universidad San Ignacio de Loyola*, 104.

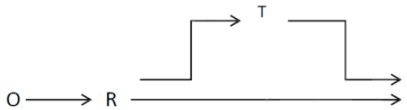
Valencia, M. (22 de Agosto de 2021). *5 tendencias tecnológicas que están transformando el sector logístico*. Obtenido de https://www.valoraanalitik.com/2021/08/22/tendencias-tecnologicas-transformando-sector-logistico/

Wen, J. (2017). Analysis on enterprise logistics management performance evaluation system. *3rd International Conference on Economics, Social Science, Arts, Education and Management Engineering*, 5.

Apéndice

Apéndice A. Matriz de consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Variables	Metodología	Instrumentos
Problema general: ¿Cuáles son los procesos de la gestión logística basados en el modelo SCOR que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín? **Problemas específicos:** • ¿Cuáles son los procesos de planificación que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín? • ¿Cuáles son los procesos de abastecimiento que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín? • ¿Cuáles son los procesos de producción que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín?	**Objetivo general:** Determinar la incidencia de los procesos de la gestión logística basados en el modelo SCOR de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín **Objetivos específicos:** • Identificar los procesos de planificación que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín. • Identificar los procesos de abastecimiento que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín • Identificar los procesos de producción que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín	V1: Proceso logístico (Modelo SCOR) Dimensiones: • Planificación • Abastecimiento • Producción • Distribución • Devolución • Apoyo V2: Exportaciones de jengibre Dimensiones: • Exportación	**Enfoque de investigación:** Cuantitativo **Métodos de investigación**: **Método general:** Método Científico **Método específico:** Deductivo **Tipo de investigación**: Aplicada **Nivel de investigación:** Descriptivo **Diseño de investigación**: No experimental	**Técnica:** Encuesta y Guía de observación **Instrumento:** Cuestionario y Ficha de observación

• ¿Cuáles son los procesos de distribución que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín? • ¿Cuáles son los procesos de devolución que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín? • ¿Cuáles son los procesos de apoyo que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín?	• Identificar los procesos de distribución que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín • Identificar los procesos de devolución que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín • Identificar los procesos de apoyo que inciden en las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín	**Esquema**  O: Observador R: Realidad problemática T: Teorías I: Identificación de procesos **Población:** La población serán 13 empresas de jengibre de la región Junín **Muestra:** 7 empresas exportadoras de jengibre la región Junín

Apéndice B. Instrumento aplicado – Cuestionario.

	Cuestionario						
	Estimado(a): Saludándolo de antemano, presentamos. Somos, Henry Julio Estefano Luna Villacorta y Nathaly Alessandra Poma Moya, ambos egresados de la carrera de Administración y Negocios Internacionales, mediante la presente me dirijo a usted con el fin de recabar información relevante para el desarrollo del trabajo de investigación, lo cual permitirá medir las variables de la investigación, por lo que pedimos su cooperación y apoyo en las respuestas. Le expresamos nuestro agradecimiento de antemano y asegurando que la información obtenida tendrá carácter reservado y anónimo.						
	Datos generales						
Ubicación:							
Años en el mercado:							
¿En qué ciclo de vida considera que se encuentra su empresa? Etapa de introducción (lanzamiento de la empresa), crecimiento (desarrollo empresarial), madurez (estabilidad empresarial), declive (deterioro empresarial)							
	Exportación						
1. En promedio, ¿Cuántas toneladas de producción de su empresa exporta?	Jengibre Fresco	_____toneladas.					
	Jengibre deshidratado	_____toneladas.					
Proceso Logístico (SCOR)	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente	
	1	2	3	4	5	6	
Planificación							
Planificación del proceso logístico							
2. ¿Qué tan eficiente considera que es la planificación mensual de requerimientos para los procesos empresariales?							

3. ¿Qué tan eficiente y exacto considera que son las estimaciones de pronósticos realizados?						
Linealidad entre demanda y abastecimiento						
4. ¿Qué tan eficientes considera que son las técnicas usadas para controlar los cambios en la demanda y en la capacidad disponible?						
5. ¿Qué tan eficiente considera que es la programación de la demanda en periodos semanales y mensuales?						
Nivel de stock						
6. ¿Qué tan eficiente considera que es la rotación y control de inventarios?						
7. ¿Cómo considera el proceso de comparar el stock con el pronóstico planificado?						
Abastecimiento						
Gestión de proveedores						
8. ¿Qué tan correcta considera que es su evaluación del proveedor en función del nivel de servicio, disponibilidad, calidad, entre otros?						
9. ¿Qué tan eficiente considera que son los acuerdos y el desempeño de los proveedores?						
Gestión de inventarios						
10. ¿Qué tan eficientes considera que son las técnicas o estrategias para fijar los niveles de inventario en la empresa?						
11. ¿Qué tan eficiente considera que es el análisis de costos y riesgos para la toma de decisiones sobre el inventario?						
Compras						
12. ¿Qué tan eficiente considera que es el proceso de compras de la empresa?						
13. ¿Cómo considera que es el proceso de identificar las compras por tipo de producto?						

Gestión del ingreso de mercadería						
14. ¿Cómo considera que es el procedimiento para la gestión del ingreso de productos?						
15. ¿Qué tan eficiente considera que es el registro de los ingresos de productos al almacén?						
Producción						
Logística interna						
16. ¿Qué tan eficiente considera que es el transporte interno de insumos?						
17. ¿Qué tan eficiente considera que son los tiempos de cada proceso interno relacionado con la producción?						
Gestión de ventas						
18. ¿Qué tan eficiente considera que son los procesos y comunicación para identificar los requerimientos del cliente?						
19. ¿Qué tan efectiva considera que es la segmentación de clientes?						
Distribución						
Picking de productos						
20. ¿Qué tan eficiente considera que es la capacidad de procesar y gestionar pedidos?						
Gestión de salida de productos						
21. ¿Qué tan eficiente considera que es la relación entre el almacenamiento y el cumplimiento de órdenes?						
Infraestructura de despacho						
22. ¿Qué tan eficiente considera que es la infraestructura de despacho de pedidos?						
Ubicación de almacenes						
23. ¿Qué tan efectiva y pertinente considera que es la ubicación del almacén?						
Gestión de transporte						

24. ¿Qué tan eficiente considera que es el transporte de órdenes y pedidos?						
Alianzas de distribución						
25. ¿Qué tan efectiva considera que es la comunicación con socios estratégicos relacionados con el transporte?						
26. ¿Qué tan efectiva considera que es el desempeño de los socios estratégicos relacionados con el transporte?						
Devolución						
Gestión de devoluciones						
27. ¿Qué tan eficiente considera que es el proceso de devolución y almacenamiento de productos en retorno?						
28. ¿Qué tan eficiente considera que es la comunicación con el cliente con respecto a una devolución?						
Reparación de productos						
29. ¿Qué tan eficiente considera que es el proceso de compensación o subsanación de devoluciones?						
30. ¿Qué tan efectiva considera que es la comunicación y seguimiento con respecto a la compensación?						
Apoyo/habilitación						
Planeamiento estratégico						
31. ¿Qué tan eficiente considera que son las actuales estrategias y el liderazgo dentro de la empresa?						
Benchmarking						
32. ¿Qué tan eficiente considera que es su aplicación de benchmarking competitivo actual?						
Medición y mejora de procesos						
33. ¿Qué tan eficiente considera el manejo de la variabilidad y control de precios?						
34. ¿Qué tan efectivo considera que es el análisis de feedback referente a procesos?						

Innovación tecnológica						
35. ¿Qué tan eficiente considera que es su empresa en relación con los estándares de la industria?						
36. ¿En relación con la innovación de productos y servicios que tan efectivos y competitivos considera que estos son?						

Anexo C. Instrumento aplicado - Guía de observación

La presente guía de observación permitirá recolectar información de la empresa acerca del proceso logístico basado en el modelo SCOR, para esto se marcará en los cuadros respectivos para identificar si existe o no los indicadores tomados en cuenta en la investigación, mediante preguntas claves.

N°	Ítem	SI	NO
1	La empresa cuenta con un área de administración		
2	La empresa cuenta con un encargado del área logística		
3	Los almacenes cuentan con señalética		
4	Se clasifica las sustancias peligrosas de la demás materia prima.		
5	La empresa tiene un área netamente de productos vencidos o dañados		
6	La empresa cuenta con un área de compras		
7	La empresa cuenta con un área para la recepción de proveedores		
8	Se mantienen registros físicos del inventario		
9	La empresa cuenta con un layout de almacén.		
10	La codificación de los productos es visible y correctamente identificada		
11	La empresa realiza promociones, exposición a ferias, redes sociales para la captación de clientes		
12	Se manejan maquinarias para carga, descarga y manipulación de productos		
13	Los pasillos, equipos son adecuados a la infraestructura de despacho de productos		
14	Los equipos son adecuados para la infraestructura del almacén		
15	La empresa cuenta con vehículos propios para la distribución de los productos		
16	La empresa cuenta con equipos adecuados para el transporte de productos		
17	La empresa cuenta con un área de atención al cliente		
18	La empresa cuenta con rótulos de lineamientos estratégicos (visión, misión y objetivos empresariales)		
19	La empresa cuenta con una planta de producción propia		

Anexo D. Validación de instrumentos

Universidad Continental

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que se debe elaborar un instrumento de medición con la finalidad de que en la tesis se realice la recolección de datos; se solicita la validación respectiva, para la cual los investigadores deben adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

"El proceso logístico mediante el modelo SCOR en las exportaciones de jengibre de la región Junín"

Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento	PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)
5 = Optimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente	5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte

Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X	X				
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.					X					X	X				
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X	X				
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X	X				
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X	X				
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X	X				
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X	X				
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X	X				
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					X					X	X				
Sumatoria Parcial					45					45	9				
Sumatoria Total	45					45					9				

Observaciones: Ninguna

Nombres y Apellidos del Experto: Raúl Alejandro Quispe Medina
Especialidad: Ingeniero Economista
DNI.:40328914
Nro. Celular: 926027105

Firma: .....

ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el cuestionario: Ninguna

Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	X	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	X	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	X	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	X	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	X	

Nombres y Apellidos del Experto: Raúl Alejandro Quispe Medina

Teléfono: 926027105

DNI.: 40328914

Firma: .....

Universidad Continental

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

Considerando que se debe elaborar un instrumento de medición con la finalidad de que en la tesis se realice la recolección de datos; se solicita la validación respectiva, para la cual los investigadores deben adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada:

"El proceso logístico mediante el modelo SCOR en las exportaciones de jengibre de la región Junín"

Instrucciones: Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento	PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)
5 = Optimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente	5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte

Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X	X				
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.					X					X	X				
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X	X				
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X	X				
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X	X				
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X	X				
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X	X				
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X	X				
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					X					X	X				
Sumatoria Parcial					45					45	9				
Sumatoria Total	45					45					9				

Observaciones:
Existe correspondencia, se logra medir el objetivo de la investigación.

Nombres y Apellidos del Experto: OSCAR NICOLÁS LINARES GARCÍA
Especialidad: NEGOCIOS INTERNACIONALES
DNI.: 09838783
Nro. Celular: 995140684

Firma:.....

ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

Apreciación del experto sobre el Cuestionario:

Existe correspondencia, se logra medir el objetivo de la investigación.

Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	X	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	X	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	X	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	X	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	X	

Nombres y Apellidos del Experto: OSCAR NICOLÁS LINARES GARCÍA

Teléfono: 995140684

DNI: 09838783

Firma: .....

Apéndice E. Solicitud de relación de exportadores de jengibre a DIRCETUR

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Huancayo, 07 de Febrero del 2022

CARTA Nº 02-2022-HJELV

SEÑOR:
Lic. Máximo Isac Buendia Payano
Director Regional de Comercio Exterior y Turismo
Gobierno Regional de Junín
Jr. Pachitea 201 - Huancayo

ASUNTO : SOLICITO RELACION DE EXPORTADORES DE JENGIBRE

Presente. -

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente me dirijo a usted para saludarlo cordialmente y a la vez remitir a su despacho solicitud referente a la **RELACION DE EXPORTADORES DE JENGIBRE**, ya que me encuentro realizando el trabajo de investigación de tesis titulado: **"EL PROCESO LOGÍSTICO MEDIANTE EL MODELO SCOR EN LAS EXPORTACIONES DE JENGIBRE DE LA REGIÓN JUNÍN"**

Sin otro en particular, me suscribo a usted.

Atentamente.

GOBIERNO REGIONAL JUNIN
DIRCETUR - JUNIN
RECIBIDO
DIRECCIÓN GENERAL
07 FEB. 2022
Folios: 01 Hora: 12.30
Firma: Nº 238

HENRY JULIO ESTEFANO LUNA VILLACORTA
DNI N° 72937623
Cel. 964000226

DIRCETUR - JUNÍN
VISTO; PASE A: SDLE
PARA : Atención
DIRECCIÓN
Huancayo, 07 de 02 del 2022

Dirección Regional de Comercio
Exterior y Turismo

¡Trabajando con la fuerza del pueblo!

"Año del Fortalecimiento de la Soberania Nacional"

Huancayo, 17 de Febrero de 2022

CARTA N° 021 - 2022-GRJ-DIRCETUR

Señor:
Henry Julio Estefano Luna Villacorta
Huancayo

Presente.-

ASUNTO : REMITO INFORMACIÓN SOLICITADA

REF. : Reporte N° 013-2022-GRJ-DIRCETUR-JUNIN/SDCE

Que, mediante el presente documento me dirijo a usted, con el fin de saludarlo cordialmente y a la vez remito el Reporte N° 013-2022-GRJ-DIRCETUR-JUNIN/SDCE, en respuesta a la CARTA N° 02-2022-HJELV presentado por su persona, en el cual se adjunta información sobre el ***JENGIBRE*** así como el directorio actualizado de nuestros productores, Nuevos y Potenciales Exportadores de la región Junín.

Sin otro en particular, es todo cuanto informo a su persona para conocimiento y fines pertinentes.

Atentamente

C.P.C. Maximo Isaac Buendia Payano
Director Regional de Comercio Exterior y Turismo
GOBIERNO REGIONAL JUNIN

Dirección Regional de Comercio
Exterior y Turismo Junín

GOBIERNO REGIONAL JUNÍN
DIRCETUR - JUNÍN
RECIBIDO
DIRECCIÓN GENERAL
16 FEB. 2022
Folios: 13 Hora: 3.05
Firma: Nº (305)
304

Región Junín
¡Trabajando con la fuerza del pueblo!

REPORTE N° 013 -2022-GRJ-DIRCETUR-JUNIN/SDCE

A : **CPC. MAXIMO ISAC BUENDIA PAYANO**
Director Regional de Comercio Exterior y Turismo.

Asunto : Remito información solicitada

Ref. : Carta N°02-2022-HJELV

Fecha : Huancayo, 15 de febrero de 2022

Por medio del presente me dirijo a Ud. para remitir a su despacho la información solicitada según proveído para la Sub Dirección de Comercio Exterior y a la vez informo que nuestra oficina viene trabajando en cumplimiento de nuestro Plan Operativo Institucional 2022, el cual fue elaborado alineado a la Implementación del Plan Regional del Exportador – PERX JUNÍN 2025, donde se consideran 4 cadenas productivas priorizadas:

1. **Productos Andinos:** Maca Orgánica y derivados, Quinua Orgánica, Aguaymanto, Papa Nativa Orgánica (frescas y procesadas)
2. **Productos Tropicales:** Piña, Cúrcuma, **Jengibre Orgánico**, Cacao Orgánico y derivados, cafés especiales, Ajonjolí, Granadilla y palta Orgánica
3. **Textil Confecciones:** Textiles, prendas de vestir y accesorios en fibra de alpaca y ovino.
4. **Acuícola:** Trucha congelada y ahumada.

Cabe señalar con respecto a la información solicitada que la producción en el Perú de **Jengibre** o más conocido como **Kion**, se centra en el departamento de Junín, ya que presenta las condiciones ecológicas para esta clase de cultivo por consiguiente los productores de los distritos de Satipo, Mazamari, Pangoa y Pichanaqui de la Región Junín han apostado por el cultivo de Jengibre, como una nueva alternativa de exportación muy rentable.

Perú exporta principalmente jengibre fresco (91.9% de participación), seguido del deshidratado (3.8%), jugo (3.6%) y en polvo (0.7%). Asimismo, se registró exportaciones de puré, jengibre confitado e infusiones, los cuales representaron de forma conjunta el 0.03%.

El **jengibre** peruano tiene un acuerdo comercial con Estados Unidos y la Unión Europa, lo que hace que el producto sea mucho más competitivo en el mercado a diferencia de otros países.

En el año 2020, Perú se posicionó como el cuarto exportador mundial de **Jengibre**, después de China, Tailandia y Países Bajos; y ***Nuestra Región Junín recibió el***

Dirección Regional de Comercio
Exterior y Turismo Junín

reconocimiento como la mejor región exportadora por MINCETUR Y PROMPERÚ, en mérito a 192 empresas exportadoras que lograron transformar en valor agregado los recursos naturales. El **Jengibre** es el principal producto no tradicional que incrementó sus exportaciones con un crecimiento de 156% y una facturación $ 105 millones, cifra sin precedentes históricos y que permitió la colocación de más de 45 mil toneladas en mercados mundiales.

Entre enero y noviembre de 2021, los envíos de **jengibre** peruano (kion) al exterior sumaron alrededor de US$ 81.200.000, sufriendo una caída de -13.4% respecto al mismo periodo de 2020, El descenso fue por el menor precio debido a los mayores volúmenes de jengibre de China, el cual reanudó sus despachos luego de una baja en el 2020. A ello se sumó el incremento de la oferta de India y Tailandia.

Sin embargo es preciso mencionar que venimos realizando un trabajo articulado junto a nuestras instituciones aliadas en un adecuado monitoreo y seguimiento del cierre de brechas de competitividad Exportadora por cada sector y producto priorizado.

Es por ello que dentro del Cumplimiento de nuestras Metas específicas correspondientes a la Gestión de la Información económica y comercial de los mercados Internacionales tenemos programado para el Mes de febrero la siguiente actividad dirigida a nuestros productores de Jengibre de la Región, Potenciales Exportadores, estudiantes y público interesado:

- ✓ **Capacitación online: "Difusión y orientación sobre requisitos de exportación para los mercados de destino (Jengibre)" - 25 de Febrero de 2022 (10 am.) – vía plataforma zoom.**

  - Demanda en los mercados Internacionales.
  - Acuerdos Comerciales que benefician el ingreso del producto a mercados internacionales.
  - Certificaciones.
  - Requisitos técnicos para el Ingreso a mercados destino.

Finalmente se remite dicha información a cargo de la Sub Dirección de Comercio exterior adjuntando datos importantes y el directorio actualizado de nuestros productores de Jengibre en la Región Junín.

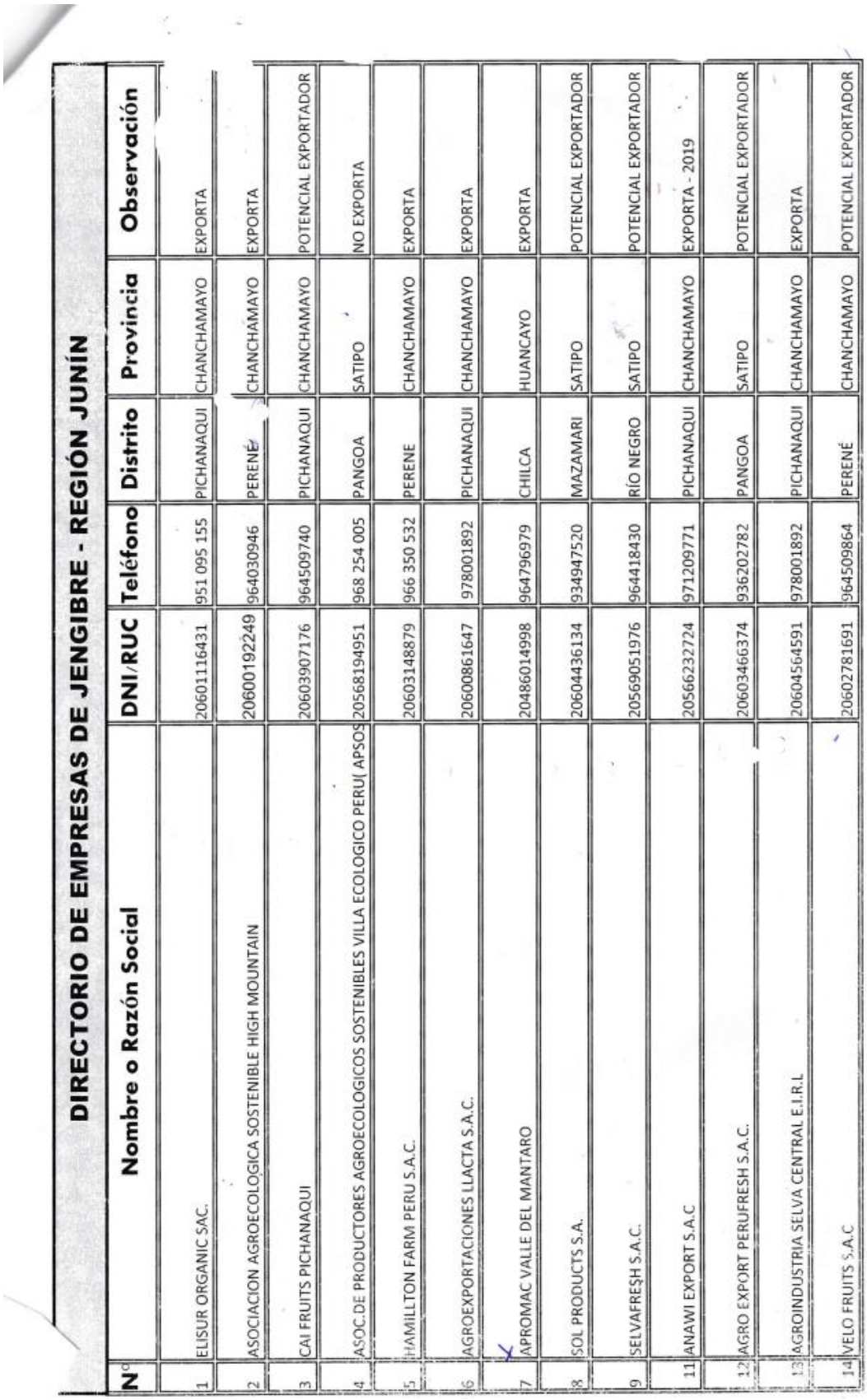
Es todo cuanto comunico para su conocimiento y fines pertinentes.

Atentamente,

Stefany Paula Valdez Canales
Sub Dirección de Comercio Exterior (e)
DIRCETUR JUNÍN

Anexo 5:

Relación de empresas de jengibre brindada por DIRCETUR



DIRECTORIO DE EMPRESAS DE JENGIBRE - REGIÓN JUNÍN

N°	Nombre o Razón Social	DNI/RUC	Teléfono	Distrito	Provincia	Observación
1	ELISUR ORGANIC SAC.	20601116431	951 095 155	PICHANAQUI	CHANCHAMAYO	EXPORTA
2	ASOCIACION AGROECOLOGICA SOSTENIBLE HIGH MOUNTAIN	20600192249	964030946	PERENÉ	CHANCHAMAYO	EXPORTA
3	CAI FRUITS PICHANAQUI	20603907176	964509740	PICHANAQUI	CHANCHAMAYO	POTENCIAL EXPORTADOR
4	ASOC.DE PRODUCTORES AGROECOLOGICOS SOSTENIBLES VILLA ECOLOGICO PERU(APSOS	20568194951	968 254 005	PANGOA	SATIPO	NO EXPORTA
5	HAMILLTON FARM PERU S.A.C.	20603148879	966 350 532	PERENE	CHANCHAMAYO	EXPORTA
6	AGROEXPORTACIONES LLACTA S.A.C.	20600861647	978001892	PICHANAQUI	CHANCHAMAYO	EXPORTA
7	APROMAC VALLE DEL MANTARO	20486014998	964796979	CHILCA	HUANCAYO	EXPORTA
8	SOL PRODUCTS S.A.	20604436134	934947520	MAZAMARI	SATIPO	POTENCIAL EXPORTADOR
9	SELVAFRESH S.A.C.	20569051976	964418430	RÍO NEGRO	SATIPO	POTENCIAL EXPORTADOR
11	ANAWI EXPORT S.A.C	20566232724	971209771	PICHANAQUI	CHANCHAMAYO	EXPORTA - 2019
12	AGRO EXPORT PERUFRESH S.A.C.	20603466374	936202782	PANGOA	SATIPO	POTENCIAL EXPORTADOR
13	AGROINDUSTRIA SELVA CENTRAL E.I.R.L	20604564591	978001892	PICHANAQUI	CHANCHAMAYO	EXPORTA
14	VELO FRUITS S.A.C	20602781691	964509864	PERENÉ	CHANCHAMAYO	POTENCIAL EXPORTADOR

Apéndice F. Evidencias fotografícas

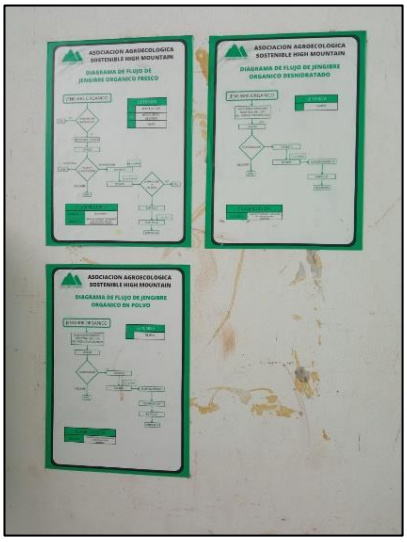
1. Elisur

Descripción: Visita a la gerente general y área administrativa de Elisur

Descripción: Presentaciones del jengibre en Elisur

2. High mountain

Descripción: Secado del jengibre en High mountain



Descripción: Visita a gerenta general y al área administrativa de High mountain

3. Añawi

Descripción: Visita a al área administrativa de Añawi export

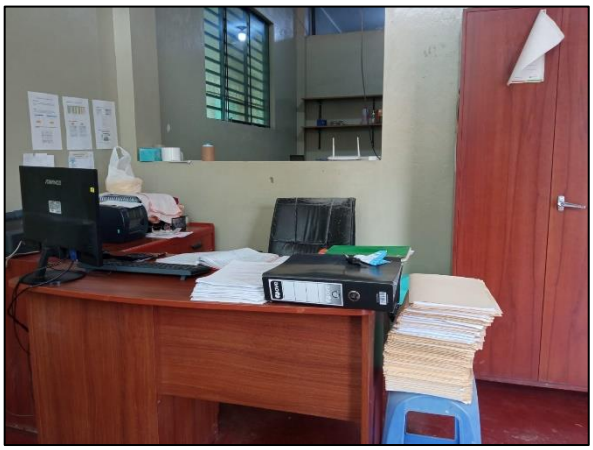
Descripción: Instalaciones de Añawi export

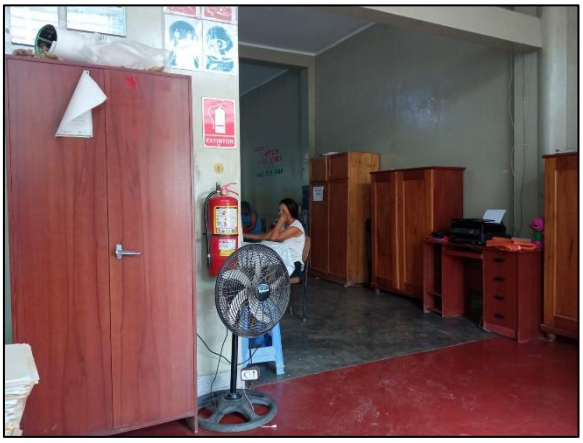
4. Llacta

Descripción: Secado de jengibre en llacta

Descripción: Instalaciones de Llacta

5. Hamilton farm





Descripción: Área administrativa de Hamilton farm

Descripción: Selección del jengibre de Hamilton farm