

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA**

Escuela Académico Profesional de Administración y Negocios Internacionales

Tesis

**La influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable del jengibre orgánico de la Empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021**

Diana Yulher Santivañez Landa  
Carola Natery Lauro Sosa

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

Huancayo, 2023

Repositorio Institucional Continental  
Tesis digital



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

# TESIS

## INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

12%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

11%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://renati.sunedu.gob.pe">renati.sunedu.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
2	Submitted to UDELAS: Universidad Especializada de las Americas Panama Trabajo del estudiante	<1 %
3	<a href="http://revistas.uap.edu.pe">revistas.uap.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
4	Submitted to Universidad de las Islas Baleares Trabajo del estudiante	<1 %
5	<a href="http://repositorio.ulima.edu.pe">repositorio.ulima.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
6	<a href="http://repositorio.uti.edu.ec">repositorio.uti.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
7	<a href="http://repositorio.ucsp.edu.pe">repositorio.ucsp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
8	<a href="http://repositorio.upci.edu.pe">repositorio.upci.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
9	<a href="http://repositorio.upagu.edu.pe">repositorio.upagu.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %

<1 %

10

[www.buenastareas.com](http://www.buenastareas.com)

Fuente de Internet

<1 %

11

[repositorio.ujcm.edu.pe](http://repositorio.ujcm.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

12

Velázquez Durán Víctor Manuel. "Redes socio-productivas e instituciones : la trayectoria de desarrollo del sistema productivo pirotécnico de Tultepec, Estado de México", TESIUNAM, 2012

Publicación

<1 %

13

Submitted to Universidad Científica del Sur

Trabajo del estudiante

<1 %

14

Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga

Trabajo del estudiante

<1 %

15

Submitted to Pontificia Universidad Católica del Perú

Trabajo del estudiante

<1 %

16

Submitted to Instituto Superior de Formación Docente Salomé Ureño

Trabajo del estudiante

<1 %

17

Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola

Trabajo del estudiante

<1 %

18 Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD <1 %  
Trabajo del estudiante

---

19 repositorio.unh.edu.pe <1 %  
Fuente de Internet

---

20 Marco Antonio Rojo Gutiérrez, Andrés Padilla-Oviedo, Rubén Miguel Riojas. "La innovación y su importancia", Revista Científica UISRAEL, 2019 <1 %  
Publicación

---

21 Submitted to Universidad de Guayaquil <1 %  
Trabajo del estudiante

---

22 www.ricea.org.mx <1 %  
Fuente de Internet

---

23 Submitted to Universidad Cesar Vallejo <1 %  
Trabajo del estudiante

---

24 Gladys Mireya Valero Córdoba. "INFLUENCIA DE LA COMPETITIVIDAD Y EL CAPITAL TECNOLÓGICO, EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA-COLOMBIA", Universitat Politecnica de Valencia, 2020 <1 %  
Publicación

---

25 Submitted to Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC <1 %  
Trabajo del estudiante

---

26	Submitted to ulatina Trabajo del estudiante	<1 %
27	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1 %
28	Submitted to Universidad de San Martín de Porres Trabajo del estudiante	<1 %
29	Submitted to Universidad del Rosario Trabajo del estudiante	<1 %
30	ddd.uab.cat Fuente de Internet	<1 %
31	Submitted to Universidad Internacional del Ecuador Trabajo del estudiante	<1 %
32	Submitted to Universidad Pontificia Bolivariana Trabajo del estudiante	<1 %
33	Submitted to Universidad Internacional de la Rioja Trabajo del estudiante	<1 %
34	Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion Trabajo del estudiante	<1 %
35	documentop.com Fuente de Internet	<1 %

---

36	<a href="https://repositorio.uladech.edu.pe">repositorio.uladech.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
37	<a href="https://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Fuente de Internet	<1 %
38	<a href="https://corladancash.com">corladancash.com</a> Fuente de Internet	<1 %
39	<a href="https://docs.google.com">docs.google.com</a> Fuente de Internet	<1 %
40	<a href="https://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1 %
41	Janet Patricia Valiente Solís, María Emperatriz Escalante López, Carolina del Carmen Loyola Santos. "Aprendizaje de las pruebas de evaluación censal de estudiantes y la percepción de la calidad educativa de una institución educativa privada", <i>Journal of the Academy</i> , 2021 Publicación	<1 %
42	<a href="https://repositorio.unjfsc.edu.pe">repositorio.unjfsc.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
43	Submitted to Universitat Politècnica de València Trabajo del estudiante	<1 %
44	<a href="https://repositorioacademico.upc.edu.pe">repositorioacademico.upc.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %

45	Submitted to ADEN University Trabajo del estudiante	<1 %
46	repositorio.unc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
47	Márquez Moranchel Cinthia. "La perspectiva de los alumnos de la Facultad de Economía UNAM en su preparación académica (generaciones 2005 y 2006) : una aplicación estadística", TESIUNAM, 2010 Publicación	<1 %
48	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1 %
49	Submitted to Universidad de León Trabajo del estudiante	<1 %
50	Submitted to unsaac Trabajo del estudiante	<1 %
51	Patricia Martínez Moreno, María Guadalupe Aguirre Alemán, Wilfran Donaldó González José. "Estudio ergonómico como parte de la responsabilidad social en trabajadores del centro regional de informática de la Universidad Veracruzana", Inquietud Empresarial, 2017 Publicación	<1 %
52	dspace.utb.edu.ec Fuente de Internet	<1 %

53	<a href="https://repositorio.uta.edu.ec">repositorio.uta.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
54	<a href="https://alicia.concytec.gob.pe">alicia.concytec.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
55	<a href="https://repositorio.uwiener.edu.pe">repositorio.uwiener.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
56	Submitted to Macquarie University Trabajo del estudiante	<1 %
57	<a href="https://repositorio.uceva.edu.co:8080">repositorio.uceva.edu.co:8080</a> Fuente de Internet	<1 %
58	Submitted to Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurimac Trabajo del estudiante	<1 %
59	<a href="https://repositorio.umsa.bo">repositorio.umsa.bo</a> Fuente de Internet	<1 %
60	Submitted to Universidad Tecnológica Indoamerica Trabajo del estudiante	<1 %
61	<a href="https://repositorio.upsjb.edu.pe">repositorio.upsjb.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
62	<a href="https://ricca.umich.mx">ricca.umich.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
63	<a href="https://repositorio.uaustral.edu.pe">repositorio.uaustral.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %

- |    |  |      |
|----|--|------|
| 64 | Edna Rocío Bravo Ibarra, Liliana Herrera. "Innovation capability and organizational resources configuration", Intangible Capital, 2009<br>Publicación  | <1 % |
| 65 | Mota Rangel Ivonne Lizbeth. "Curso propedéutico de formación en equidad para instructores de PEMEX refinación", TESIUNAM, 2013<br>Publicación  | <1 % |
| 66 | Submitted to Universidad Nacional Amazonica de Madre de Dios<br>Trabajo del estudiante   | <1 % |
| 67 | <a href="http://cybertesis.unmsm.edu.pe">cybertesis.unmsm.edu.pe</a><br>Fuente de Internet   | <1 % |
| 68 | <a href="http://repositorio.upao.edu.pe">repositorio.upao.edu.pe</a><br>Fuente de Internet   | <1 % |
| 69 | Alan Marín, José Serna, Christian Robles, Beder Ramírez et al. "A glimpse into the genetic diversity of the Peruvian seafood sector: Unveiling species substitution, mislabeling and trade of threatened species", PLOS ONE, 2018<br>Publicación | <1 % |
| 70 | Flores Novelo Anel. "Impacto del capital humano emprendedor y la orientación   | <1 % |

# empresadora en el desarrollo de negocios de software en Yucatán", TESIUNAM, 2016

Publicación

71

López Santiago Maribel. "Las venas de la dependencia : la inserción de Brasil al mercado mundial a través del eje interoceánico central del Cosiplan-lirsa, en el periodo de 2003 a 2010", TESIUNAM, 2017

Publicación

<1 %

72

[repositorio.unfv.edu.pe](http://repositorio.unfv.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

73

Submitted to Tecsup

Trabajo del estudiante

<1 %

74

Submitted to Universidad Catolica De Cuenca

Trabajo del estudiante

<1 %

75

Submitted to Universidad Dr. José Matías Delgado

Trabajo del estudiante

<1 %

76

[repositorio.unajma.edu.pe](http://repositorio.unajma.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

77

[repositorio.unjbg.edu.pe](http://repositorio.unjbg.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

78

Submitted to Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo

Trabajo del estudiante

<1 %

79

[es.slideshare.net](http://es.slideshare.net)

Fuente de Internet

<1 %

80

[www.scielo.org.bo](http://www.scielo.org.bo)

Fuente de Internet

<1 %

81

Submitted to Universidad Católica San Pablo

Trabajo del estudiante

<1 %

82

Submitted to Universidad Nacional de Itapúa

Trabajo del estudiante

<1 %

83

Submitted to Universidad de Salamanca

Trabajo del estudiante

<1 %

84

[repositorio.ulead.edu.ec](http://repositorio.ulead.edu.ec)

Fuente de Internet

<1 %

85

[repositorio.unap.edu.pe](http://repositorio.unap.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

86

[repositorio.upn.edu.pe](http://repositorio.upn.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

87

[tesis.pucp.edu.pe](http://tesis.pucp.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

88

Submitted to Universidad Santo Tomas

Trabajo del estudiante

<1 %

89

[repositorio.ucv.edu.pe](http://repositorio.ucv.edu.pe)

Fuente de Internet

<1 %

90

Submitted to Universidad Autónoma de Bucaramanga, UNAB

<1 %

91

Uribe Martínez José Luis Iván. "La logística como opción de competitividad en las MIPyMES exportadoras en el estado de Guanajuato", TESIUNAM, 2010

Publicación

<1 %

---

92

Submitted to University of The Incarnate Word

Trabajo del estudiante

<1 %

---

93

[www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)

Fuente de Internet

<1 %

---

94

Ferger, Julia.. "Papers presented at the International Seminar on "e-Public Procurement: latest news in Europe" on 11 & 12 April 2005 at the Palace of Miramar, Donostia-San Sebastian.", Archive of European Integration, 2011.

Publicación

<1 %

---

95

Ana-Luisa Marques-Fagundes, Jesús L. Megías, Daniela Mª García-García, Katerina Petkanopoulou. "Ambivalent sexism and egalitarian ideology in perception of psychological abuse and (in)vulnerability to violence / Sexismo ambivalente e ideología igualitaria en la percepción del maltrato psicológico y la (in)vulnerabilidad a la violencia", Revista de Psicología Social, 2015

Publicación

<1 %

---

96	Submitted to Universidad Estatal a Distancia Trabajo del estudiante	<1 %
97	guiarte.com Fuente de Internet	<1 %
98	repositorio.unesum.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
99	repositorio.upp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
100	www.ipyme.org Fuente de Internet	<1 %
101	Mendez Vergara Vianey. "Adaptación del cuestionario de la conducta infantil temprana (ECBQ) del temperamento en una muestra de infantes mexicanos", TESIUNAM, 2012 Publicación	<1 %
102	Ricardo Andres Bocanegra Vinasco. "Evaluation of the risk due to fluvial flooding in vehicles and road infrastructures at basin scale", Universitat Politecnica de Valencia, 2020 Publicación	<1 %
103	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
104	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1 %

105	<a href="https://repositorio.autonoma.edu.pe">repositorio.autonoma.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
106	<a href="https://repositorio.ute.edu.ec">repositorio.ute.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
107	<a href="http://www.clubensayos.com">www.clubensayos.com</a> Fuente de Internet	<1 %
108	<a href="http://www.lared.com.ve">www.lared.com.ve</a> Fuente de Internet	<1 %
109	<a href="http://www.procordoba.org">www.procordoba.org</a> Fuente de Internet	<1 %
110	"Applied Technologies", Springer Science and Business Media LLC, 2023 Publicación	<1 %
111	"Estudio comparativo de la sensibilidad de la metodología de diseño estructural de pavimentos flexibles : método AASHTO 93 y ME-PDG V 1.1", Pontificia Universidad Católica de Chile, 2013 Publicación	<1 %
112	"International Investment Law in Latin America / Derecho Internacional de las Inversiones en América Latina", Brill, 2016 Publicación	<1 %
113	Demian Abrego Almazán, Yesenia Sánchez Tovar, José M. Medina Quintero. "Influencia de los sistemas de información en los	<1 %

## resultados organizacionales", Contaduría y Administración, 2017

Publicación

---

114 Donoso Rivera Raquel Aurelia. "Factores claves del proceso emprendedor en los emprendimientos de alto crecimiento : caso Ecuador", TESIUNAM, 2018 <1 %

Publicación

---

115 Echeverry Gómez Amparo. "Relaciones históricas en la subregión caribeña: un enfoque integrativo", TESIUNAM, 2012 <1 %

Publicación

---

116 Julio César Acosta Prado, Rodrigo Arturo Zárate Torres, André Luiz Fischer. "Ba: espacios de conocimiento, contexto para el desarrollo de capacidad de innovación. Un análisis desde la gestión del conocimiento", Revista Escuela de Administración de Negocios, 2014 <1 %

Publicación

---

117 María Palacios Guillem. "Propuesta de un nuevo procedimiento basado en la norma ISO 9001 para la gestión conjunta de la norma ISO 31000, la filosofía Kaizen y la herramienta Lean Manufacturing en pymes industriales de la Comunidad Valenciana.", Universitat Politecnica de Valencia, 2021 <1 %

Publicación

---

118	Mejía Terrazas Gabriel Enrique. "Asociacion de polimorfismos en los genes TRPV1, DRD2, OPRM1, OPRK1, OPRD1, GCH1 y CACNG2 con dolor neuropático en población mexicana", TESIUNAM, 2022 Publicación	<1 %
119	Roberto Macha. "exportaciones peruanas y el nivel de concentración de los mercados de destino periodo 2005-2019", Economía y Administración (E&A), 2021 Publicación	<1 %
120	Sergio Ochoa Jiménez, Gimena Vianey Cervantes Hurtado, Carlos Armando Jacobo Hernández, José Guadalupe Flores López. "Knowledge and Innovation in Mexican Agricultural Organizations", Economies, 2020 Publicación	<1 %
121	Submitted to Universidad Tecnológica de Honduras Trabajo del estudiante	<1 %
122	<a href="http://aplicaciones.bibliolatino.com">aplicaciones.bibliolatino.com</a> Fuente de Internet	<1 %
123	<a href="http://diarioelplanetablog.wordpress.com">diarioelplanetablog.wordpress.com</a> Fuente de Internet	<1 %
124	<a href="http://investigacioningenieriaeconomica.blogspot.com">investigacioningenieriaeconomica.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %

125	<a href="https://repositorio.concytec.gob.pe">repositorio.concytec.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
126	<a href="https://repositorio.uancv.edu.pe">repositorio.uancv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
127	<a href="https://repositorio.undac.edu.pe">repositorio.undac.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
128	<a href="https://repositorio.uss.edu.pe">repositorio.uss.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
129	<a href="http://www.icesi.edu.co">www.icesi.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
130	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1 %
131	"7 ° Congreso Internacional de Ingeniería Agroindustrial", Corporacion Colombiana de Investigacion Agropecuaria (Corpoica), 2021 Publicación	<1 %
132	Miguel Crespo Celda. "Análisis de las estrategias de innovación de federaciones deportivas internacionales y de federaciones de tenis nacionales", Universitat Politecnica de Valencia, 2022 Publicación	<1 %
133	Esther Campos Serrulla. "El aroma de València. Diseño del odotipo de la ciudad de València mediante modelos sistémicos", Universitat Politecnica de Valencia, 2022	<1 %

134

[www.scribd.com](http://www.scribd.com)

Fuente de Internet

<1 %

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 1 words

Excluir bibliografía

Activo

**Asesor.**

Mag. Miguel Ángel Capuñay Reátegui

0000-0002-7205-7765

## **Dedicatoria**

Dedicamos la tesis a Dios, por habernos dado la vida y permitirnos el haber llegado hasta este momento tan importante para nuestra formación profesional. Del mismo modo a nuestras familias, por ser nuestro pilar más importante y por demostrarnos siempre su cariño y apoyo incondicional.

A nuestros padres, a pesar de nuestra distancia física, para ellos este momento es tan importante como para nosotras. A nuestros hermanos, porque nos acompañaron en las noches de desvelo. A nuestros compañeros y docentes que nos acompañaron en este proceso, ya que sin ellos no habiéramos logrado esta meta.

Las autoras.

## **Agradecimiento**

A Dios, por habernos dado fuerza y valor para culminar esta etapa de nuestras vidas.

A nuestros padres, que sin duda alguna en el trayecto de nuestras vidas nos han demostrado su amor, corrigiendo nuestros errores y celebrando nuestros aciertos, sabemos que están muy orgullosos de las mujeres en las que nos estamos convirtiendo.

A nuestros hermanos, que con su compañía nos han ayudado a afrontar los retos que se nos han presentado a lo largo de nuestras vidas.

A nuestros amigos por su apoyo incondicional en el transcurso de nuestra carrera universitaria y amigos del trabajo que nos motivaron para cumplir nuestra meta, por compartir momentos de alegría, tristeza y demostrarnos que siempre podríamos contar con ellos.

Al Mag. Miguel Ángel Capuñay Reátegui por toda la colaboración brindada, durante la elaboración de la tesis.

Finalmente, a todo el equipo de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. por cada uno de sus valiosos aportes y la calidad humana que proyectan y demuestran.

## Contenidos

Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento .....	iv
Contenidos.....	v
Lista de tablas .....	ix
Lista de figuras .....	xii
Resumen .....	xv
Abstract .....	xvi
Introducción.....	17
Capítulo I: Planteamiento del estudio.....	19
1.1. Delimitación de la investigación.....	19
1.1.1. Territorial.....	19
1.1.2. Temporal.....	19
1.1.3. Conceptual.....	19
1.2. Planteamiento del problema.....	20
1.3. Formulación del problema .....	30
1.3.1. Problema general.....	30
1.3.2. Problemas específicos.....	30
1.4. Objetivos de la investigación .....	31
1.4.1. Objetivo general.....	31
1.4.2. Objetivos específicos.....	31

1.5.	Justificación de la investigación .....	31
1.5.1.	Justificación teórica.....	31
1.5.2.	Justificación práctica.....	32
1.5.3.	Justificación metodológica.....	32
Capítulo II: Marco teórico .....		33
2.1.	Antecedentes del problema.....	33
2.1.1.	Artículos científicos.....	33
2.1.2.	Tesis nacionales e internacionales.....	36
2.2.	Bases teóricas.....	41
2.2.1.	Variable independiente: Capacidad de innovación .....	41
2.2.2.	Dimensiones de la variable independiente: Capacidad de innovación.....	42
2.2.3.	Variable dependiente: Oferta exportable.....	45
2.2.4.	Dimensiones de la variable independiente: Oferta exportable.....	47
2.2.5.	Exportación.....	49
2.3.	Definición de Términos Básicos.....	54
Capítulo III: Hipótesis y variables.....		58
3.1.	Hipótesis .....	58
3.1.1.	Hipótesis general.....	58
3.1.2.	Hipótesis específicas.....	58
3.2.	Identificación de las variables.....	58
3.2.1.	Variable independiente.....	59

3.2.2. Variable dependiente.....	60
Capítulo IV: Metodología.....	65
4.1. Enfoque de la Investigación.....	65
4.2. Tipo de investigación.....	66
4.3. Nivel de investigación.....	67
4.4. Métodos de investigación .....	67
4.5. Diseño de investigación .....	68
4.6. Población y muestra.....	69
4.6.1. Población.....	69
4.6.2. Muestra.....	69
4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	70
4.7.1. Técnicas.....	70
4.7.2. Instrumento.....	70
4.8. Técnicas estadísticas de análisis de datos.....	71
4.8.1. Confiabilidad.....	71
4.8.2. Validez.....	71
Capítulo V: Resultados.....	72
5.1. Descripción del trabajo de campo.....	72
5.2. Presentación de resultados.....	73
5.2.1. Variable capacidad de innovación.....	73
5.2.2. Variable oferta exportadora.....	77

5.2.3.	Descripción de las preguntas de la variable capacidad de innovación .....	80
5.2.4.	Descripción de las preguntas de la variable oferta exportadora .....	89
5.3.	Contrastación de Resultados .....	95
5.3.1.	Prueba de hipótesis general de la variable capacidad de innovación y oferta exportadora.....	95
5.4.	Discusión de resultados.....	104
	Conclusiones.....	107
	Recomendaciones .....	109
	Referencias .....	111
	Apéndices .....	119

## Lista de tablas

Tabla 1. Identificación de variables.....	59
Tabla 2. Operacionalización de variables.....	63
Tabla 3. Información de la variable capacidad de innovación .....	73
Tabla 4. Información de la dimensión capacidad de desarrollo de producto .....	74
Tabla 5. Información de la dimensión capacidad estratégica .....	75
Tabla 6. Información de la dimensión capacidad estratégica .....	76
Tabla 7. Información de la variable oferta exportadora .....	77
Tabla 8. Información de la dimensión capacidad económica y financiera.....	78
Tabla 9. Información de la dimensión capacidad de gestión.....	79
Tabla 10. Descripción de la pregunta 1. ¿Asume usted un compromiso de innovación para el desarrollo de su producto para la exportación? .....	80
Tabla 11. Descripción de la pregunta 2. ¿Conoce usted los estándares internacionales para la exportación del jengibre?.....	81
Tabla 12. Descripción de la pregunta 3. ¿Considera usted importante aplicar nuevos métodos para realizar sus actividades y operaciones de producción del jengibre? .....	82
Tabla 13. Descripción de la pregunta 4. ¿Considera usted ventajoso implementar valor agregado al producto para satisfacer las exigencias del mercado internacional? .....	83
Tabla 14. Descripción de la pregunta 5. ¿Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto?.....	84
Tabla 15. Descripción de la pregunta 6. ¿Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje del jengibre para el mercado internacional? .....	85

Tabla 16. Descripción de la pregunta 7. ¿Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto?.....	86
Tabla 17. Descripción de la pregunta 8. ¿Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto? .....	87
Tabla 18. Descripción de la pregunta 9. ¿Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto? .....	88
Tabla 19. Descripción de la pregunta 10. ¿Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto? .....	89
Tabla 20. Descripción de la pregunta 11. ¿Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de producción?.....	90
Tabla 21. Descripción de la pregunta 12. ¿Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional? .....	91
Tabla 22. Descripción de la pregunta 13. ¿Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar la exportación del jengibre? .....	92
Tabla 23. Descripción de la pregunta 14. ¿Considera usted necesaria la capacitación constante en temas relacionados a la exportación? .....	93
Tabla 24. Descripción de la pregunta 15. ¿Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación?.....	94
Tabla 25. Resultado de contingencia entre capacidad de innovación entre oferta exportadora .....	96
Tabla 26. Resultado de Chí cuadrado de factores entre capacidad de innovación y oferta exportable .....	97

Tabla 27. Resultado de contingencia entre capacidad de desarrollo de producto entre oferta exportadora.....	98
Tabla 28. Resultado de Chí cuadrado de factores entre capacidad de desarrollo de producto y oferta exportable.....	99
Tabla 29. Resultado de contingencia entre capacidad estratégica entre oferta exportadora .....	101
Tabla 30. Resultado de Chí cuadrado de factores entre capacidad estratégica y oferta exportable .....	101
Tabla 31. Resultado de contingencia entre capacidad estratégica entre oferta exportadora .....	103
Tabla 32. Resultado de Chí cuadrado de factores entre capacidad tecnológica y oferta exportable .....	103

## Lista de figuras

Figura 1. Volumen del comercio de mercancías y PIB real, 2018-2023a .....	21
Figura 2. Evolución de las agroexportaciones no tradicionales .....	23
Figura 3. Perú, exportaciones enero – junio (Millones de US\$ - FOB) .....	24
Figura 4. Perú: Exportaciones a mercados crecientes enero-junio (Millones de US\$ - FOB) .....	25
Figura 5. Junín: Exportaciones por Sectores (US\$ Miles) .....	26
Figura 6. Exportaciones de Agroindustrias JAS E.I.R.L. - 2020 .....	28
Figura 7. Exportaciones de Agroindustrias JAS E.I.R.L. – 2021 .....	29
Figura 8. Proceso del enfoque cuantitativo .....	66
Figura 9. Características del método científico .....	68
Figura 10. Porcentaje de la variable capacidad de innovación .....	73
Figura 11. Porcentaje de la dimensión capacidad de desarrollo de producto .....	74
Figura 12. Porcentaje de la dimensión capacidad estratégica .....	75
Figura 13. Porcentaje de la dimensión capacidad tecnológica .....	76
Figura 14. Porcentaje de la variable oferta exportadora .....	77
Figura 15. Porcentaje de la dimensión capacidad económica y financiera .....	78
Figura 16. Porcentaje de la variable capacidad de innovación .....	79
Figura 17. Descripción de la pregunta 1. ¿Asume usted un compromiso de innovación para el desarrollo de su producto para la exportación? .....	80

Figura 18. Descripción de la pregunta 2. ¿Conoce usted los estándares internacionales para la exportación del jengibre?.....	81
Figura 19. Porcentaje de la pregunta 3. ¿Considera usted importante aplicar nuevos métodos para realizar sus actividades y operaciones de producción del jengibre?.....	82
Figura 20. Porcentaje de la pregunta 4. ¿Considera usted ventajoso implementar valor agregado al producto para satisfacer las exigencias del mercado internacional?.....	83
Figura 21. Porcentaje de la pregunta 5. ¿Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto?.....	84
Figura 22. Porcentaje de pregunta 6. ¿Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje del jengibre para el mercado internacional?.....	85
Figura 23. Porcentaje de la pregunta 7. ¿Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto?.....	86
Figura 24. Porcentaje de los datos de la pregunta 8. ¿Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto? .....	87
Figura 25. Porcentaje de los datos de la pregunta 9. ¿Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto?.....	88
Figura 26. Porcentaje de los datos de la pregunta 10. ¿Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto? .....	89
Figura 27. Porcentaje de los datos de la pregunta 11. ¿Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de producción? .....	90
Figura 28. Porcentaje de los datos de la pregunta 12. ¿Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional? .....	91

Figura 29. Porcentaje de los datos de la pregunta 13. ¿Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar la exportación del jengibre? .....	92
Figura 30. Porcentaje de los datos de la pregunta 14. ¿Considera usted necesaria la capacitación constante en temas relacionados a la exportación? .....	93
Figura 31. Porcentaje de los datos de la pregunta 15. ¿Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación? .....	94

## Resumen

Toda organización ya ésta pertenezca al sector público o privado requiere de la innovación en sus procesos, ya que asegurará una posición estratégica en el mercado, además de facilitar el uso de nuevas oportunidades, permitiendo el desarrollo para nuevos mercados y posicionarse así en la mente del consumidor.

En ese sentido, la motivación de la tesis es determinar de qué manera influye la capacidad de innovación en la oferta exportable del jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021; el enfoque de la investigación fue cuantitativo, de tipo aplicada, de nivel explicativa, haciendo uso de la investigación científica, con diseño no experimental. Se trabajó con un tipo de muestra por juicio de 15 colaboradores de nivel gerencial y administrativo; la técnica aplicada fue la encuesta, como instrumento se usó el cuestionario de manera digital que consta de 15 preguntas cerradas, con respuesta de opción múltiple (Escala de likert). El análisis, interpretación y contrastación de los resultados fueron realizados oportunamente, los mismos que nos permitieron obtener las conclusiones y recomendaciones, las cuales como tesis y autoras ponen a disposición de la comunidad académica y universitaria nacional e internacional y también a la sociedad.

Finalmente, se demuestra la validez de la hipótesis general de la investigación; existiendo influencia de la innovación en la oferta exportable del jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

**Palabras clave:** Oferta exportable, exportación, innovación, procesos, desempeño, PBI.

## Abstract

Every organization, whether it belongs to the public or private sector, requires innovation in its processes, since it will ensure a strategic position in the market, in addition to facilitating the use of new opportunities, allowing the development of new markets and thus position itself in the consumer's mind.

In this sense, the motivation of the thesis is to determine how innovation capacity influences the exportable supply of organic ginger of the company Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021; the research approach was quantitative, applied, explanatory level, using scientific research, with non-experimental design. We worked with a trial sample of 15 management and administrative level collaborators; the applied technique was the survey, as an instrument we used a digital questionnaire consisting of 15 closed questions, with multiple choice answers (Likert scale). The analysis, interpretation and contrast of the results were carried out in a timely manner, which allowed us to obtain the conclusions and recommendations, which as thesis students and authors are made available to the national and international academic and university community, as well as to society.

Finally, the validity of the general hypothesis of the research is demonstrated; there is an influence of innovation in the exportable supply of organic ginger of the company Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

**Key words:** Exportable supply, export, innovation, processes, performance, GDP.

## **Introducción**

La importancia de las exportaciones para el desarrollo de una localidad es indiscutible, ya que, permite aprovechar ventajas competitivas, a la vez que promueve la generación de empleo, incrementando los índices económicos y contribuyendo a promover un efecto multiplicador en la economía del país. Al respecto, en el 2021, las exportaciones en el Perú se incrementaron un 42.05% respecto al 2020, representando ello el 27,95% del PBI.

En ese sentido, la motivación de la tesis es determinar de qué manera influye la capacidad de innovación en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021, teniendo en cuenta que la exportación de productos agrícolas no tradicionales como mangos, mangostanes, arándanos, jengibre, actualmente se encuentran en crecimiento en comparación al año anterior pese a las incidencias en el sector agropecuario como consecuencia de la coyuntura política.

La tesis se encuentra sistematizada en capítulos, cada uno con aportes sustanciales que enriquecen la investigación. En tal sentido, en el capítulo I se plantea y se describe el problema general y los problemas específicos, como también los objetivos para luego pasar por la justificación teórica, práctica y metodológica. En el capítulo II se desarrolla el marco teórico y conceptual, en el que se determinan los antecedentes y se analizan las bases teóricas de la investigación, en el capítulo III, se identifica las variables y la operacionalización de las mismas, en el capítulo IV se desarrolla la metodología de la investigación, determinando el tipo y diseño, como también la población y muestra, asimismo, la técnica para la recolección de datos, la descripción de los instrumentos para el manejo de información, así como la validez y confiabilidad del instrumento de investigación, finalmente en el capítulo V, se analiza los resultados de la investigación, desarrollando la interpretación y

presentación de los datos obtenidos representados en tablas, figuras, así también se desarrolla la discusión de resultados, obteniendo las conclusiones para luego plantear recomendaciones, seguida de los anexos en donde se detalla la matriz de consistencia, fichas de validación por parte de expertos en la materia y el organigrama de la empresa analizada en la tesis.

## **Capítulo I: Planteamiento del estudio**

### **1.1. Delimitación de la investigación**

#### **1.1.1. Territorial**

La tesis se desarrolló en el ámbito espacial en la Región Junín tomando como referencia a la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. puesto que, se ha delimitado espacialmente esta región por poseer 3 zonas distinguidas; siendo la primera el Valle del Mantaro que cuenta con un clima seco formando parte de éste las provincias (Jauja, Concepción, Huancayo y Chupaca); el Alto andino, con el clima frígido con las provincias (Oroya, Junín y parte de Tarma) y, por último, la Selva Central teniendo el clima tropical adecuado para la cosecha de la mayoría de productos agropecuarios como el Jengibre siendo nuestro objetivo a investigar, formando parte de estas zonas las provincias de Chanchamayo, Satipo y Pichanaqui.

#### **1.1.2. Temporal.**

Para el análisis de la tesis se fijó temporalmente el periodo del año 2021, durante ese tiempo se investigó y alcanzó la información precisa para proceder a desarrollar la investigación de esta manera se presenta el informe con datos verídicos.

#### **1.1.3. Conceptual.**

Para el desarrollo de la tesis se consideró diversas fuentes bibliográficas de primera mano, tesis de pregrado y posgrado a nivel nacional e internacional especializados en temas relacionados con las variables de estudio de la investigación. Las fuentes utilizadas que brindan sustento al marco teórico de la investigación son: El comercio exterior y el desarrollo Agroindustrial en el Perú (2000-2012); El jengibre y su relación con el comercio exterior en la economía peruana 2010-2019; “El impacto de las estrategias de competitividad en las exportaciones del jengibre peruano, período

2015-2020)”; “Exportación de jengibre fresco orgánico al mercado de Berlín, Alemania”; “La competitividad de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín – 2019” y “Factores Limitantes y Oportunidades para la Exportación de Jengibre en la región de Junín en el periodo 2013 - 2017”.

Algunas de las otras fuentes utilizadas que sustentan el marco teórico de nuestro trabajo de investigación son, en primer lugar, el libro “Economía” (Ávila, 2006) quien formula el concepto, significado e importancia de la variable de oferta exportable tanto para empresas que incursionan en los negocios internacionales como para los países que promueven su uso.

Respecto a capacidad de innovación, utilizaremos los conceptos teóricos de (Bravo & Herrera, 2009) quienes conceptualizan el proceso de innovación como aquella capacidad que proporciona el potencial involucre distintas capacidades o procesos de la empresa. A su vez, Damanpour (1991) la define como la adopción de nuevas ideas y conceptos por parte de la entidad, representando un medio de cambio en respuesta a los cambios del entorno.

## **1.2. Planteamiento del problema**

Luego la crisis provocada por la pandemia del 2020, se produjo un importante repunte de los volúmenes del comercio en bienes y servicios. Según la (OMC, 2022), las “regiones registraron un crecimiento de las exportaciones inferior al promedio mundial del 9,8%, con excepción de Asia, cuyas exportaciones aumentaron un 13,8%, caso contrario de las importaciones: América del Norte, América del Sur, la CEI y Asia experimentaron un crecimiento superior a la media.” (p. 5)

**Figura 1.**

*Volumen del comercio de mercancías y PIB real, 2018-2023a*

Variación porcentual anual						
	2018	2019	2020	2021	2022P	2023P
<b>Volumen del comercio mundial de mercancías<sup>b</sup></b>	3,0	0,2	-5,0	9,8	3,0	3,4
<b>Exportaciones</b>						
América del Norte	3,8	0,3	-8,8	6,3	3,4	5,3
América del Sur <sup>c</sup>	-0,9	-1,2	-4,6	6,8	-0,3	1,8
Europa	1,8	0,6	-7,8	7,9	2,9	2,7
CEI <sup>d</sup>	4,0	-0,3	-1,2	1,4	4,9	2,8
África	3,1	-0,3	-7,5	5,1	1,4	1,1
Oriente Medio	4,6	-1,9	-9,3	7,3	11,0	2,9
Asia	3,7	0,9	0,5	13,8	2,0	3,5
<b>Importaciones</b>						
América del Norte	5,1	-0,6	-6,1	12,6	3,9	2,5
América del Sur <sup>c</sup>	4,8	-1,7	-11,2	25,8	4,8	3,1
Europa	1,9	0,3	-7,3	8,1	3,7	3,3
CEI <sup>d</sup>	4,0	8,3	-5,5	10,7	-12,0	-5,2
África	5,4	3,0	-11,8	4,2	2,5	3,9
Oriente Medio	-4,1	5,2	-9,8	5,3	11,7	6,2
Asia	5,0	-0,4	-1,0	11,1	2,0	4,5
<b>PIB real a tipos de cambio de mercado</b>						
América del Norte	3,2	2,5	-3,4	5,7	2,8	3,2
América del Sur <sup>c</sup>	2,8	2,1	-3,8	5,5	2,9	2,1
América del Sur <sup>c</sup>	0,4	-0,5	-6,8	6,3	1,9	2,7
Europa	2,0	1,7	-5,9	5,8	2,3	2,5
CEI <sup>d</sup>	3,1	2,4	-2,5	4,6	-7,9	-0,1
África	3,2	3,0	-2,5	4,6	3,2	3,9
Oriente Medio	0,9	0,4	-4,5	2,8	3,4	3,8
Asia	4,9	4,0	-0,9	6,1	3,8	4,7
<b>Pro memoria: países menos adelantados (PMA)</b>						
Volumen de las exportaciones de mercancías	5,1	-0,2	-2,1	4,9	3,5	3,8
Volumen de las importaciones de mercancías	5,0	2,7	-11,3	9,5	6,6	8,9
PIB real a tipos de cambio de mercado	4,6	5,0	0,5	1,3	3,7	5,8

a Las cifras correspondientes a 2022 y 2023 son proyecciones.  
b Promedio de las exportaciones e importaciones.  
c Comprende América Central y del Sur y el Caribe.  
d Comprende la Comunidad de Estados Independientes (CEI), incluidos determinados antiguos

Fuente. Tomado de (OMC, 2022)

Según la tabla 1, las previsiones del crecimiento del volumen de las exportaciones en el 2022 serán del 3,4% en América del Norte, mientras que, en América del Sur, el -0,3%, en Europa el 2,9%, 1,4 en África, el 11,0% en Oriente Medio y el 2,0% en Asia. Asimismo, en la actividad de las importaciones, el crecimiento será del 3,9% en América del Norte, en América del Sur 4,8%, 3,7 en Europa, en África el 11,7%, y 2,0% en Oriente Medio y Asia, los costos del comercio aumentarían a corto plazo como consecuencia de las sanciones, las restricciones a la exportación, los costos de la energía y las perturbaciones del transporte causadas por la COVID-19.

Ante este crecimiento (López, Ramos, & Torre, 2009), mencionan que, en la actualidad, la innovación se ha convertido en un recurso importante para la continuidad y la

diferenciación de los servicios que cada país comercializa o exporta; no obstante, el éxito de la innovación va a depender de la gestión efectiva de la entidad empresarial.

Es por ello que, las empresas toman esfuerzos en términos de innovación con el fin de tener una mejor posición en el mercado doméstico e internacional, previa inversión en Investigación y Desarrollo (I+D), siendo más competitivo; ya que, la innovación no solo permite diversificar productos y tener cobertura de sus mercados, sino que también, permite la introducción en mejoras para los procesos productivos y la calidad del producto ofertado al consumidor. (Rojo, Padilla, & Riojas, 2019)

Pues, la aplicación de la innovación es fundamental en una entidad ya que puede llegar a incidir en la manera que las empresas ofrecen sus servicios en beneficio del cliente o para la toma de decisiones, reduciendo los costos de producción y transporte además de mejorar la calidad de los productos y precios en el mercado, además de conseguir la flexibilidad y la capacidad de adaptarse al entorno globalizado, como una institución gubernamental. (Resico, 2010), menciona que la flexibilidad se sustenta en la “eliminación de todo tipo de obstáculos para los mecanismos de mercados encargados de asignar el trabajo en cuanto precio y empleo” (p. 38), además la capacidad de adaptación.

Pues es así que, durante la pandemia, según (COMEXPERU, 2022), la recuperación económica en el 2021 favoreció al sector agroexportador, sobre todo para las exportaciones de productos no tradicionales, alcanzando un valor de US\$ 7,987 millones en 2021, significando un crecimiento del 18.1% con respecto al año anterior.

**Figura 2.**

*Evolución de las agroexportaciones no tradicionales*



Fuente. Tomado de Comex (2021).

Es importante mencionar además que, Estados Unidos y Países Bajos se posicionaron como los principales mercados de destino de las agroexportaciones peruanas de productos no tradicionales (US\$ 2,727 millones, +11.7%) y (US\$ 1,336 millones, +20.4%) respectivamente, pues concentraron el 50.9% del total.

De hecho, el Perú es reconocido por poseer una gran biodiversidad natural en cuanto productos agrícolas, otorgando la capacidad de ofrecer alimentos únicos y exquisitos a mercados internacionales. precisamente, según (MIDAGRI, 2020), las exportaciones agropecuarias muestran una importante estacionalidad en su comportamiento sobre todo aquellos que son productos frescos.

A consecuencia de las medidas cuarentenarias, las cifras declinaron hasta US\$421 millones, en el mes de abril del 2020; se agudizó la caída de las exportaciones con un valor de US\$338 millones, durante el mes de junio, el retorno del ciclo regular de las exportaciones agropecuarias incrementó casi 15% respecto al mes de mayo del año anterior.

Los principales mercados de destinos se encontraron ubicados en Europa y América del Norte, la Unión Europea representando el 36% de las exportaciones totales en promedio con una tasa de crecimiento de 0,8% durante el primer semestre de 2020, Estados Unidos representando el 30,5% en promedio del total exportado con una tasa de crecimiento del 0,9%, sobre todo en productos como frutas y hortalizas.

**Figura 3.**

*Perú, exportaciones enero – junio (millones de US\$ - FOB).*

	2018*	2019*	2020*	Variación (%) 2020*/2019*	Participación (%)
<b>TOTAL MUNDO</b>	<b>2 979</b>	<b>3 116</b>	<b>3 037</b>	<b>-2,5%</b>	<b>100,0%</b>
ESTADOS UNIDOS	746,8	918,6	926,7	0,9%	30,5%
HOLANDA	526,2	483,4	533,4	10,3%	17,6%
ESPAÑA	193,9	186,6	215,3	15,4%	7,1%
ECUADOR	154,1	153,1	131,3	-14,2%	4,3%
INGLATERRA	125,3	130,9	112,2	-14,3%	3,7%
COLOMBIA	83,4	93,6	104,2	11,3%	3,4%
CHILE	99,0	102,1	101,7	-0,4%	3,3%
CHINA	150,2	128,8	77,7	-39,7%	2,6%
HONG KONG	55,6	64,2	72,0	12,1%	2,4%
CANADÁ	57,2	64,0	70,0	9,5%	2,3%
ALEMANIA	88,8	86,3	69,0	-20,1%	2,3%
MÉXICO	58,6	64,4	62,1	-3,6%	2,0%
BÉLGICA	62,3	44,8	58,9	31,3%	1,9%
COREA DEL SUR	87,6	52,4	52,6	0,4%	1,7%
RUSIA	27,2	31,1	46,0	48,1%	1,5%
JAPÓN	39,5	46,4	42,7	-8,1%	1,4%
FRANCIA	48,7	50,7	35,0	-30,8%	1,2%
BOLIVIA	27,2	32,0	26,8	-16,1%	0,9%
PANAMÁ	19,7	28,5	25,5	-10,5%	0,8%
ITALIA	39,2	53,1	24,6	-53,6%	0,8%
BRASIL	24,9	34,0	24,0	-29,3%	0,8%
HAÍTI	24,7	23,7	14,6	-38,5%	0,5%
AUSTRALIA	12,5	13,8	10,7	-22,3%	0,4%
POLO니아	6,5	7,7	9,4	22,1%	0,3%
ARGENTINA	11,0	7,5	9,4	25,0%	0,3%
REP. DOMINICANA	13,2	16,2	9,0	-44,7%	0,3%
TAIWAN	6,1	6,8	7,4	9,5%	0,2%
INDONESIA	7,8	18,2	6,7	-63,4%	0,2%
SUECIA	7,7	10,0	6,4	-36,4%	0,2%
TAILANDIA	8,9	9,4	5,7	-39,5%	0,2%
OTROS PAÍSES	164,7	153,6	145,8	-2,5%	4,8%

(\*) Período Enero-Junio

Fuente: SUNAT

Fuente. Tomado de (MIDAGRI, 2020).

Los mercados donde se incrementaron las exportaciones representan el 69,3% de las exportaciones peruanas al mundo. En primer lugar, se destaca Rusia, registrando 48,1% de crecimiento, es decir US\$46 millones, debido a la producción de la palta fresca, uva fresca, mangos frescos y café en grano; también Bélgica con 31,3% con US\$58,9 millones con las exportaciones de café, así como las de mango fresco y congelado, banano, palta fresca, espárrago congelado, etc. (MIDAGRI, 2020).

**Figura 4.**

*Perú: Exportaciones a mercados crecientes enero-junio (millones de US\$ - FOB)*

	2018*	2019*	2020*	Variación (%) 2020*/2019*	Participación (%)
<b>TOTAL MUNDO</b>	<b>2 979</b>	<b>3 116</b>	<b>3 037</b>	<b>-2,5%</b>	<b>100,0%</b>
RUSIA	27,2	31,1	46,0	48,1%	1,5%
BÉLGICA	62,3	44,8	58,9	31,3%	1,9%
ARGENTINA	11,0	7,5	9,4	25,0%	0,3%
POLONIA	6,5	7,7	9,4	22,1%	0,3%
ESPAÑA	193,9	186,6	215,3	15,4%	7,1%
HONG KONG	55,6	64,2	72,0	12,1%	2,4%
COLOMBIA	83,4	93,6	104,2	11,3%	3,4%
HOLANDA	526,2	483,4	533,4	10,3%	17,6%
TAIWAN	6,1	6,8	7,4	9,5%	0,2%
CANADÁ	57,2	64,0	70,0	9,5%	2,3%
ESTADOS UNIDOS	746,8	918,6	926,7	0,9%	30,5%
COREA DEL SUR	87,6	52,4	52,6	0,4%	1,7%

*Fuente.* Tomado de (MIDAGRI, 2020)

Mientras que, en Junín, según (MINCETUR, 2021), la economía se basa en la minería y en el agro, siendo el 3° productor de plata y plomo, mientras que, en agro, la producción se basa en 1° en jengibre, piña, naranja y 2° de cacao y café, según la figura 4.

Figura 5.

Junín: Exportaciones por sectores (US\$ Miles)

Junín: Exportaciones por Sectores (US\$ Miles)								
Part. % (I)	Descripción	Anual			Var % 20/19	Enero - Junio		Var % 21/20
		2018	2019	2020		2020	2021	
<b>84,0%</b>	<b>Minero</b>	<b>861 717</b>	<b>829 656</b>	<b>976 352</b>	<b>18%</b>	<b>416 507</b>	<b>579 880</b>	<b>39%</b>
75,1%	Cobre	630 560	715 087	901 654	26%	380 257	497 195	31%
3,6%	Zinc	100 690	62 054	28 803	-54%	11 855	32 054	170%
3,4%	Conc. Plata	22 552	4 384	10 340	136%	1 878	37 250	1884%
1,1%	Plomo	67 110	17 418	25 338	45%	18 535	7 881	-57%
0,9%	Oro	40 805	30 710	10 218	-67%	3 983	5 501	38%
<b>15,7%</b>	<b>Aeropecuario (TINT)</b>	<b>93 544</b>	<b>103 391</b>	<b>199 623</b>	<b>93%</b>	<b>49 399</b>	<b>63 028</b>	<b>28%</b>
7,3%	Jengibre [2]	32 483	34 080	97 671	187%	28 570	29 520	3%
6,3%	Café	42 736	51 219	75 049	47%	11 714	21 531	84%
0,6%	Cacao/derivados	4 857	6 110	6 780	11%	2 275	3 670	61%
0,5%	- Cacao en grano	4 002	4 239	5 243	24%	1 583	2 749	74%
0,0%	- Cacao en polvo	452	1 185	596	-50%	299	273	-9%
0,0%	- Chocolate	10	25	310	1123%	163	339	108%
0,0%	- Pasta de cacao	111	176	329	86%	88	158	79%
0,0%	- Manteca de cacao	282	484	302	-38%	141	149	5%
0,4%	Frutas	3 624	3 271	5 487	68%	1 611	1 900	18%
0,2%	- Piña [2]	624	666	1 829	175%	691	1 083	57%
0,2%	- Naranja [2]	1 237	1 897	2 224	17%	139	96	-31%
0,0%	- Mango	120	55	300	450%	291	379	30%
0,0%	- Banana orgánica	4	17	335	1915%	8	14	70%
0,4%	Cúrcuma	1 638	2 301	4 542	97%	1 099	1 741	58%
0,3%	Hortalizas/legumbres	4 464	3 138	4 761	52%	2 277	1 806	-21%
0,2%	- Maíz	1 724	1 508	3 198	112%	1 403	1 374	-2%
0,0%	- Chips orgánicos de papa	329	337	257	-24%	38	90	140%
0,0%	- Haba	495	453	360	-21%	259	176	-32%
0,0%	- Frijoles	-	110	119	8%	47	130	177%
0,1%	Quinua	22	235	1 316	461%	314	634	102%
0,1%	Harina de maca	793	945	952	1%	337	451	34%
0,1%	Musgo	491	742	683	-8%	265	374	41%
0,0%	Lana	215	-	126	-	54	435	706%
0,0%	Harina de lúcuma	161	192	354	85%	157	80	-49%
0,0%	Yacón	383	269	278	3%	182	173	-5%
<b>0,1%</b>	<b>Textil</b>	<b>713</b>	<b>1 110</b>	<b>1 350</b>	<b>22%</b>	<b>309</b>	<b>626</b>	<b>102%</b>
0,1%	Prendas de vestir	659	873	665	-24%	69	211	208%
0,0%	- De lana y pelo fino	529	521	362	-30%	16	140	763%
0,0%	Mantas de lana y pelo fino	53	126	462	267%	54	244	352%
<b>0,1%</b>	<b>Forestal</b>	<b>1 632</b>	<b>2 269</b>	<b>1 067</b>	<b>-53%</b>	<b>440</b>	<b>332</b>	<b>-24%</b>
0,1%	Madera aserrada	1 626	2 268	970	-57%	440	332	-24%
<b>0,1%</b>	<b>Otros</b>	<b>582</b>	<b>1 792</b>	<b>740</b>	<b>-59%</b>	<b>118</b>	<b>396</b>	<b>236%</b>
<b>100%</b>	<b>Exportación Total</b>	<b>958 187</b>	<b>938 217</b>	<b>1 179 132</b>	<b>26%</b>	<b>466 774</b>	<b>644 262</b>	<b>38%</b>
<b>10%</b>	<b>No Tradicional (NT)</b>	<b>53 519</b>	<b>57 343</b>	<b>127 606</b>	<b>123%</b>	<b>38 499</b>	<b>42 416</b>	<b>10%</b>
<b>90%</b>	<b>Tradicional (T)</b>	<b>904 668</b>	<b>880 874</b>	<b>1 051 526</b>	<b>19%</b>	<b>428 275</b>	<b>601 845</b>	<b>41%</b>
	N° de Subpartidas	237	247	218	-12%	143	185	29%

Fuente. Tomado de (MINCETUR, 2021)

Según (El Comercio, 2021), el jengibre más conocido como (kion) alcanzó niveles de exportación con US\$106 millones para fines del 2020, teniendo un crecimiento de 156% y un volumen de 50 mil toneladas, lo que lleva que el producto peruano tenga aceptación en mercado internacional por la calidad y precio que contiene, además de, contener diversos tipos de jengibre como; orgánico, convencional fresco y deshidratado con una producción de 32.500 TN, 15.400 TN y 2.000 TN, respectivamente.

Asimismo, de acuerdo al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MIDAGRI], en cuanto al jengibre sin triturar ni pulverizar con subpartida arancelaria 0910.11.00.00, el Perú es el cuarto exportador mundial y sexto de mayor rendimiento por hectárea a nivel mundial y esto obedece a las propiedades medicinales, sobre todo, en tiempo de la COVID-19, como la mejora en la digestión, el reflujo gastroesofágico y elimina la pesadez de la comida, además de, disminuir la tos, bronquitis y otras enfermedades respiratorias como también la probabilidad de sufrir enfermedades cardíacas, es más, señala que el 90% de este producto se cultiva en la Región Junín, por razones que posee las condiciones ecológicas necesarias para su cosecha, en las provincias como en Chanchamayo y Satipo, específicamente, en distritos como; Pichanaki, Satipo, San Martín de Pangoa y Mazamari.

La empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. se dedica a la exportación de productos no tradicionales como el jengibre orgánico fresco, que, con el uso de maquinarias de última generación cumpliendo con estándares de calidad HACCP/ISO para el cliente nacional e internacional, ha sido reconocido a nivel local y regional.

**Figura 6.**

*Exportaciones de Agroindustrias JAS E.I.R.L. – 2020.*

**EXPORTADOR:** 4 - 20543733769 - AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.  
**PERIODO:** TODO EL AÑO 2020

**ADUANA:** TODAS LAS ADUANAS

Páginas: 1   2							1 a 10 de 15 <i>Siguiente</i>
LISTAR DUAS	EXPORTADOR	MES	AGENTE	ADUANA	PAÍS	FOB \$	
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Abril 2020	M&F INT´L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	252,735.00	
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Agosto 2020	M&F INT´L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	482,595.00	
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Diciembre 2020	M&F INT´L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	312,464.00	
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Enero 2020	M&F INT´L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	350,118.00	
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Febrero 2020	M&F INT´L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	614,200.00	
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Julio 2020	SALINAS & CASARETTO AGNTS.ASOC.ADUANA SA	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	114,983.50	
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Julio 2020	M&F INT´L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	237,750.00	
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Junio 2020	SALINAS & CASARETTO AGNTS.ASOC.ADUANA SA	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	81,000.00	
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Marzo 2020	M&F INT´L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	FRANCE	40,631.20	
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Marzo 2020	M&F INT´L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	557,840.00	

*Fuente:* Tomado de SUNAT, <http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itconsultadwh/ieITS01Alias>

Como se observa en la figura anterior, la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L., durante la actividad de exportación en el año 2020, el valor FOB oscila entre los \$ 614,200.00 en el mes de febrero y \$ 40,631.20 en el mes de marzo, ofertando diversos productos al mercado de Estados Unidos y Francia.

**Figura 7.**

*Exportaciones de Agroindustrias JAS E.I.R.L. - 2021*

EXPORTADOR: 4 - 20543733769 - AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.  
 PERIODO: TODO EL AÑO 2021

ADUANA: TODAS LAS ADUANAS

LISTAR DUAS	EXPORTADOR	MES	AGENTE	ADUANA	PAÍS	FOB \$
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Abril 2021	M&F INT'L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	191,488.00
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Agosto 2021	M&F INT'L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	271,144.00
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Diciembre 2021	LIP ADUANAS S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	1,072,320.00
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Febrero 2021	M&F INT'L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	107,644.00
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Julio 2021	M&F INT'L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	297,042.00
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Junio 2021	M&F INT'L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	121,948.00
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Marzo 2021	M&F INT'L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	38,400.00
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Mayo 2021	M&F INT'L CUSTOM SAC	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	141,342.00
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Noviembre 2021	AGENCIA DE ADUANA SION S.A.C.	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	360,400.00
<a href="#">LISTAR</a>	20543733769-AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	Noviembre 2021	LIP ADUANAS S.A.	MARITIMA DEL CALLAO	UNITED STATES	483,942.00

Fuente: Tomado de SUNAT, <http://www.aduanet.gob.pe/cl-ad-itconsultadwh/ieITS01Alias>

En la figura 7, la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L., durante el 2021 las exportaciones con valor FOB oscila entre los \$ 38,400.00 en el mes de marzo y \$1,072,320.00 en el mes de diciembre siendo el principal mercado, Estados Unidos.

Es por ello, que las investigaciones acerca del jengibre del departamento de Junín, se encuentran en una fluctuación de crecimiento en la actividad de la exportación en cuanto valores y cantidades, sin embargo, no existe investigaciones acerca de la capacidad de innovación en dicha actividad del producto jengibre, por lo que la tesis pretende conocer y explicar en base a hechos la influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable del jengibre de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín durante el año 2021.

### **1.3. Formulación del problema**

#### **1.3.1. Problema general.**

¿De qué manera influye la capacidad de innovación en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021?

#### **1.3.2. Problemas específicos.**

P.E.1. – ¿Cuál es la relación entre la capacidad de desarrollo de producto en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021?

P.E.2. – ¿De qué manera influye la capacidad estratégica en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021?

P.E.3. – ¿De qué manera influye la capacidad tecnológica en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021?

## **1.4. Objetivos de la Investigación**

### **1.4.1. Objetivo general.**

Determinar de qué manera influye la capacidad de innovación en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

### **1.4.2. Objetivos específicos.**

O.E.1. – Determinar de qué manera influye la capacidad de desarrollo de producto en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

O.E.2. – Determinar de qué manera influye la capacidad estratégica en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

O.E.3. – Determinar de qué manera influye la capacidad tecnológica en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

## **1.5. Justificación de la investigación**

### **1.5.1. Justificación teórica.**

Considerando la existencia de diferentes estudios y análisis de los productos no tradicionales en el ejercicio de la exportación con una consolidación metódica se realiza esta investigación con enfoque teórico y sustentado con la finalidad de facilitar el conocimiento y manejo de las influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable del producto mencionado anteriormente, determinando así, la gestión que conlleva para la producción y comercialización a mercados internacionales obteniendo una balanza comercial positiva.

### **1.5.2. Justificación práctica.**

Los resultados de la tesis permitirán identificar cuál es la influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable del jengibre durante el año 2021, en la empresa Agroindustrias JAS E.IR.L. y en base a ello tener conocimiento de las medidas de acción para poner en práctica procesos que coadyuven a innovar integrando colaboradores y clientes para generar nuevas ideas y/o modelos de negocio de manera eficiente y eficaz.

Además, esta investigación servirá como referencia para futuras investigaciones relacionadas al sector; a su vez, repercutirá en la mejora de una gestión para quienes se dedican a la producción agroexportadora y tener el manejo adecuado y eficiente ante situaciones imprevistas que podrían afectar al ejercicio de la exportación.

### **1.5.3. Justificación metodológica.**

La tesis se desarrolló bajo un proceso metodológico, teórico, ordenado y sistematizado, mencionados, determinando la problemática, objetivos e hipótesis, estableciendo la operacionalización de las variables y la jerarquización de ellos efectuando un análisis explicativo, a través de un cuestionario de opción múltiple aplicado a los directivos administrativos de la entidad analizada

## Capítulo II: Marco teórico

### 2.1. Antecedentes del problema

#### 2.1.1. Artículos científicos.

Según Cisneros, (2015), el comercio exterior y el desarrollo agroindustrial en el Perú (2000-2012); el objetivo del presente artículo fue el de realizar una evaluación entre el comportamiento del comercio exterior en el contexto de la economía nacional y la relación de esta con el crecimiento y el desarrollo de la agroindustria durante el período comprendido entre el año 2000 – 2012. Con el fin de llegar a dicho propósito se estableció la interrelación entre la evolución del comercio exterior y el comportamiento del sector agroindustrial, en especial, centrar el foco en el segmento agroexportador. Por ello, realizaron el contraste entre el crecimiento de la agroindustria y el desarrollo del comercio exterior nacional durante los años 2000 al 2012; realizaron un estudio pretérito de la conducta del comercio exterior peruano y de los factores más primordiales que han determinado la inclinación de la transformación dentro de la agroindustria en ese tiempo. Finalmente, la averiguación permitió diagnosticar el impacto de la internacionalización indicando que la fortaleza del sector agroindustrial se dará mientras se pongan en marcha una secuencia de estrategias que permitan a los inversionistas llegar a mejores niveles competitivos y así poder explotar las diversas oportunidades que se generan gracias a esta apertura de la economía global.

Según Cisneros, Lavado, Estancio, & Carhuallanqui, (2021), el jengibre y su relación con el comercio exterior en la economía peruana 2010-2019. El presente artículo tuvo como objetivo determinar la influencia de la exportación del jengibre y su relación con el comercio exterior en la economía peruana durante el período 2010

– 2019; para ello se analizó el desenvolvimiento de las exportaciones del jengibre, así como su tendencia, relacionándolo con el comportamiento del Producto Bruto Interno y del PBI Agropecuario. El estudio de nivel descriptivo y correlacional evaluó la significativa relación entre indicadores, haciendo uso de métodos deductivo e inductivo. Luego del análisis correspondiente, se logró determinar una alta correlación entre las exportaciones del jengibre y las exportaciones totales así, como también con las exportaciones no tradicionales; de manera similar, una alta relación con el crecimiento de nuestra economía. Finalmente, se concluye que la exportación del jengibre constituye un factor importante en el crecimiento del comercio exterior en la economía nacional.

Para Acosta Prado & Fischer, (2013), condiciones de la gestión del conocimiento, capacidad de innovación y resultados empresariales. El presente artículo tuvo como objetivo construir un modelo explicativo de las relaciones entre las condiciones de la gestión del conocimiento y la capacidad de innovación y a su vez el efecto sobre los resultados empresariales. Todo ello parte tanto de las condiciones internas dónde se analiza el ambiente interno, tecnologías de información, propósito estratégico y las condiciones externas dónde se analiza el entorno competitivo según el rubro empresarial, todo ello para obtener un proceso de desarrollo y obtención de resultados. Se analiza el concepto de capacidad de innovación y se propone una definición amplia para que el conocimiento evolucione dentro de la organización y su influencia sobre la capacidad de innovación. Luego del análisis respectivo se logró identificar que las condiciones de la gestión del conocimiento favorecen la capacidad que tienen las empresas para innovar. Por otro lado, se pudo identificar que el entorno competitivo, considerado un criterio externo, repercute sobre la gestión innovadora de las empresas y del mismo modo sobre el logro de resultados.

Larrea, Ugaz, & Flórez, (2018), el sistema de Agronegocios en el Perú: De la Agricultura familiar al negocio Agroalimentario. El objetivo de este artículo fue analizar el sistema de agronegocios del Perú con el fin de distinguir las causas, los procesos, los instrumentos y los mecanismos que han permitido que la agricultura familiar se transforme en un negocio agroalimentario. La estructuración empresarial permitió el desarrollo de esta actividad económica en los últimos veinte años, contribuyendo en convertir a nuestro país en una gran potencia alimentaria a nivel mundial, ya que han tecnificado la agroindustria y se han abierto el paso en mercados internacionales, actualmente, después de la minería se encuentra la agroindustria cómo segunda actividad económica con mayor rentabilidad. Después de desarrollado el presente artículo se llega a la conclusión de que los agronegocios en el Perú enlazan diferentes procesos entre los sectores productivos, estos se pueden dividir, de acuerdo con la fase involucrada, en sectores agro productivo, agroindustrial, agroexportador y agro comercial. Estos sectores se verían fortalecidos por la implementación de estrategias agronómicas y comerciales, como una eficaz gestión ambiental, la actualización de avances para la gestión tecnológica, el desarrollo de una cultura de soporte a la gestión de calidad y el impulso académico a la gestión empresarial. Así mismo, el sistema se terminaría de consolidar por la promoción de la asociatividad, el impulso de la competitividad, la capacitación en temas de inocuidad y la difusión de las ventajas de la sostenibilidad, procesos complejos pero que requieren la mayor atención. También se debe alentar la mejora en las tasas de productividad, el aumento en la disponibilidad alimentaria, la optimización de la trazabilidad y el incremento en la rentabilidad de las operaciones, factores que garantizarían la consolidación del sistema. Finalmente, se debe apoyar firmemente el fomento a la investigación, el impulso a la innovación, el correcto manejo de la información y el uso de la

inteligencia comercial, todas ellas constituyen herramientas para el desarrollo del sector. En consecuencia, el crecimiento acelerado del sector agroalimentario trae consigo la necesidad de un complejo proceso de articulación entre los factores que lo conforman.

### **2.1.2. Tesis nacionales e internacionales.**

Lima, Perú. Gómez, (2021), “El impacto de las estrategias de competitividad en las exportaciones del jengibre peruano, período 2015-2020)”, para obtener el título de Licenciada en Negocios Internacionales. La citada tesis tuvo el objetivo de determinar la influencia de las estrategias competitivas en las exportaciones del jengibre peruano, durante el periodo 2015 – 2020. La metodología que se utilizó fue la de tipo aplicada con enfoque cuantitativo. Para el estudio de los datos que se obtuvieron, se utilizó el procedimiento estadístico. La idea fundamental ha sido probar que el impacto de las estrategias competitivas en las exportaciones del jengibre peruano durante el periodo 2015 – 2020 han sido favorables para el Perú. Para poder ser objetivos con el estudio, se tuvieron que organizar los datos de la operacionalización de las variables como las estrategias competitivas con sus dimensiones que incluyen a las estrategias de precio, estrategia de diferenciación, estrategia de posicionamiento y la exportación con sus respectivos indicadores que incluyen al valor FOB de exportación y volumen de exportación, también se consideró el precio de exportación. Finalmente, la principal conclusión ha sido que las estrategias competitivas y la exportación del jengibre durante el periodo 2015 – 2020 han sido favorables para el desarrollo económico del Perú. Esto se manifiesta en el precio del jengibre, el posicionamiento del mismo, el valor FOB de la exportación y el volumen de la exportación que aportaron para que el producto tenga una tendencia favorable de

consumo en el mercado internacional y del mismo modo brindando oportunidad de crecimiento para los productores en el mercado nacional.

Lima, Perú. Arteaga & Llanque, (2021), “Producción y Exportación de Jengibre en la Región de Junín hacia el Mercado de EE. UU, 2016 – 2020”, para obtener el título profesional de Licenciada en Negocios Internacionales. La citada tesis tuvo el objetivo de poder determinar la evolución de la producción y exportación de jengibre en el mundo y específicamente desde la región Junín en Perú hacia el mercado de EE.UU., durante el período comprendido entre los años 2016 – 2020. Su metodología fue de nivel no experimental-descriptivo, aplicando la teoría en la práctica. Los resultados señalaron que China es el mayor exportador de jengibre fresco a nivel mundial respecto al Perú, pues ha ido creciendo anualmente en los últimos 5 años, además que en el año 2020 como producto de la pandemia del COVID-19, el consumo del jengibre se incrementó exponencialmente a nivel global debido a sus propiedades para el fortalecimiento del sistema inmunológico y por la gran cantidad de antioxidantes que posee, por lo cual, entre enero y septiembre de ese año el Perú produjo 14,600 toneladas, concluyendo en que los resultados reflejan la enorme acogida que ha tenido en el mercado internacional los últimos años.

Lima, Perú. Quispe, (2017), “Exportación de jengibre fresco orgánico al mercado de Berlín, Alemania”, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración de Negocios Internacionales. La citada tesis tuvo el objetivo de determinar la viabilidad y factibilidad de la exportación de jengibre fresco orgánico al mercado de Berlín, Alemania. La metodología que se aplicó para el desarrollo del proyecto de exportación es la investigación de las fuentes y entidades involucradas con el producto, procesos, normas técnicas y legales. Este plan de exportación se ha estructurado en seis capítulos, desarrollados en la estructura general del plan, su

estructura y sus objetivos, el plan de marketing internacional. La investigación de mercado que permitió elegir el país de destino Alemania; además el plan de logística internacional; enfocado en la cadena de distribución física, los aspectos del comercio exterior y finalmente el plan financiero. Asimismo, el estudio también le permitió considerar la evaluación social y ambiental, además de una medición del análisis de sensibilidad, para evaluar diversos escenarios de aspectos económicos. Finalmente, se concluye que la propuesta del plan de negocios ofrece un producto natural orgánico, lo cual lo hace más responsable con el medio ambiente y con los consumidores finales. Del mismo modo, debido a su gran demanda en el mercado europeo buscan convertirse en socios claves en Alemania para poder exportar este superfood y hacer de esto una práctica sustentable en el tiempo.

Huancayo, Perú. Pérez & Zárate, (2020), “La competitividad de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín – 2019” para obtener el título profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales. La citada tesis es una investigación de enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, de nivel descriptivo y de diseño no experimental. El objetivo de su desarrollo fue describir el nivel de competitividad de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín al 2019, utilizando para ello el método descriptivo. Se utilizaron como métodos específicos, el método de observación, el método comparativo y el método deductivo. La técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta. Finalmente, después del desarrollo de la investigación se afirma que, las empresas exportadoras de jengibre de Junín muestran competitividad, siendo entonces dicha investigación de suma importancia y justificable ya que a las empresas agroexportadoras les interesa conocer los puntos álgidos del proceso para mejorar diversos aspectos en sus empresas empresa y que estos cambios les puedan generar mayor rentabilidad.

Lima, Perú. Carrasco, (2018), “Factores Limitantes y Oportunidades para la Exportación de Jengibre en la región de Junín en el periodo 2013 - 2017”. Es una investigación de diseño no experimental con enfoque cuantitativo. El objetivo de su investigación fue determinar la relación que existe entre los factores limitantes y oportunidades para la exportación de jengibre en la región mencionada en el período 2013 al 2017; a su vez mencionan que las oportunidades que tiene el jengibre para su exportación en la región Junín son escasas ya que los agricultores y/o productores no cuentan con un negocio propio ni formal, no encuentran la ayuda necesaria en las entidades financieras o entidades del estado que le ayuden a emprender al exportar su producto y no tener que buscar un intermediario que lo haga por ellos y al final dejan sus productos a un precio muy inferior. Muchos productos agrícolas requieren un proceso adicional después de ser cosechado ya sea un lavado y seleccionado, o que se seque para ser comercializado como en el caso de la cúrcuma, por ejemplo. La falta de plantas procesadoras o el industrializar un sector o el cultivo mismo y manejo adecuado del producto requiere financiamiento y asesoramiento que es de difícil acceso para el productor. Pese a los factores en contra, existe la oportunidad de exportar el jengibre al mercado internacional con una buena gestión y asesoría en el proceso.

Lima, Perú. Coronel, (2017), “Factores que determinan la oferta exportable de uva fresca en el Perú: 2000 - 2015”. Es una investigación descriptiva y no experimental. La metodología que utilizó la autora fue un modelo econométrico de análisis de regresión múltiple en las que se incluyeron las variables como el precio de las exportaciones de uva fresca, índice de remuneración mínima vital, índice de tipo real multilateral y el coeficiente de inversión bruta fija. El objetivo de su investigación fue analizar los factores que determinan la oferta exportable de uva fresca en el Perú

durante el período comprendido entre el 2000 y el 2015. Durante la aplicación de la regresión se descartaron las variables precio de las exportaciones e índice de tipo real multilateral porque su significancia era mínima. De esta manera, los factores que realmente determinaron la oferta exportable de uva fresca en el Perú son el coeficiente de inversión bruta fija y el índice de remuneración mínima vital. En conclusión, debido a la gran demanda de este producto en el extranjero de deben agilizar y ejecutar proyectos de asesorías en tecnificación de sembrío e irrigación ya que en los últimos años las exportaciones agrarias muestran un comportamiento alentador y de gran crecimiento.

Guayaquil, Ecuador. Aguilar & López, (2014), “Estrategias para incrementar la oferta exportable ecuatoriana de cacao con certificación orgánica al mercado francés”. El método utilizado en el trabajo de investigación fue el deductivo, es decir de conclusiones generales para obtener explicaciones particulares, se realizó mediante un muestreo de la encuesta respectiva. El objetivo principal fue diseñar estrategias que influyan en el incremento de la oferta exportable del cacao orgánico a Francia. Dentro de las estrategias para este proyecto, el autor sugiere brindar todas las herramientas de producción a los agricultores para desarrollar mejor calidad en sus productos, asesoría especializada para ejecutar un adecuado sembrío tecnificado y el aprovechamiento al máximo de los insumos durante el proceso de producción, todo esto con el fin de ingresar al exigente mercado francés. Finalmente, pese a las dificultades en encontradas en la producción de cacao en esta localidad, existe un gran potencial que se puede sacar adelante con inversión y asesoría.

Riobamba, Ecuador. Niveló, (2021), “Obtención de un plástico biodegradable a partir del almidón de jengibre para uso en el embalaje de alimentos”. La investigación fue de tipo exploratoria ya que se basa en el estudio de la materia prima,

que en este caso es el jengibre, hasta la obtención del bioplástico que se procesa teniendo como base el almidón del jengibre. El objetivo principal fue obtener un bioplástico que sirva para envolver alimentos. Debido a que la autora de la presente investigación es experta en el tema de laboratorio, la elaboración del producto final fue un éxito ya que se obtuvo una pequeña muestra del producto final. Esto quiere decir que con mayor inversión y a mayor escala se podría replicar esta técnica que favorecería dentro de la cadena productiva y tendría gran impacto positivo en el medio ambiente.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Variable independiente: Capacidad de innovación**

Según algunas investigaciones que han indagado sobre los elementos clave que brindan apoyo a las empresas para obtener la capacidad de innovación han sugerido a los recursos y las competencias como componentes primordiales para la comprensión de la innovación. (Bravo & Herrera, 2009).

Para lograr ser competitivo a través de la innovación cada empresa debe apropiarse el proceso de innovación a sus particulares probabilidades de crecimiento e incorporación de conocimiento, es decir a su propia gestión innovadora. Esta disposición brinda la posibilidad de que el proceso de innovación sea positivo y pueda involucrar diversas capacidades o procesos de la organización.

Por otro lado, señalan que los nuevos productos son la fortaleza que promueve el cambio y la transformación a nivel organizacional. Esencialmente durante el avance las organizaciones identifican la manera de integrar el conocimiento tecnológico, científico y comercial de forma innovadora para que se genere nuevo conocimiento traducido en el producto final. (Ortega, García & Santos, 2012).

Del mismo modo, Damanpour (1991) en su escrito clásico infiere que el análisis de la innovación se puede realizar a nivel de la industria organizacional, empresarial e individual. En su caso, y bajo un planteamiento contingente, define a la innovación a nivel de empresa como la adopción de nuevas ideas y comportamientos por parte de la organización, que representan un medio de cambio en respuesta a las variaciones del entorno.

Según Rodas & Vilca, (2019), en su tesis “Relación entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador de Mypes Exportadoras de Pota 2018” nos indican que la capacidad de innovación como dimensión se relaciona primordialmente a la cultura empresarial de la organización, y que esta refleja la tendencia y aprobación que tiene hacia nuevos conceptos y sugerencias de desarrollo continuo.

Una organización encaminada hacia la originalidad valora mucho la transformación y hace hincapié a sus colaboradores en ser más creativos, intentar generar nuevas ideas, y decidirse a tomar riesgos (Augusto y Coelho, 2009).

Las conductas innovadoras ayudan al buen desarrollo de nuevos servicios y procesos tecnológicos. Para finalizar, los cambios innovadores producidos por la empresa fortalecen la cultura de capacidad de innovación. (Hurley y Hult, 1998).

### **2.2.2. Dimensiones de la variable independiente: Capacidad de innovación**

#### *A. Capacidad de desarrollo de producto*

La estrategia de desarrollo de nuevos productos es un término que abarca todas las actividades y procedimientos que se emplean cuando se ingresan en el mercado productos nuevos o se varían los existentes con la finalidad de perfeccionar los existentes, conseguir mayor rentabilidad y mejorar los beneficios. (Infinitia Industrial Consulting, 2021).

Se trata de un grupo de actividades, proyectos y acciones que se adaptan en diversas fases del período de vida durante la elaboración de un producto para insertarlo en el mercado, sostener su crecimiento y afianzar su competitividad.

La táctica de desarrollo de productos es decisiva, ya que se fundamenta en la indagación y el análisis del mercado para desarrollar un plan. El triunfo en las estrategias de desarrollo de productos exige perspectivas principalmente mejoradas para estructurar el procedimiento de desarrollo, reducir los residuos y proporcionar de productos que complazcan las necesidades de los clientes atendiendo los requerimientos del mercado.

Del mismo modo, Rodas & Vilca, (2019), en su tesis “Relación entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador de Mypes Exportadoras de Pota 2018” nos indican que la facultad de desarrollo del producto involucra aquella habilidad de una organización para desarrollarse velozmente y sacar nuevos productos para la exportación, los mismos que deben de ser desarrollados con el tiempo y perfeccionar sus peculiaridades constantemente conforme a las nuevas preferencias del mercado. Dado a que la invención debe otorgarse durante todo el ciclo de vida de una empresa, estas deben poseer una estructura que promueva una mayor cantidad de productos en desarrollo.

#### *B. Capacidad estratégica*

Se entiende por capacidad estratégica la suficiencia de proponer la táctica apropiada a las demandas del entorno y del mismo modo, en simultáneo, la habilidad de llevarla a cabo acertadamente, lo que significa, por una parte, que la organización determina de manera idónea los dilemas de enfrentamiento o colaboración con competidores, proveedores o clientes y por otra parte existe

excelente ajuste o un ajuste suficiente entre los directivos que elaboran la estrategia y el conjunto de la organización que tiene que aplicarla.

Para Vicente, Abrantes, Seabra, & Teixeira, (2015), indican que la capacidad estratégica refleja la habilidad para formular, implementar y monitorear estrategias de innovación, además dicha capacidad promueve esfuerzos innovadores, asimismo la creación de estrategias de innovación implica la asignación de capital para su implementación efectiva. Por otra parte, cuando se identifican nuevas oportunidades en mercados extranjeros se generan estrategias innovadoras que permitan el desarrollo y comercialización internacional de productos.

La capacidad estratégica, como resultado, es la suficiencia de gestión de la empresa en su entorno externo e interno, incluyendo todos los componentes fundamentales en cualquiera de esas dos dimensiones. En la externa, se deben considerar todos los componentes del análisis de la industria propuestos por Porter (1980); de manera interna deben considerarse las actividades que realiza la empresa y su influencia sobre la estrategia y las diferentes maneras de enfrentar los problemas de la organización. (Guías jurídicas Wolters Kluwer).

### *C. Capacidad tecnológica*

Según los indicadores de las investigaciones de los últimos años en el ámbito de la literatura económica, se ha dado énfasis en los motores importantes de la exportación que son la capacidad tecnológica y productiva, el crecimiento y el desarrollo de los países. Durante las primeras colaboraciones referentes a la teoría del desarrollo, se resaltó la evolución de la estructura productiva, del sistema agrícola y las industrias extractivas a industrias más complejas y con

base en el discernimiento como un factor decisivo para la especialización internacional.

Desde una perspectiva global, una secuencia de investigaciones precedentes ha posibilitado aclarar las diferencias que se hallan entre los países en lo que respecta a los indicadores de tecnología, de exportación y de crecimiento. En particular, si se examina la condición de los países Latinoamericanos respecto a diferentes indicadores relativos a la transformación estructural, el comercio exterior y el incremento de la productividad en comparación con los Estados Unidos, los países nórdicos y la República de Corea. La investigación muestra que el desempeño de las economías latinoamericanas es relativamente débil y que la región presenta un retardo en lo que respecta a algunos indicadores de esfuerzos tecnológicos, acumulación de capacidades y crecimiento de la productividad. (Vergara, 2021).

### **2.2.3. Variable dependiente: Oferta exportable**

En primer lugar, para poder entender el significado de oferta exportable se tiene que partir conociendo la definición de la oferta; esta se encuentra ligada a la demanda, y ambas permiten que las economías de mercado puedan funcionar. A juicio de Ávila, (2006), se considera oferta al número de bienes los cuáles se ofrecen a la venta a un precio determinado. “La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un periodo dado.” (p.45).

La oferta exportable va mucho más allá de tener determinados bienes solicitados por los clientes o aquellos que logren satisfacer sus necesidades en el mercado de destino, del mismo modo no es sólo tener un volumen de carga segura

también tiene que ver con la capacidad de gestión, económica y financiera. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2015).

Respecto a la disponibilidad de producto, se deberá de establecer el volumen disponible para el mercado extranjero basándose en el bien que se quiere internacionalizar; dicho volumen se deberá de ofertar continuamente o de manera estable, es importante que los bienes que se deseen exportar cumplan con todo el protocolo y las demandas del mercado destino. En relación con la capacidad financiera y económica para realizar el envío de la mercancía, se ha de tener los recursos necesarios para solventar el proceso; no obstante, en el caso de que no se posean recursos propios, se debería de tener la posibilidad de endeudarse y gestionar el financiamiento de una fuente externa.

En referencia a la capacidad de gestión, se deben tener objetivos concretos para desarrollar una cultura exportadora teniendo en cuenta las capacidades y debilidades para realizar la exportación; para ello es importante la capacitación con el objetivo de mejorar las capacidades y habilidades. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2015).

Se debe agregar también que, de acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013), la capacidad económica alude la posibilidad de cubrir económicamente por medio de recursos propios el costo que implique la internacionalización. Respecto a la capacidad financiera nos indica que dicha capacidad se basa en el endeudamiento con terceros para solventar los costos; por último, la capacidad de gestión se basa en seguir objetivos hasta alcanzar el posicionamiento internacional del producto, para ello se ha de implementar estrategias; al igual que se ha de conocer todos los requisitos y temas relacionados a la exportación.

En esa misma línea, Toala et. al. (2019) afirman que la oferta exportable se encuentra referida a la suficiencia para ofertar productos a mercados extranjeros, para realizar dicha oferta el exportador deberá de poseer un producto o servicio que mantenga todos los requerimientos de los mercados destino, tanto en calidad como en satisfacción del cliente, y con ello pueda ser competitivo. Asimismo, recalca que la oferta exportable, además de estar relacionada con la cantidad de exportación, se encuentra relacionada con la capacidad de gestión de la empresa y del mismo modo con la capacidad económica y financiera. Es importante mencionar que “el desarrollo de una oferta exportable competitiva está ligado estrechamente a la innovación y a la aplicación de nuevas tecnologías, que sólo puede ser posible a través de la investigación y el desarrollo.” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2006, p.26).

#### **2.2.4. Dimensiones de la variable independiente: Oferta exportable.**

##### *A. Capacidad económica y financiera*

Hace referencia a la expresión más cercana de la buena gestión de una empresa. El mayor valor deriva de los flujos de efectivo futuros que se espera generar en la empresa: el mejor saldo positivo entre las entradas y salidas de efectivo esperadas, y descontado a valor presente. La situación económica es también el fruto de la gestión comercial, operativa y administrativa, que finalmente conlleva a un resultado operativo.

Además, se puede decir que la empresa se encuentra en buenas condiciones económicas cuando es capaz de producir y mantener beneficios durante un período de tiempo determinado. La persistencia en los buenos resultados es el objetivo fundamental de una gestión excelente.

Por otro lado, nos referimos a una posición financiera estable cuando la empresa puede cumplir con sus compromisos de pago dentro de los tiempos establecidos, ya que la posición financiera se encuentra relacionada con las condiciones de liquidez. Esto es consecuencia de qué tan favorables se presentan las entradas y salidas de efectivo, derivadas de las actividades de operación, inversión y financiación.

Las dos situaciones están estrechamente ligadas, la económica y la financiera, lo que se desea es que la empresa se encuentre con escenarios positivos para ambas. Rentable y solvente = propietarios y acreedores felices.

La diferencia entre ambos conceptos es que, aunque están estrechamente relacionados pueden ir en diferentes direcciones por lo que podemos encontrar una empresa con una excelente situación económica pero una pésima situación financiera, por ejemplo, si no tiene efectivo suficiente para pagar sus deudas. También puede darse el caso contrario donde podemos tener una excelente situación financiera y una pésima situación económica, por ejemplo, si las deudas superan el total de su patrimonio.

Para tener una buena situación económica, es importante que nuestro patrimonio no se vea afectado por deudas.

Para encontrarnos en una buena situación financiera, es imprescindible no tener deudas o tener la suficiente liquidez para saldarlas sin inconvenientes.

### *B. Capacidad de gestión*

Se define como el proceso de dirigir y orientar los procedimientos de una organización para hacer realidad las metas establecidas. En otras palabras, esta área de acción es responsable de organizar todos los recursos disponibles para

diseñar e implementar acciones que permitan lograr los objetivos de las organizaciones. La gestión empresarial es el proceso de planificar, organizar, integrar, dirigir y controlar los recursos (intelectuales, humanos, físicos, financieros, etc.) de una organización, con el propósito de maximizar los beneficios y lograr las metas organizacionales.

Por lo tanto, es el corazón de cualquier negocio, y ahí radica su importancia; toda compañía, independientemente de su tamaño o del sector de actividad, debe aplicar la gestión empresarial para ser competitiva y exitosa. En este sentido, la gestión empresarial sería como el capitán de un barco, el director de una orquesta o el entrenador de un equipo de fútbol. Sin ellos, el barco flotaría, pero no llegaría a puerto; los instrumentos sonarían, pero de forma descompasada y sin melodía; el balón rodaría por el campo, pero tendría dificultades para ingresar en la portería.

#### **2.2.5. Exportación.**

La exportación es un régimen aduanero que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo final en el exterior. La salida física de las mercancías del territorio nacional hacia el territorio aduanero de un tercer país constituye el típico modo definitivo de exportación. Además, se considera como una exportación definitiva la importación de mercancías del resto del territorio nacional hacia la Zofratana o Ceticos, con el fin de luego ser enviadas al exterior. (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, 2009).

La decisión sobre la forma de exportar que debe emplear el exportador dependerá del nivel de riesgos y las oportunidades que presenten el mercado, así como

de los recursos disponibles. Inicialmente, intentan correr el menor riesgo posible (exportación indirecta), incrementando su compromiso a medida que adquieren experiencia (exportación directa).

#### *A. Formas de exportación*

Hay dos formas de exportar, una forma indirecta y una forma directa. En la exportación indirecta, existe un operador responsable de todas o parte de las actividades relacionadas a la exportación y la responsabilidad de la misma. En la exportación directa, el exportador peruano trata directamente con los clientes extranjeros.

#### *B. Exportación indirecta*

En este caso, a través de la venta a clientes nacionales, quiénes luego exportan el producto, es una tercera persona quien decide qué producto puede ser vendido en un mercado extranjero, asumiendo las labores de investigación de mercados y la gestión de la exportación. Es una oportunidad interesante para expandir nuestros productos en el exterior.

En esta situación es fundamental que el productor (proveedor) identifique correctamente las empresas que puedan estar interesadas en sus productos, establezca una estrecha relación con ellas, pues su éxito comercial dependerá de la capacidad de interpretar las necesidades de la empresa exportadora. Esto posibilita la integración eficiente de los procesos productivos, fortaleciendo las relaciones comerciales; también es fundamental que el productor se mantenga muy bien informado sobre las tendencias de los mercados donde la empresa vendedora coloca sus productos, ya que esto le permite formular estrategias con respecto a esos mercados y a sus clientes exportadores.

Es importante señalar que el productor puede entonces encontrar una oportunidad para exportar directamente.

A través de intermediarios. En este caso la empresa exporta, por ejemplo, a través de una "Trading" (sociedad intermediaria) que busca o tiene los compradores en los mercados del extranjero.

Este método de exportar es utilizado por pequeñas empresas que se sienten imposibilitadas de comprometerse con la exportación directa; o de empresas que ya han exportado, pero que eligen una ruta intermedia para ingresar a nuevos mercados. La principal ventaja de la exportación indirecta, para una pequeña o mediana empresa, es un medio para poder acceder a los mercados internacionales sin tener que lidiar con las complejidades de la exportación directa.

La principal desventaja de este tipo de exportación es la necesidad de encontrar intermediarios adecuados que tengan las habilidades específicas de colocar los productos. De esta forma, la elección del intermediario es fundamental, ya que el fabricante o la empresa dependerán completamente de su capacidad de venta. Una alternativa a considerar es la creación de una Trading común para diversas PYMES manufactureras. Es un concepto similar al que puede presentar una corporación exportadora o agrupación de exportadores. Estas organizaciones son especialmente útiles para las PYMES, las cuales generalmente están limitadas en su capacidad individual de comercio internacional.

En estos grupos de comercialización, las diferentes empresas manufactureras unen sus esfuerzos y recursos, con el objetivo de ingresar juntas

al mercado internacional. Estos grupos de comercialización pueden también ser sumamente útiles para resolver problemas de producción y control de la calidad. La agrupación de comercialización es, asimismo, un excelente instrumento "multiplicador" de las capacidades individuales de las empresas que la componen. Las empresas que se agrupan pueden organizar, por ejemplo, campañas de publicidad y promoción en un determinado mercado, una iniciativa que la mayoría de las empresas no puede asumir por sí solas.

De esta forma, varios competidores en el territorio nacional pueden convertirse en socios exitosos en el campo de la exportación, situación que se ve muy a menudo en el comercio internacional. Por ello, los empresarios deben participar y promover activamente la creación de este tipo de organizaciones, en las que los miembros poseen un control más directo sobre las actividades que el que podrían ejercer a través de un intermediario.

### *C. Exportación directa*

Este es el enfoque más ambicioso, donde el exportador tiene que gestionar todo el proceso de exportación, desde la identificación del mercado hasta el cobro de los bienes vendidos. Las ventajas de la exportación directa son: Un mayor y mejor control sobre todo el proceso de exportación; mayores beneficios económicos; relación directa con el mercado y los clientes.

Este tipo de exportación es la forma más directa de incrementar las ganancias y conseguir un sólido crecimiento empresarial a mediano y largo plazo. Mientras la empresa está por emprender el camino hacia la exportación directa, debe pensar acerca de los canales de distribución más adecuados. Estos

canales de distribución incluyen: agentes, distribuidores, minoristas y consumidores finales.

La Ley General de Aduanas considera las siguientes modalidades de exportación:

- Exportación definitiva
- Exportación temporal
- Exportaciones sin valor comercial (actividades que involucren menor cantidad que comprende el equipaje, menaje para el hogar, donaciones, así como las muestras, obsequios, mensajería internacional y otras mercancías, cuyo valor FOB no exceda de US\$ 2,000). (MINAGRI, s.f.).

#### *D. Requisitos para exportar*

Para toda exportación se deben incluir los documentos detallados a continuación:

- Factura comercial: Redactada en inglés si el país de destino no es hispanohablante.
- Lista de empaque: Relación simple detallando el contenido de lo que se embarca.
- Conocimiento de embarque (B/L, AWB, WB): Documento que certifica que las mercancías han sido recibidas por el transportista.
- Certificado de origen: Documento que certifica que la mercancía ha sido elaborada en el Perú; permite acogerse a beneficios arancelarios en los países de destino.

- Póliza de seguro: Dependiendo del acuerdo entre las partes, el exportador adquiere una póliza de seguro para la mercancía a favor del cliente.
- Declaración Única de Aduana: Documento aduano con el cual culmina el procedimiento de exportación, debiendo consignarse en este la información contenida en los demás documentos comerciales. (SIICEX, 2016).

### 2.3. Definición de Términos Básicos

**Jengibre.** El jengibre pertenece a la familia Zingiberaceae, su nombre científico es Zingiber Officinale Roscoe. Es un rizoma herbáceo perenne, nudoso, tuberoso, con una corteza de color ceniza y rugosidades transversas, de sabor picante e intensamente aromático. Se cosecha a partir de los 9 o 10 meses. Es conocido por diferentes nombres en algunos países; en Perú también lo llaman Kion, el México lleva el nombre de castilanchile.

El jengibre les da un sabor único a las comidas, pero se destaca por sus propiedades curativas. Los compuestos gingeroles, shogaoles, zingerones y los aceites volátiles que se encuentran en su planta y en su raíz son los responsables de su aroma y sabor, así como de sus propiedades curativas, entre las cuáles se encuentra el fortalecimiento del sistema inmunológico, favorece la digestión y las infecciones del tracto respiratorio. Su consumo habitual brinda una gran cantidad de beneficios. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2020).

**Negocio.** Es una actividad económica que busca el lucro primordialmente a través de la venta o intercambio de productos o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes. Puede incluir una o varias etapas de la cadena productiva tales como: extracción de recursos naturales, producción, distribución, almacenamiento, venta o reventa. El objetivo principal del negocio es obtener ganancias.

**Proceso.** Un proceso es una serie de pasos ordenados lógicamente que se enfocan en lograr algún resultado en particular. Los procesos son mecanismos de comportamiento que los humanos idean para mejorar la productividad de algo, establecer un orden o eliminar algún tipo de dilema. (Editorial Economía, 2013)

**Calidad.** Expresa la capacidad de un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, una satisfacción de requisitos de calidad.

**Mercado.** Es el contexto en el que tiene lugar el intercambio de productos y servicios. En pocas palabras, es dentro de este marco que se desarrollan las actividades de suministro, pedidos, las compras y las ventas.

**Cliente potencial.** Este es uno de los aspectos fundamentales que siempre se considera en cualquier toda entidad económica, pues en ellos radica una oportunidad de crecimiento y desarrollo, cada persona que puede convertirse en comprador (el que compra un producto), usuario (el que usa un servicio) o consumidor (aquel que consume un producto o servicio), ya sea por sus necesidades (reales o ficticias) y porque tienen el perfil adecuado ya que disponen de los recursos económicos u otros factores. Estos clientes aún no han generado ningún tipo de ingreso para la empresa, pero se proyecta que se convertirán en clientes reales en el futuro. (Silva, 2020)

**Internacionalización.** Permite el acceso a otros mercados y posibilita el crecimiento económico. Mejora el proceso del intercambio de todo tipo de bien entre los diferentes países alrededor del mundo. En la economía internacional, los flujos de información, personas, dinero y bienes están relacionados. Por lo que la internacionalización es una forma que permite incrementar los ingresos participando en el mercado internacional y expandiéndote a otras áreas geográficas que puedan ofrecer mayores oportunidades de negocio.

**Cultura exportadora.** La definición de una cultura exportadora se ocupa de aspectos de productividad, eficiencia y competitividad. En términos simples, en la capacidad de transferir nuestros valores, forma de vida, hábitos, conocimientos y prácticas empresariales para lograr actitudes y comportamientos que fomenten la competitividad y genere una interacción natural con los mercados externos. Un proceso que involucra a la sociedad en su conjunto, a través de la integración e interacción plena de los individuos como ejes del necesario cambio social, que será lo que finalmente permitirá la creación de una cultura exportadora. Significa la evolución y adaptación de la sociedad a las necesidades específicas de cada momento histórico.

En el caso de la cultura, avanza con movimientos en todas las esferas de la vida social y así se va consolidando y convirtiendo en una fuerza social que puede integrarse y producir cambios individuales, permitiendo así la generación y consolidación de nuevas culturas. Si queremos una cultura de exportación, una cultura corporativa, o una cultura de la calidad, es fundamental que exista un verdadero cambio social.

Lograr una cultura exportadora requiere la inversión de tiempo, esfuerzo, dinero y el uso eficiente de todos los recursos organizacionales, principalmente en las áreas donde se puede ser más competitivo.

El comercio internacional es una actividad que necesita estar a la vanguardia, lo que requiere capacitar y profesionalizar a las personas en desarrollar una cultura exportadora y ayudar a hacer crecer los negocios internacionales.

**Certificación orgánica.** La certificación orgánica garantiza que los cultivos se manejen de acuerdo a las normas de la producción orgánica. Porque cuando los consumidores vean el sello de la agencia certificadora lo reconocerán y les dará la confianza de que lo que van a consumir es un producto orgánico. La certificación

también es útil para los productores porque les ayuda a vender mejor sus productos orgánicos.

**Agronegocios.** El término Agronegocios (en inglés 'Agrobusiness') se utiliza para describir las actividades económicas derivadas o relacionadas a los productos agrícolas. Tanto a su producción como a su posterior procesamiento, transporte y distribución. La agricultura y todos sus derivados económicos, sociales y demográficos son sectores cuyas actividades impactan prácticamente en todos los objetivos de desarrollo sostenible.

## **Capítulo III: Hipótesis y variables**

### **3.1. Hipótesis**

#### **3.1.1. Hipótesis general.**

La capacidad de la innovación influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

#### **3.1.2. Hipótesis específicas.**

H.E.1. – La capacidad de desarrollo de producto influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

H.E.2. – La capacidad estratégica influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

H.E.3. – La capacidad tecnológica influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

### **3.2. Identificación de las variables**

**Tabla 1.***Identificación de variables*

	Variable Independiente	Variable Dependiente
Hipótesis General	Capacidad de Innovación	
Hipótesis Específica 1	Capacidad de desarrollo de producto	
Hipótesis Específica 2	Capacidad estratégica	Oferta exportable
Hipótesis Específica 3	Capacidad tecnológica	

*Fuente:* Elaboración propia.

### 3.2.1. Variable independiente.

#### A. *Capacidad de innovación*

Según (Camacho, 2022) la capacidad de innovación refleja la receptividad a las nuevas e innovadoras ideas; del mismo modo, cuando los objetivos están orientados hacia la innovación la manera de trabajar cambia, aumenta la creación de ideas, del mismo modo la creatividad y la toma de riesgos. Nos dice también que es importante saber que las actitudes innovadoras permiten la creación y mejora constante de productos y procesos por ello es muy importante tener la capacidad para implementar nuevas ideas o procesos con el fin de buscar oportunidades en lugar de conformarse con lo ya conocido, además implica el cambio de mentalidad y aptitudes.

#### B. *Capacidad de desarrollo de producto*

Con respecto a la capacidad de desarrollo de productos, se refiere a la destreza que se tiene para crear, gestionar y lanzar nuevos productos al mercado, los cuales se van mejorando con el transcurso del tiempo, estando en constante actualización, por ende, se deberá realizar planes que fomenten el desarrollo de productos. De igual forma, para desarrollar productos de manera exitosa, se deberá de estar comprometido

con la innovación, ser capaz de conocer, entender y satisfacer las necesidades de los clientes internacionales, además de vincular la oferta con las exigencias del mercado.

### *C. Capacidad estratégica*

La capacidad estratégica refleja la habilidad para formular, implementar y monitorear estrategias de innovación, además dicha capacidad promueve esfuerzos innovadores. Por otra parte, cuando se identifican nuevas oportunidades en mercados extranjeros se generan estrategias innovadoras que permitan el desarrollo y comercialización internacional de productos.

### *D. Capacidad tecnológica*

La capacidad tecnológica representa el esfuerzo para desarrollar conocimientos científicos y técnicos que puedan utilizarse para crear o mejorar productos y procesos; además permite que se desarrollen productos de alta calidad, al igual que permite tener precios competitivos gracias a la reducción de costos de producción; asimismo, se puede medir por la actividad de inversión y desarrollo. Por otro lado, se debe precisar que una capacidad tecnológica alta permite reconocer oportunidades y aplicar conocimientos a largo plazo lo cual conllevar a lograr el éxito en mercados extranjeros.

## **3.2.2. Variable dependiente.**

### *A. Oferta exportable*

La oferta exportable se denomina al producto competitivo en el mercado nacional e internacional que cumple con estándares de calidad y capacidad para abastecer en función a los volúmenes requeridos por el importador en el momento requerido.

Vergara (como se cita en Vásquez y Carrión, 2019), sostienen que la oferta exportable más allá de asegurar la cantidad o volumen querido por el mercado internacional, en donde la entidad busca potenciales mercados, haciendo uso de insumos, tecnologías, mano de obra y volúmenes de producción permitiendo satisfacer la demanda.

#### *B. Capacidad económica y financiera*

La empresa debe de contar con los recursos necesarios para poder solventar y financiar el negocio en que se encuentre desarrollando, del mismo modo, deberán de estar en la capacidad de tener precios competitivos al nivel del mercado. Si por algún motivo la empresa no contara con recursos propios para poder sustentar el proceso, deberá tener la capacidad de endeudamiento y conseguir financiamiento externo.

(Palomino H, 2021), agrega que la “situación financiera saludable se da cuando la entidad asume de manera apropiada las obligaciones de pago, ya que, la condición de liquidez va a estar asociada con la situación financiera que tuviese.” (p. 11)

(Zans, 2009), también añade que “un estado financiero que nos refleja las rentas llamados ingresos de una empresa, así como sus costos y gastos en un periodo dado en el tiempo, también se le denominaba estado de pérdidas y ganancia” (p. 165)

#### *C. Capacidad de gestión*

La empresa debe desarrollar una cultura organizacional, estableciendo objetivos claros, impartiendo al personal que allí labora teniendo presente todas las fortalezas y debilidades que le van a permitir desarrollarse.

También (Alarcón & Mamani, 2019), mencionan características de la gestión en el desempeño de la exportación y son:

- Características actitudinales

- Compromiso del gerente
- Percepción de la competencia
- Percepción de las ventajas de la exportación
- Orientación al cliente
- Características basadas en habilidades
  - Experiencia
  - Conocimiento en idiomas
  - Nivel de educación
- Características de comportamiento
  - Planeación de exportación
  - Presentación de ventas
  - Ventas adaptables

Por lo que el desarrollo de capacidades se encuentra orientado a educar y a entrenar los actores para que trabajen de manera integrada.

### 3.3. Operacionalización de las Variables

**Tabla 2.**

*Operacionalización de variables*

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Valoración
Variable Independiente  Capacidad de Innovación	Es aquella capacidad interna para generar y explorar nuevos conceptos e ideas, con la finalidad de experimentar en la aplicación de soluciones con patrones de oportunidades potenciales analizados en el mercado.  (Bravo & Herrera, 2009)	Capacidad de desarrollo de producto	Nivel de desarrollo de productos	1. Asume usted un compromiso de innovación para el desarrollo de su producto para la exportación.	1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Indiferente 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
			Nivel de comprensión del mercado internacional	2. Conoce usted los estándares internacionales para la exportación del jengibre.	
			Nivel de generación de ideas y métodos	3. Considera usted importante aplicar nuevos métodos para realizar sus actividades y operaciones de producción del jengibre. 4. Considera usted ventajoso implementar valor agregado al producto para satisfacer las exigencias del mercado internacional.	
			Nivel de generación de estrategias de innovación	5. Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto. 6. Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje del jengibre para el mercado internacional.	
		Capacidad estratégica	Nivel de implementación de estrategias de innovación	7. Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto.	
		Capacidad tecnológica	Nivel tecnológico	8. Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto.	

				9. Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto.	
Variable Dependiente	La oferta exportable se denomina al producto competitivo en el mercado nacional e internacional que cumple con estándares de calidad y capacidad para abastecer en función a los volúmenes requeridos por el importador en el momento requerido. Ávila (2006)	Capacidad económica y financiera	Financiamiento	10. Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto	1. Totalmente en desacuerdo
		Capacidad de gestión		11. Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de producción.	2. En desacuerdo
Oferta exportable				12. Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional.	3. Indiferente
				13. Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar la exportación de la Chirimoya.	4. De acuerdo
				14. Considera usted necesaria la capacitación constante en temas relacionados a la exportación.	5. Totalmente de acuerdo
				15. Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación.	

## Capítulo IV: Metodología

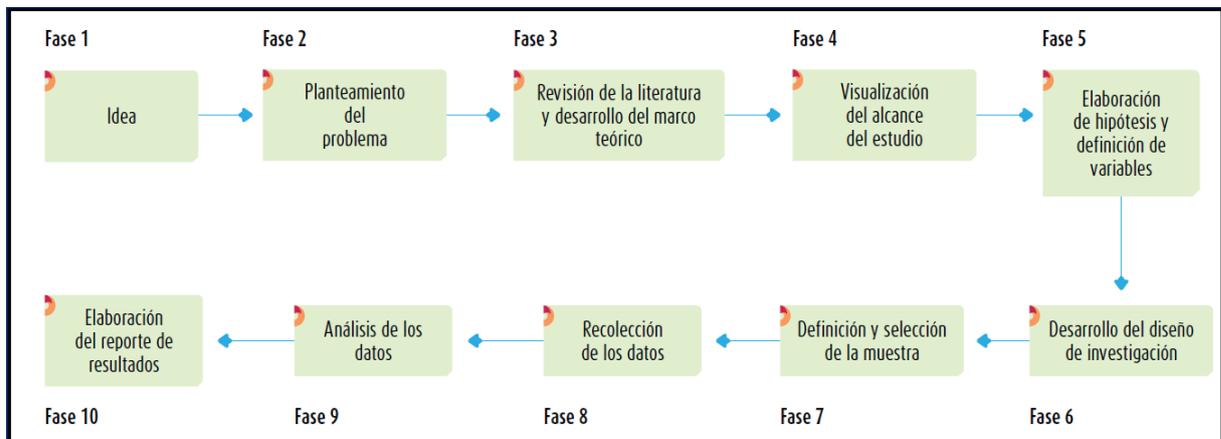
### 4.1. Enfoque de la Investigación

Como parte de la investigación científica se desarrollan tres enfoques referidos los cuales son; enfoque cuantitativo conveniente de las ciencias naturales y sociales; también se desarrolla el enfoque cualitativo que surge de las ciencias sociales como consecuencia de hacer diferente a las ciencias y, por último, el enfoque mixto llamado también multimetódico o total. (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez, 2014).

Para la tesis, el enfoque fue cuantitativo, ya que, se evaluarán las variables en torno de la aplicación de cuestionarios con la finalidad de obtener resultados estadísticos y así cuantificar los datos obtenidos; de tal manera que ello permitirá la comprensión del problema y la demostración de las hipótesis mencionadas, mirando hacia el futuro.

A ello, Ñaupas et al., (2014), menciona que, este enfoque cuantitativo utiliza métodos y técnicas para obtener un análisis de la medición, en razón que se hace uso de la recolección de datos a través de la aplicación de encuestas. (Bernal, 2010) refiere que “se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva” (p. 60).

Según Fernandez, Baptista, & Hernández, (2014), señala que, este enfoque es secuencial y probatorio, estableciéndose hipótesis bajo una determinación de variables, así como se muestra en la siguiente figura.

**Figura 8.***Proceso del enfoque cuantitativo*

*Fuente.* Tomado de (Fernandez, Baptista, & Hernández, 2014) p. 38.

Según la figura 8, este enfoque reflejará la necesidad de medir y evaluar fenómenos o problemas de investigación, para ello en primer lugar se delimita un problema de investigación para luego construir un marco teórico, lo cual va a permitir a establecer una o varias hipótesis, para luego recolectar y analizar datos con procedimientos estandarizados

Por consiguiente, la tesis se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, ya que se evaluarán las variables de estudio “capacidad de innovación” y la “oferta exportable” haciendo uso de la aplicación de un cuestionario para luego ser procesado con métodos estadísticos de tal manera que se proceda a cuantificar los datos obtenidos para comprender el problema suscitado y comprobar las hipótesis planteadas.

#### **4.2. Tipo de investigación**

Fue de tipo aplicada, según Carrasco, (2007) “esta investigación se distingue por tener propósitos prácticos e inmediatos bien definidos, es decir se investiga para actuar, transformar, modificar o producir cambios en un determinado sector de la realidad” Por lo tanto, esta tesis utilizó el tipo aplicada, ya que el objetivo es determinar la influencia de la

capacidad de innovación en la oferta exportable del jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.IR.L. Junín, 2021

#### **4.3. Nivel de investigación.**

Según Ñaupas (2014), la investigación explicativa consiste en los problemas formulados que investiga la relación de causa - efecto. Trabajando con hipótesis, está explica el efecto de las variables independientes en relación con la variable dependiente.

Por consiguiente, esta tesis presenta el diseño explicativo, porque se estudiará la relación de causa – efecto en un determinado tiempo, es decir, la influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable del jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.IR.L. Junín, 2021

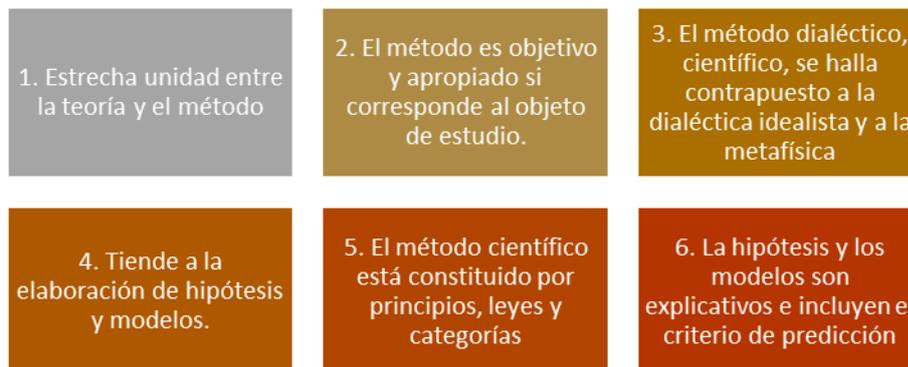
#### **4.4. Métodos de investigación**

Esta tesis se empleó como método general como lo menciona (Tamayo & Tamayo, 2003), el método científico es un procedimiento que faculta condiciones en que presenta sucesos específicos caracterizado por ser verificable, rigurosos, tentativo y de observación empírica, es decir, es la aplicación de la lógica los hechos observados.

A lo mencionado anteriormente (Ñaupas et al, 2014), refiere al método científico como “un proceso muy ordenado que comprende un número de etapas secuenciales: descubrimiento y definición del problema; formulación de hipótesis; recopilación de datos; y exposición de conclusiones tocante a la confirmación o rechazo de las hipótesis” (p. 81), pues cumple los siguientes rasgos.

**Figura 9.**

*Características del método científico.*



*Fuente:* Tomado y adaptado (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez, 2014), p. 81

Por lo tanto, la tesis utilizo el método científico, ya que desarrolla una secuencia de procesos para obtener resultados, iniciando por la observación, planeamiento de problema, planteamiento de hipótesis, comprobación y la obtención de resultados.

#### **4.5. Diseño de investigación**

El diseño de investigación son métodos y técnicas utilizados para que el problema de la investigación sea utilizado de manera eficiente. Como lo expresan (Fernandez, Baptista, & Hernández, 2014), es la observación de fenómenos tal como se da en su contexto natural para posterior ser analizados, es por ello que, las variables independientes suceden y no es posible influir en ellas. Además, (Dzul, 2016) plantea que “es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos” (p. 2).

Según Hernández (2014), la investigación transeccional, describe las relaciones entre dos o más variables en un determinado momento, en función de relación causa - efecto.

Por lo tanto, la tesis utilizo el diseño no experimental, porque no se alterará las variables, y transeccional por que estudiará las variables entorno de causa – efecto, es decir

los efectos de la capacidad de innovación en la oferta exportable del producto mencionado líneas arriba.

#### **4.6. Población y muestra**

##### **4.6.1. Población.**

Según Arias (2012), es un grupo finito o infinito de componentes con características similares para el cual serán determinantes para las conclusiones de la investigación.

Para la tesis, la población se encuentra constituida por la empresa Agroindustrias JAS E.IR.L. ubicado en la Región Junín.

##### **4.6.2. Muestra.**

La muestra, según (Ñaupas et al, 2014), “es el subconjunto, o parte del universo o población, seleccionado por métodos diversos, pero siempre teniendo en cuenta la representatividad del universo.” (p. 165); además, se involucran en los casos de investigación por cuanto se generalizan los resultados de estudio.

###### *4.6.2.1. Unidad de análisis.*

La unidad de análisis se encuentra conformada por los profesionales jerárquicos de la empresa Agroindustrias JAS E.IR.L. ubicado en la Región Junín.

###### *4.6.2.2. Tamaño de la muestra.*

La tesis utilizo la muestra por juicio. Según (Hernández et al, 2004), es aquel grupo seleccionado con base al propósito de la investigación, cumpliendo de tal manera con el objetivo del estudio.

Para la tesis se realizó para el nivel administrativo y gerencial de la empresa (15 personas), como se muestra en el apéndice D.

#### **4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Para Arias (2012), es el método que se efectúa para obtener datos o información. Y según Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2014), da a conocer a las herramientas y procedimientos, que se efectúan para recolectar datos e informaciones imprescindibles para evidenciar las hipótesis de investigación.

##### **4.7.1. Técnicas.**

Según Bernal (2010), la técnica de la encuesta se encarga de recolectar datos de información, se fundamenta en un conjunto de preguntas que se preparan para la obtención de datos.

En este caso, se empleará la técnica de la encuesta para recopilar datos, sin cambiar el entorno a las empresas cafetaleras y del espacio laboral.

##### **4.7.2. Instrumento.**

La técnica que se utilizó para ambas variables es el cuestionario, que según Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2014), se formula preguntas escritas sistemáticamente en una cedula, relacionadas a la hipótesis de investigación. Esta técnica tiene como finalidad recopilar información para contrastar las hipótesis de estudio.

Cuando se prepara un instrumento para recabar datos, deben examinarse los siguientes aspectos básicos:

- La naturaleza de la información que se busca.

- La naturaleza de la población o muestra de sujetos que aportarán la información.
- El medio o los medios de aplicación del instrumento. (Bernal, 2010, p. 251)

#### **4.8. Técnicas estadísticas de análisis de datos.**

##### **4.8.1. Confiabilidad.**

Según Hernández (2014), la confiabilidad indica la igualdad de resultados en su aplicación reiteradamente al mismo objeto o individuo. Asimismo, Hernández (2014), alude que el alfa de Cronbach sirve para cuantificar la fiabilidad de la cierta escala de medida.

La tesis utilizó el alfa de Cronbach como método de cálculo para el instrumento de medición.

##### **4.8.2. Validez.**

La validez según Hernández (2014), da a conocer al grado en que la variable se pretenda medir con el uso de un instrumento. Esta se somete al juicio de expertos, así como de especialistas en el tema de objetivo de estudios.

## Capítulo V: Resultados

### 5.1. Descripción del trabajo de campo

- Para la tesis se coordinó con los directivos de la Empresa Agroindustrial JAS E.I.R.L. Junín, 2021, quienes nos proporcionaron la base de datos de todos los trabajadores.
- Se coordinó con cada uno de los trabajadores a quienes se les envió un correo electrónico con el formulario de la investigación, invitándoles a que procedan a contestar la encuesta.
- Luego de dos días de entregadas las preguntas, procedimos a revisarlas pudiendo comprobar que todos los trabajadores mostraron una actitud proactiva en cuanto a la encuesta la cual fue contestada satisfactoriamente.
- Posteriormente a ello, se elaboró la base de datos y se procesaron los resultados.
- Después de ello, se elaboraron los gráficos descriptivos de las variables.
- Se utilizó para la prueba de la hipótesis el estadístico Chi cuadrado.

## 5.2. Presentación de resultados.

### 5.2.1. Variable capacidad de innovación.

**Tabla 3.**

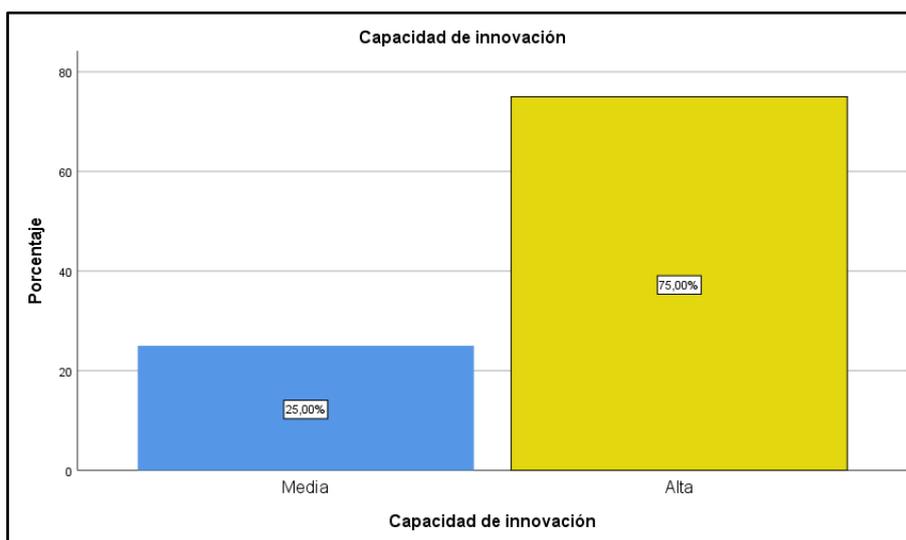
*Información de la variable capacidad de innovación*

Capacidad de innovación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Media	4	25,0	25,0	25,0
	Alta	12	75,0	75,0	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia.

**Figura 10.**

*Porcentaje de la variable capacidad de innovación*



*Fuente:* Elaboración propia.

Según la tabla 3 y figura 10, respecto a la variable capacidad de innovación, en la ejecución del cuestionario, se observó que el 68.0%, es decir, 11 trabajadores tienen alto la capacidad de gestión y el 31.3% es medio. Por lo que más del 60% son de capacidad de innovación alto en los trabajadores.

### 5.2.1.1. Dimensión capacidad de desarrollo de producto

**Tabla 4.**

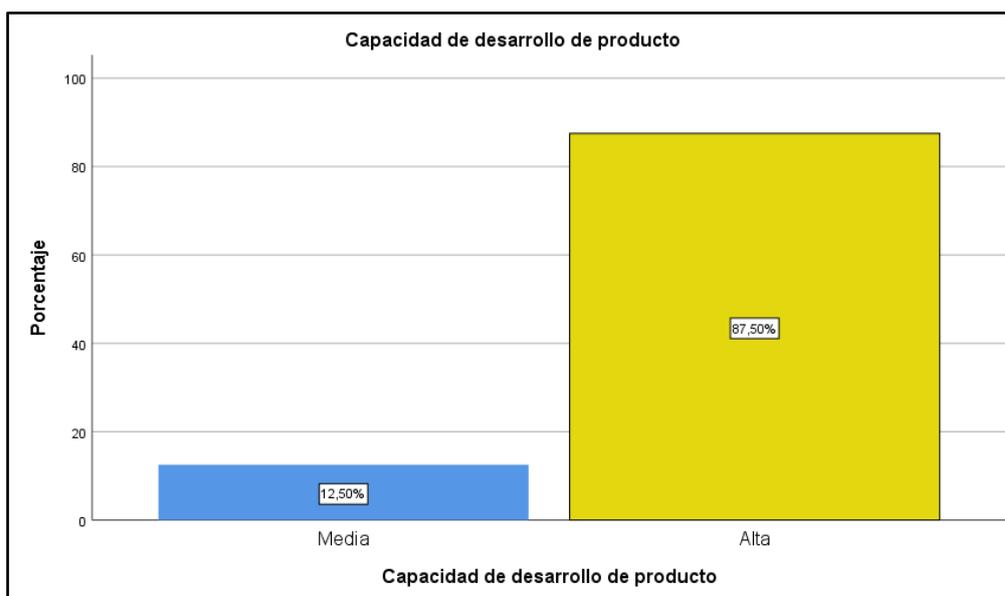
*Información de la dimensión capacidad de desarrollo de producto.*

Capacidad de desarrollo de producto					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
				válido	acumulado
	Media	2	12,5	12,5	12,5
	Alta	14	87,5	87,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia.

**Figura 11.**

*Porcentaje de la dimensión capacidad de desarrollo de producto*



*Fuente:* Elaboración propia.

Según la tabla 4 y figura 11, la dimensión de desarrollo de producto, en la ejecución del cuestionario, se observó que el 87.50%, es decir, 14 trabajadores tienen alto la capacidad de desarrollo de producto y el 12.5% es media. Por lo que más del 80% son de la capacidad de desarrollo de producto alto en los trabajadores.

### 5.2.1.2. Dimensión capacidad estratégica

**Tabla 5.**

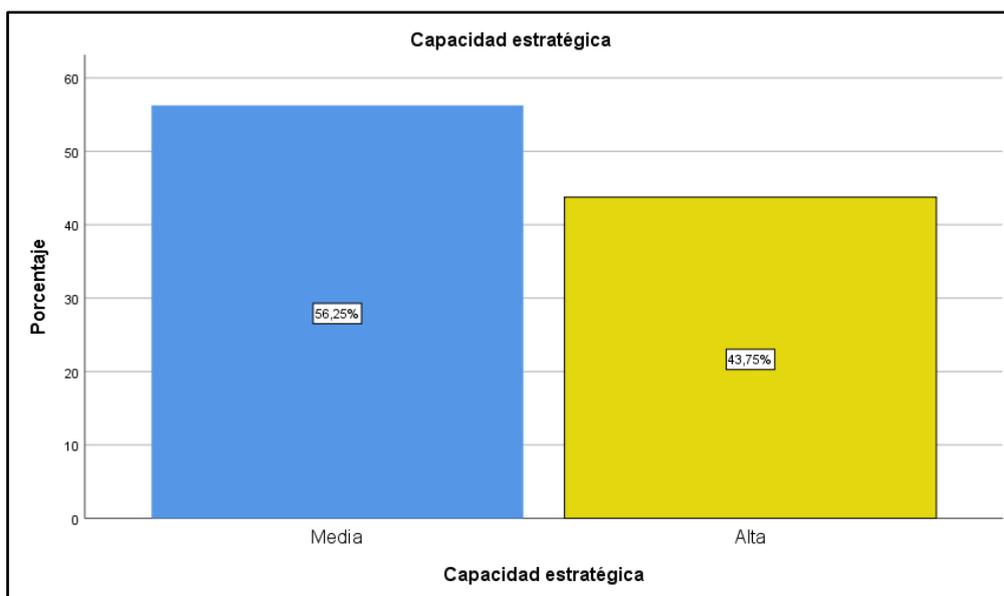
*Información de la dimensión capacidad estratégica*

Capacidad estratégica					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
				válido	acumulado
	Media	9	56,3	56,3	56,3
	Alta	7	43,8	43,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia.

**Figura 12.**

*Porcentaje de la dimensión capacidad estratégica*



*Fuente:* Elaboración propia.

Según la tabla 5 y figura 12, de la dimensión capacidad estratégica, en la ejecución del cuestionario, se observó que el 56.3%, es decir, 9 trabajadores tienen alto su capacidad estratégica y el 43.8 es medio. Por lo que más del 50% son de capacidad estratégica alto en los trabajadores.

### 5.2.1.3. Dimensión capacidad tecnológica

**Tabla 6.**

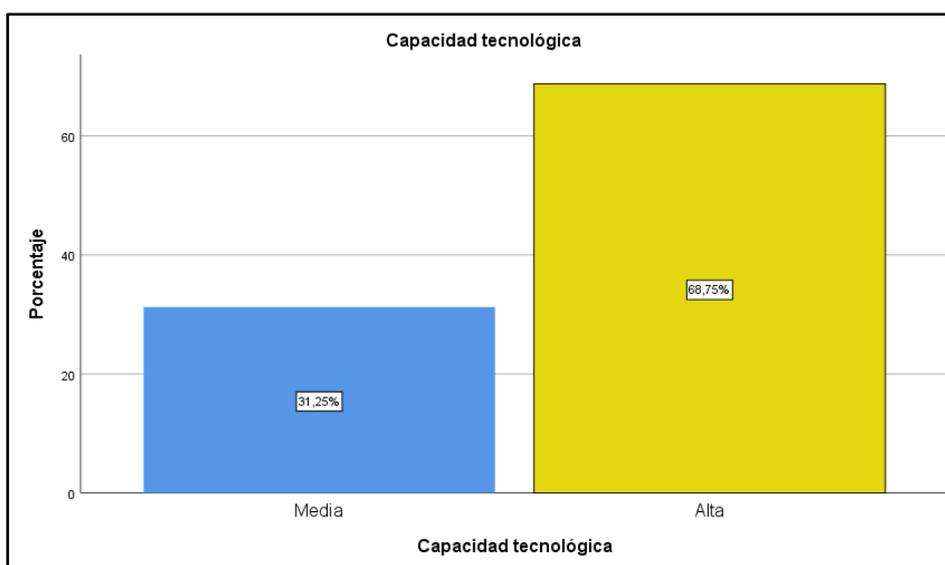
*Información de la dimensión capacidad estratégica*

Capacidad tecnológica					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Media	5	31,3	31,3	31,3
	Alta	11	68,8	68,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia.

**Figura 13.**

*Porcentaje de la dimensión capacidad tecnológica*



*Fuente:* Elaboración propia.

Según la tabla 6 y figura 13, de la dimensión capacidad tecnológica, en la ejecución del cuestionario, se observó que el 68.8%, es decir, 11 trabajadores tienen alto su capacidad tecnológica y el 31.3% es medio. Por lo que más del 60% son de capacidad tecnológica alto en los trabajadores.

### 5.2.2. Variable oferta exportadora

**Tabla 7.**

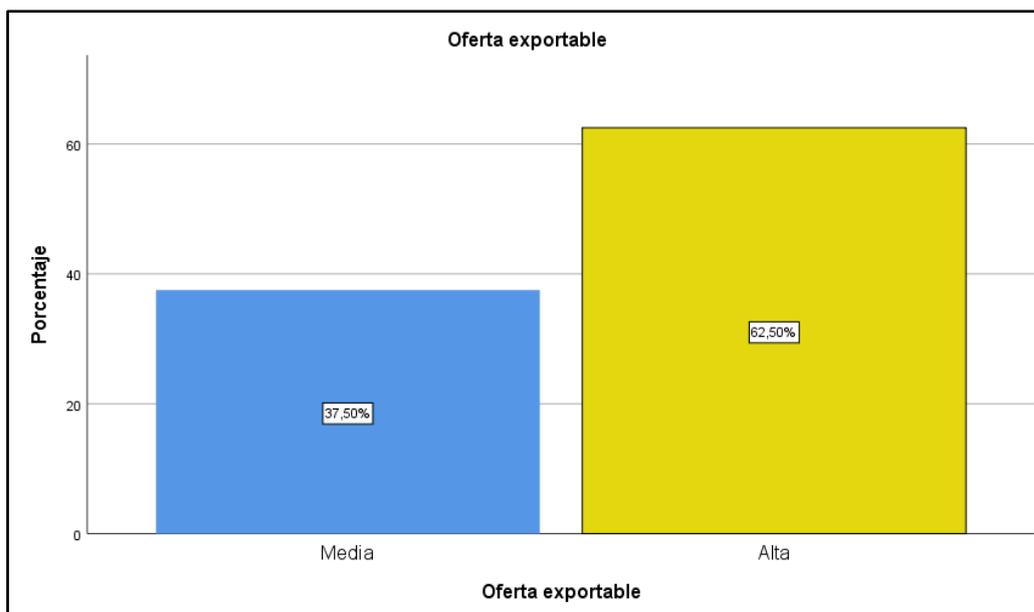
*Información de la variable oferta exportadora.*

Oferta exportable					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Media	6	37,5	37,5	37,5
	Alta	10	62,5	62,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia.

**Figura 14.**

*Porcentaje de la variable oferta exportadora.*



*Fuente:* Elaboración propia.

Según la tabla 7 y figura 14, de la variable oferta exportadora, en la ejecución del cuestionario, se observó que el 62.50%, es decir, 10 trabajadores tienen alta su oferta exportable y el 37.50% es medio. Por lo que más del 60% son de oferta exportadora alta en los trabajadores.

### 5.2.2.1. Dimensión capacidad económica y financiera

**Tabla 8.**

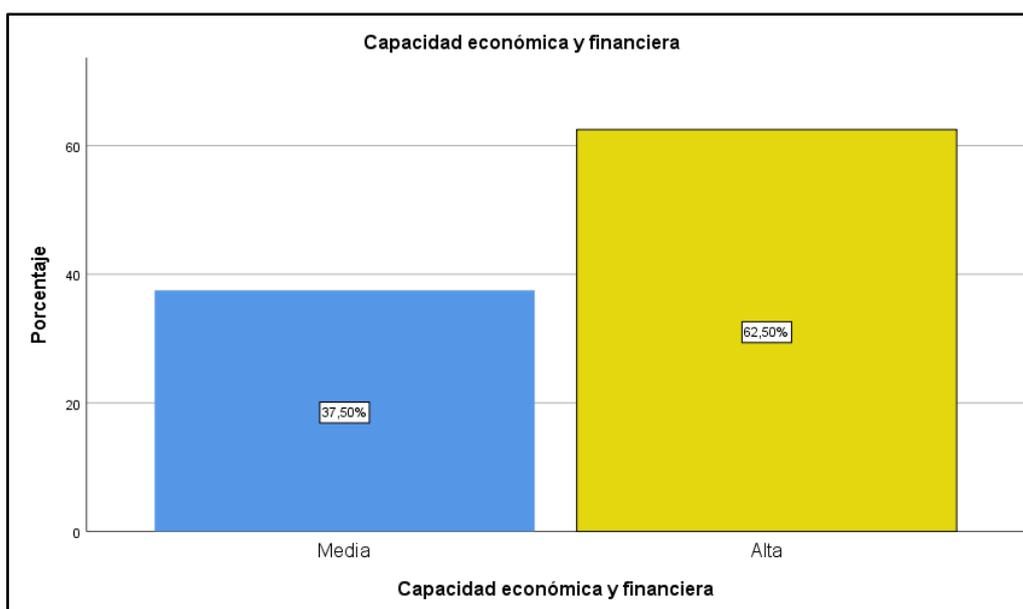
*Información de la dimensión capacidad económica y financiera*

Capacidad económica y financiera					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Media	6	37,5	37,5	37,5
	Alta	10	62,5	62,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia.

**Figura 15.**

*Porcentaje de la dimensión capacidad económica y financiera*



*Fuente:* Elaboración propia.

Según la tabla 8 y figura 15, de la variable clima organizacional, en la ejecución del cuestionario, se observó que el 62.50%, es decir, 10 trabajadores tienen alta su capacidad económica y financiera y el 37.50% es medio. Por lo que más del 60% son de capacidad económica y financiera alta en los trabajadores.

### 5.2.2.2. Dimensión capacidad de gestión

**Tabla 9.**

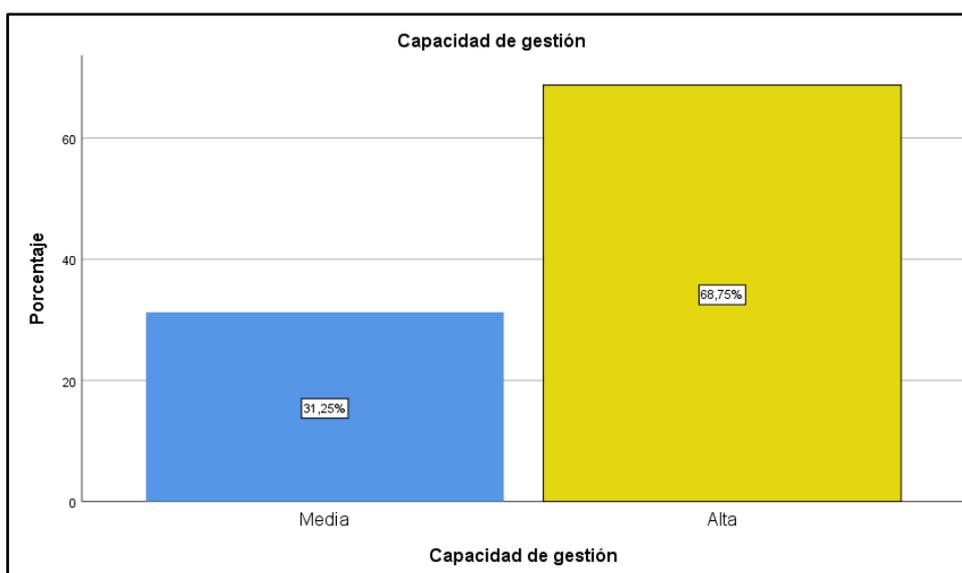
*Información de la dimensión capacidad de gestión*

Capacidad de gestión					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
				válido	acumulado
	Media	5	31,3	31,3	31,3
	Alta	11	68,8	68,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia.

**Figura 16.**

*Porcentaje de la variable capacidad de innovación*



*Fuente:* Elaboración propia.

Según la tabla 9 y figura 16, de la dimensión capacidad de gestión, en la ejecución del cuestionario, se observó que el 68.75%, es decir, 11 trabajadores tienen alto su capacidad de gestión y el 31.25% es medio. Por lo que más del 60% son de capacidad de gestión alto en los trabajadores.

### 5.2.3. Descripción de las preguntas de la variable capacidad de innovación

a) Pregunta 1. ¿Asume usted un compromiso de innovación para el desarrollo de su producto para la exportación?

**Tabla 10.**

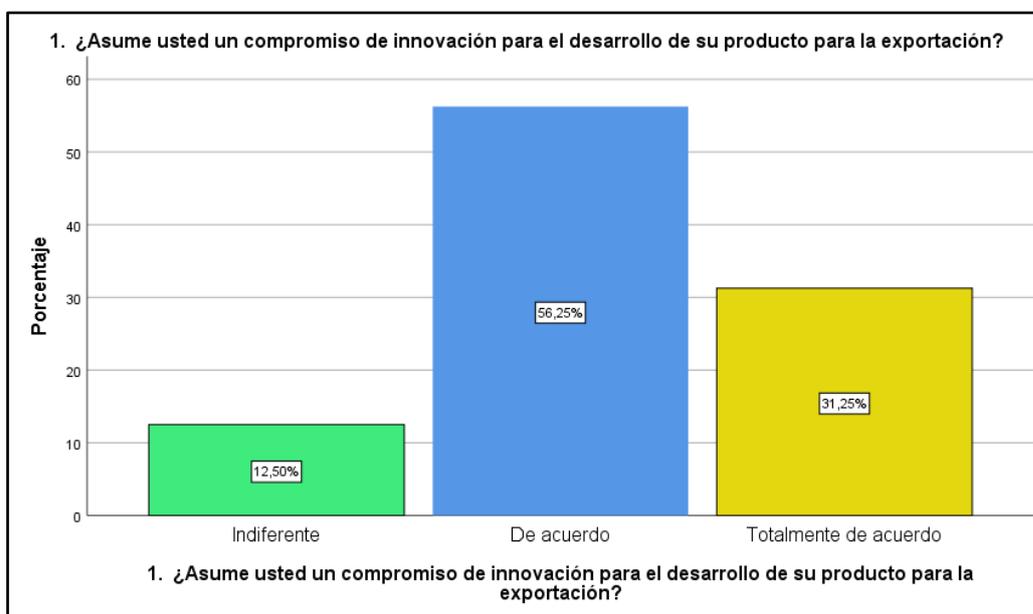
*Descripción de la pregunta 1. ¿Asume usted un compromiso de innovación para el desarrollo de su producto para la exportación?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferentes	2	12,5	12,5	12,5
De acuerdo	9	56,3	56,3	68,8
Totalmente de acuerdo	5	31,3	31,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 17.**

*Descripción de la pregunta 1. ¿Asume usted un compromiso de innovación para el desarrollo de su producto para la exportación?*



Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 10 y figura 17, análisis de la pregunta 1: ¿Asume usted un compromiso de innovación para el desarrollo de su producto para la exportación?, se

observó que el 56.30% de los encuestados está de acuerdo; el 31.3% está totalmente de acuerdo y el 12.50% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

b) Pregunta 2. ¿Conoce usted los estándares internacionales para la exportación del jengibre?

**Tabla 11.**

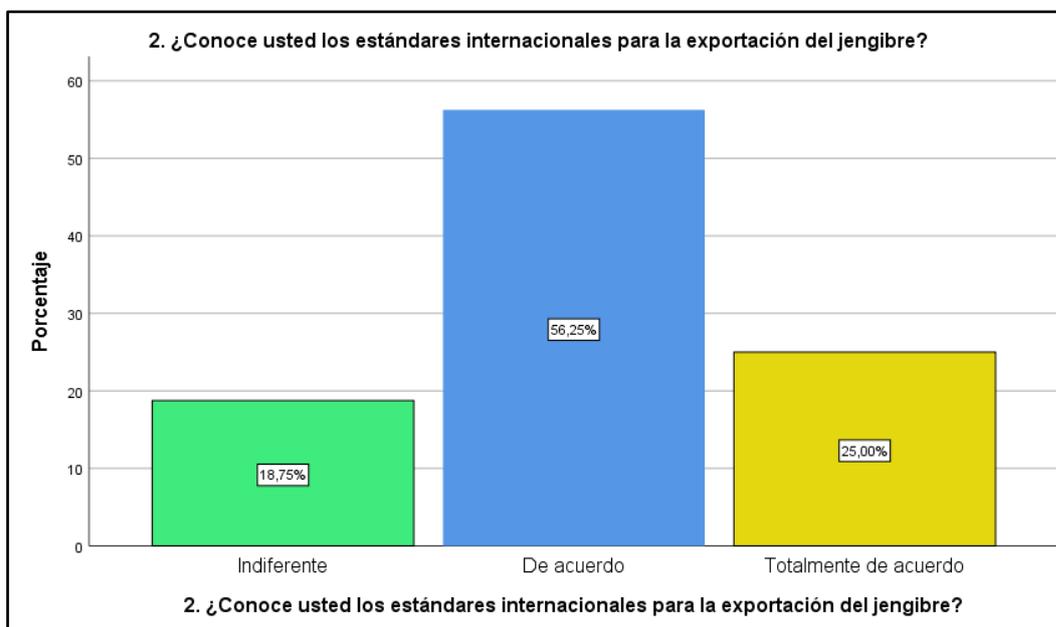
*Descripción de la pregunta 2. ¿Conoce usted los estándares internacionales para la exportación del jengibre?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferentes	3	18,8	18,8	18,8
	De acuerdo	9	56,3	56,3	75,0
	Totalmente de acuerdo	4	25,0	25,0	100,0
Total		16	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 18.**

*Descripción de la pregunta 2. ¿Conoce usted los estándares internacionales para la exportación del jengibre?*



Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 11 y figura 18, donde se muestra los resultados de la pregunta 2: ¿Conoce usted los estándares internacionales para la exportación del jengibre?, se observó que el 56.30% de los encuestados está de acuerdo; el 25.0% está totalmente de acuerdo y el 18.80% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

c) Pregunta 3. ¿Considera usted importante aplicar nuevos métodos para realizar sus actividades y operaciones de producción del jengibre?

**Tabla 12.**

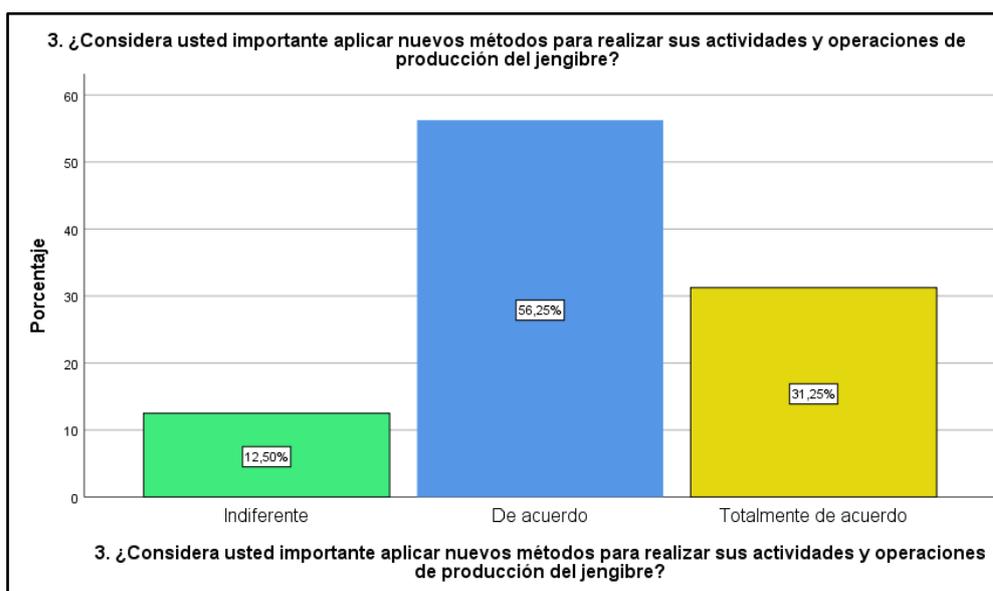
*Descripción de la pregunta 3. ¿Considera usted importante aplicar nuevos métodos para realizar sus actividades y operaciones de producción del jengibre?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferentes	2	12,5	12,5	12,5
De acuerdo	9	56,3	56,3	68,8
Totalmente de acuerdo	5	31,3	31,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 19.**

*Porcentaje de la pregunta 3. ¿Considera usted importante aplicar nuevos métodos para realizar sus actividades y operaciones de producción del jengibre?*



Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 12 y figura 19, muestran los resultados de la pregunta 3. ¿Considera usted importante aplicar nuevos métodos para realizar sus actividades y operaciones de producción del jengibre?, se observó que el 56.30% de los encuestados está de acuerdo; el 31.3% está totalmente de acuerdo y el 12.50% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

d) Pregunta 4. ¿Considera usted ventajoso implementar valor agregado al producto para satisfacer las exigencias del mercado internacional?

**Tabla 13.**

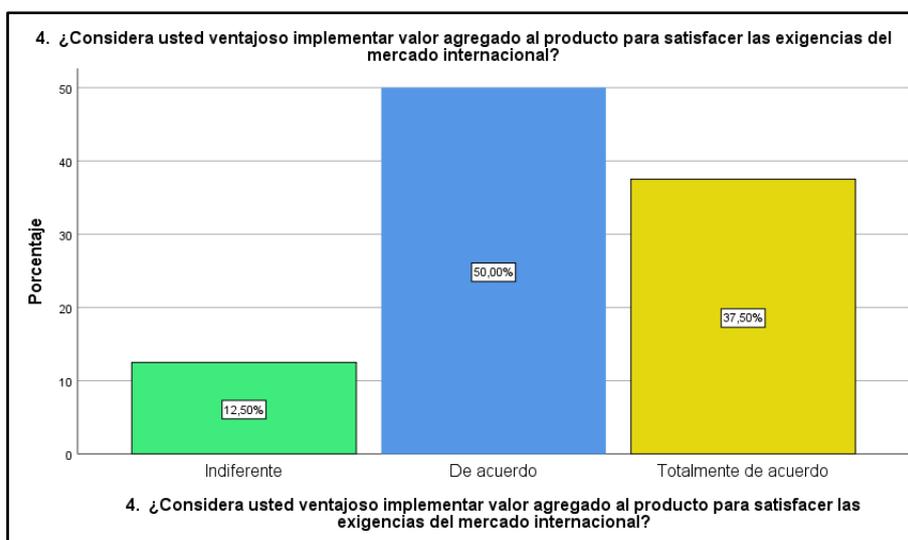
*Descripción de la pregunta 4. ¿Considera usted ventajoso implementar valor agregado al producto para satisfacer las exigencias del mercado internacional?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferentes	2	12,5	12,5	12,5
	De acuerdo	8	50,0	50,0	62,5
	Totalmente de acuerdo	6	37,5	37,5	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 20.**

*Porcentaje de la pregunta 4. ¿Considera usted ventajoso implementar valor agregado al producto para satisfacer las exigencias del mercado internacional?*



Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 13 y figura 20, son las respuestas de la pregunta 4. ¿Considera usted ventajoso implementar valor agregado al producto para satisfacer las exigencias del mercado internacional?, se observó que el 50.00% de los encuestados está de acuerdo; el 37.5% está totalmente de acuerdo y el 12.50% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

e) Pregunta 5. ¿Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto?

**Tabla 14.**

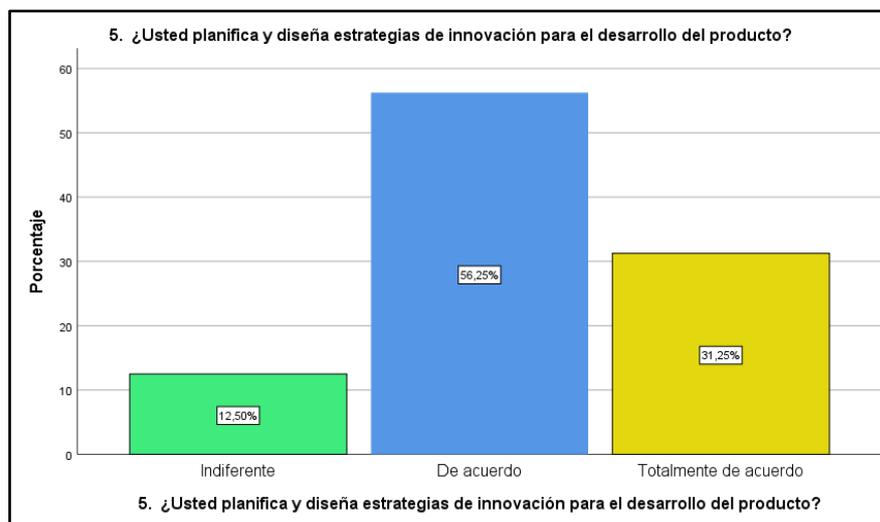
*Descripción de la pregunta 5. ¿Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferentes	2	12,5	12,5	12,5
De acuerdo	9	56,3	56,3	68,8
Totalmente de acuerdo	5	31,3	31,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 21.**

*Porcentaje de la pregunta 5. ¿Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto?*



Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 14 y figura 21, son las respuestas de la pregunta 5. ¿Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto?, se observó que el 56.30% de los encuestados está de acuerdo; el 31.3% está totalmente de acuerdo y el 12.50% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

f) Pregunta 6. ¿Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje del jengibre para el mercado internacional?

**Tabla 15.**

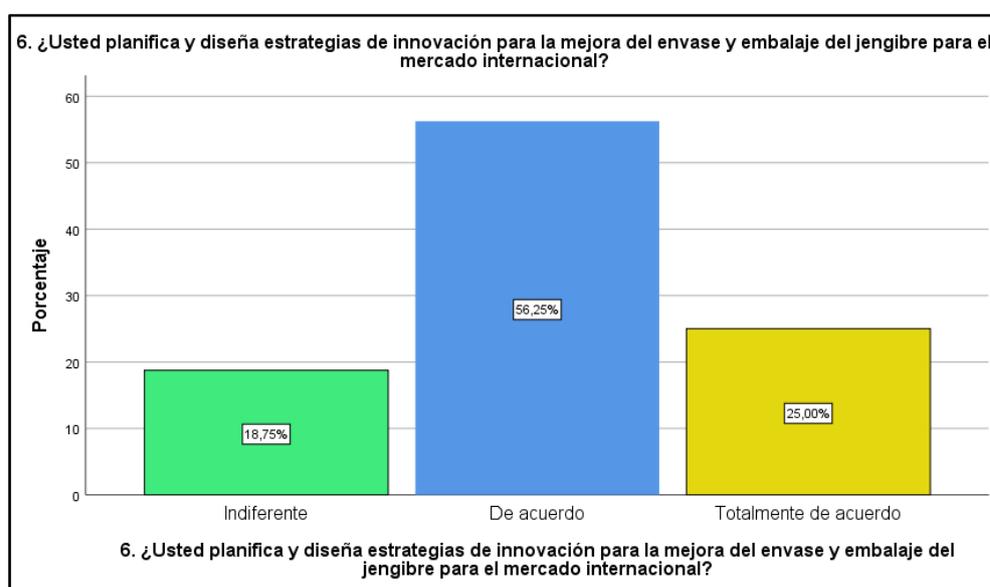
*Descripción de la pregunta 6. ¿Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje del jengibre para el mercado internacional?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferentes	3	18,8	18,8	18,8
De acuerdo	9	56,3	56,3	75,0
Totalmente de acuerdo	4	25,0	25,0	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 22.**

*Porcentaje de pregunta 6. ¿Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje del jengibre para el mercado internacional?*



Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 15 y figura 22 de la pregunta 6. ¿Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje del jengibre para el mercado internacional?, se observó que el 56.30% de los encuestados está de acuerdo; el 25.0% está totalmente de acuerdo y el 18.80% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

g) Pregunta 7. ¿Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto?

**Tabla 16.**

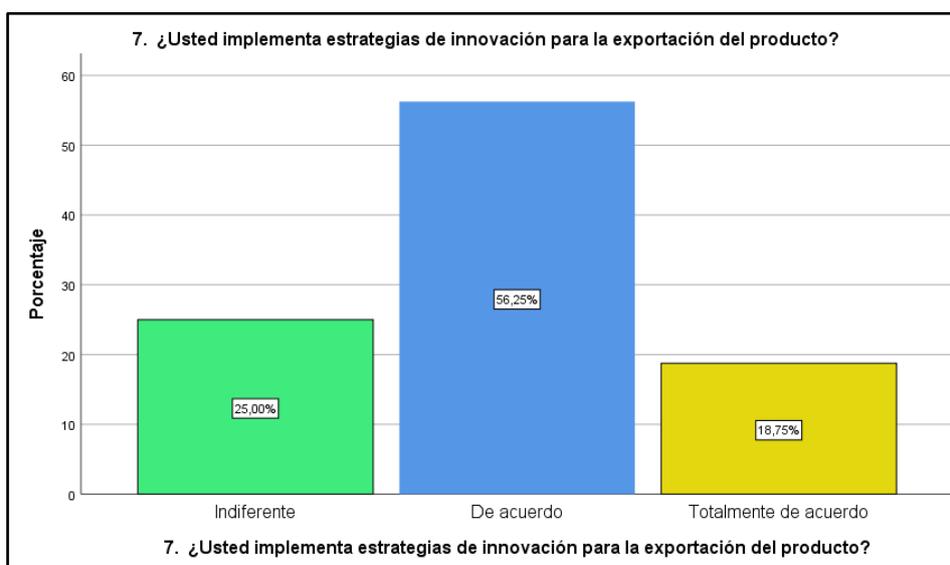
*Descripción de la pregunta 7. ¿Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferentes	4	25,0	25,0	25,0
De acuerdo	9	56,3	56,3	81,3
Totalmente de acuerdo	3	18,8	18,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 23.**

*Porcentaje de la pregunta 7. ¿Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto?*



Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 16 y figura 23, se muestran los resultados de la pregunta 7. ¿Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto?, se observó que el 56.30% de los encuestados está de acuerdo; el 25.0% está totalmente de acuerdo y el 18.80% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

h) Pregunta 8. ¿Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto?

**Tabla 17.**

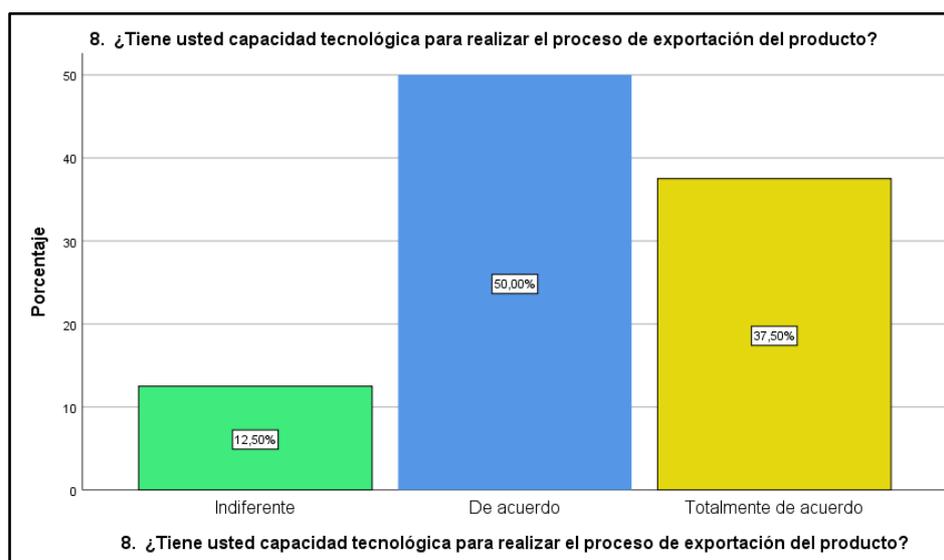
*Descripción de la pregunta 8. ¿Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferentes	2	12,5	12,5	12,5
De acuerdo	8	50,0	50,0	62,5
Totalmente de acuerdo	6	37,5	37,5	100,0
Total	16	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia.

**Figura 24.**

*Porcentaje de los datos de la pregunta 8. ¿Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto?*



*Fuente:* Elaboración propia.

Según la tabla 17 y figura 24 respuestas de la pregunta 8. ¿Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto?, se observó que el 50.00% de los encuestados está de acuerdo; el 37.5% está totalmente de acuerdo y el 12.50% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

i) Pregunta 9. ¿Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto?

**Tabla 18.**

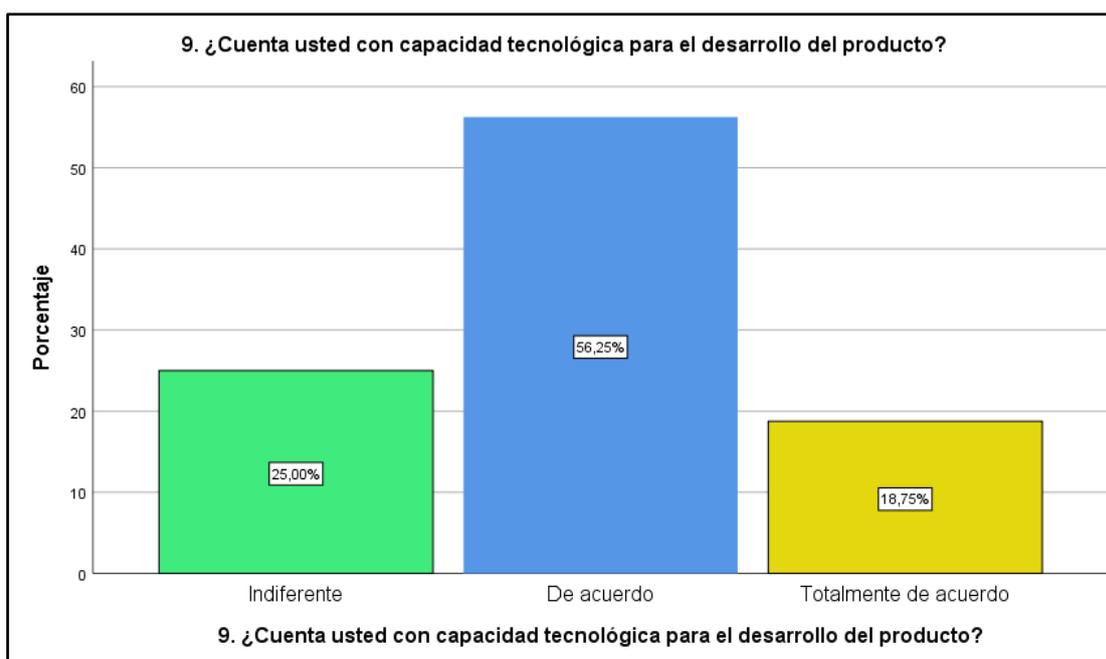
*Descripción de la pregunta 9. ¿Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferentes	4	25,0	25,0	25,0
	De acuerdo	9	56,3	56,3	81,3
	Totalmente de acuerdo	3	18,8	18,8	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia.

**Figura 25.**

*Porcentaje de los datos de la pregunta 9. ¿Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto?*



*Fuente:* Elaboración propia.

Según la tabla 18 y figura 25, se muestra los resultados de la pregunta 9. ¿Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto?, se observó que el 56.30% de los encuestados está de acuerdo; el 18.8% está totalmente de acuerdo y el 25.00% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

#### 5.2.4. Descripción de las preguntas de la variable oferta exportadora

a) Pregunta 10. ¿Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto?

**Tabla 19.**

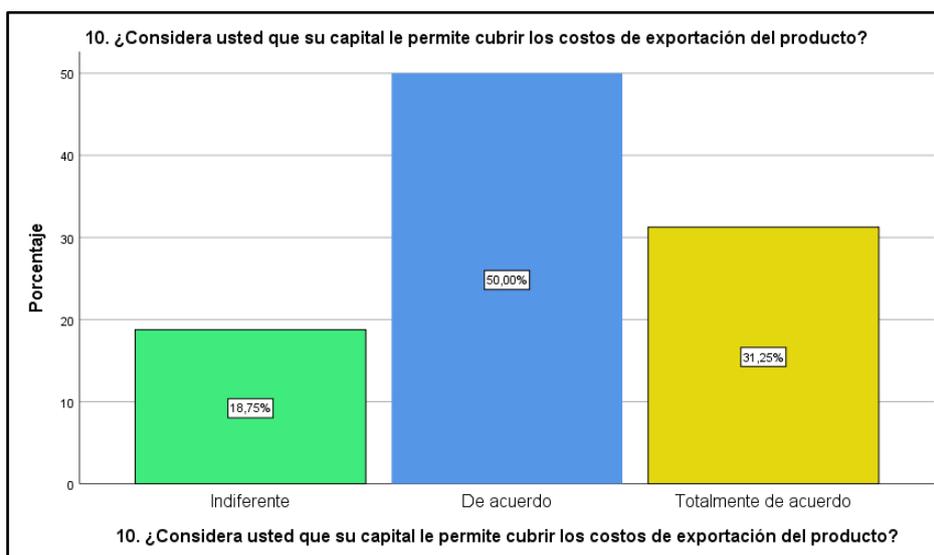
*Descripción de la pregunta 10. ¿Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indiferentes	3	18,8	18,8	18,8
	De acuerdo	8	50,0	50,0	68,8
	Totalmente de acuerdo	5	31,3	31,3	100,0
	Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 26.**

*Porcentaje de los datos de la pregunta 10. ¿Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto?*



Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 19 y figura 26, son las respuesta de la pregunta 10. ¿Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto?, se observó que el 50.00% de los encuestados está de acuerdo; el 31.3% está totalmente de acuerdo y el 18.80% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

b) Pregunta 11. ¿Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de producción?

**Tabla 20.**

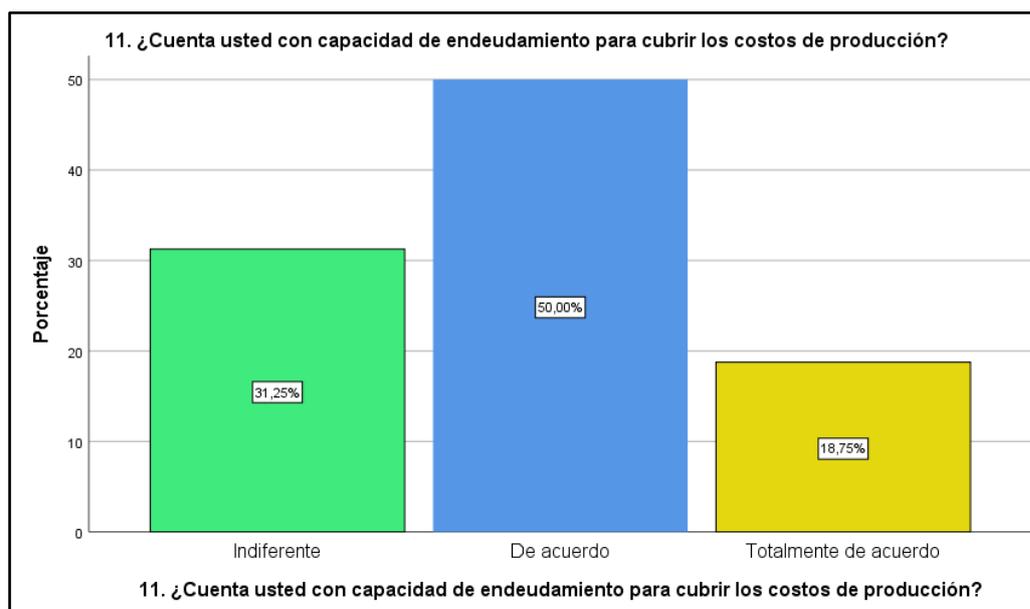
*Descripción de la pregunta 11. ¿Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de producción?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferentes	5	31,3	31,3	31,3
De acuerdo	8	50,0	50,0	81,3
Totalmente de acuerdo	3	18,8	18,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

*Fuente:* Elaboración propia.

**Figura 27.**

*Porcentaje de los datos de la pregunta 11. ¿Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de producción?*



*Fuente:* Elaboración propia.

Según la tabla 20 y figura 27, respuestas de la pregunta 11. ¿Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de producción?, se observó que el 50.00% de los encuestados está de acuerdo; el 18.8% está totalmente de acuerdo y el 31.3% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

c) Pregunta 12. ¿Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional?

**Tabla 21.**

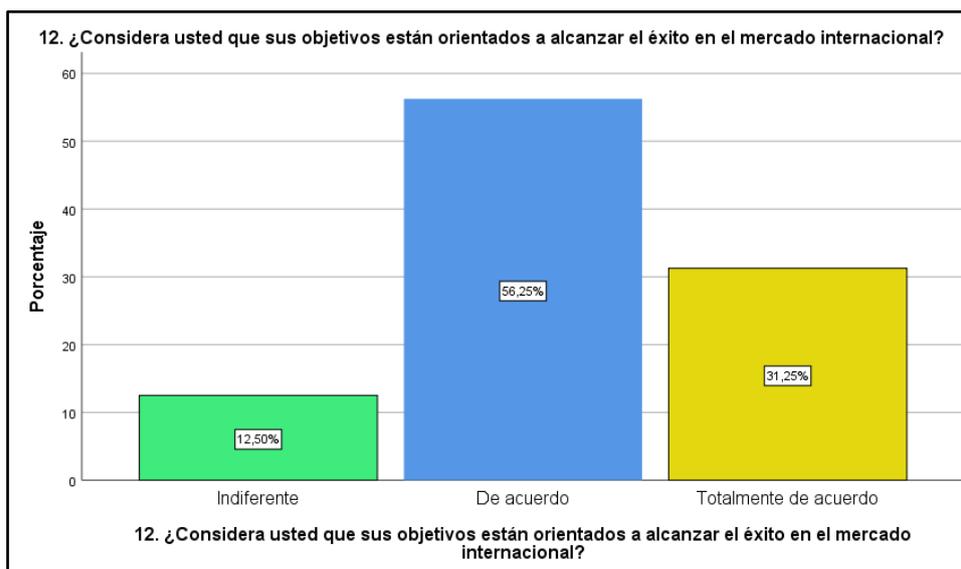
*Descripción de la pregunta 12. ¿Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferentes	2	12,5	12,5	12,5
De acuerdo	9	56,3	56,3	68,8
Totalmente de acuerdo	5	31,3	31,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 28.**

*Porcentaje de los datos de la pregunta 12. ¿Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional?*



Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 21 y figura 28, respuestas tabuladas de la pregunta 12. ¿Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional?, se observó que el 56.30% de los encuestados está de acuerdo; el 31.3% está totalmente de acuerdo y el 12.50% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

d) Pregunta 13. ¿Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar la exportación del jengibre?

**Tabla 22.**

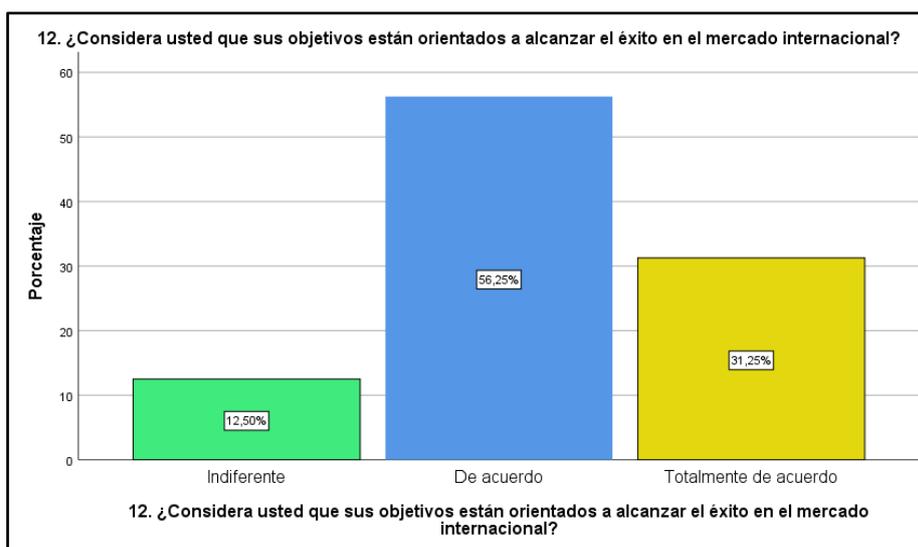
*Descripción de la pregunta 13. ¿Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar la exportación del jengibre?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferentes	4	25,0	25,0	25,0
De acuerdo	9	56,3	56,3	81,3
Totalmente de acuerdo	3	18,8	18,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 29.**

*Porcentaje de los datos de la pregunta 13. ¿Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar la exportación del jengibre?*



Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 22 y figura 29 respuestas de la pregunta 13. ¿Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar la exportación del jengibre?, se observó que el 56.30% de los encuestados está de acuerdo; el 18.80% está totalmente de acuerdo y el 25.00% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

e) Pregunta 14. ¿Considera usted necesaria la capacitación constante en temas relacionados a la exportación?

**Tabla 23.**

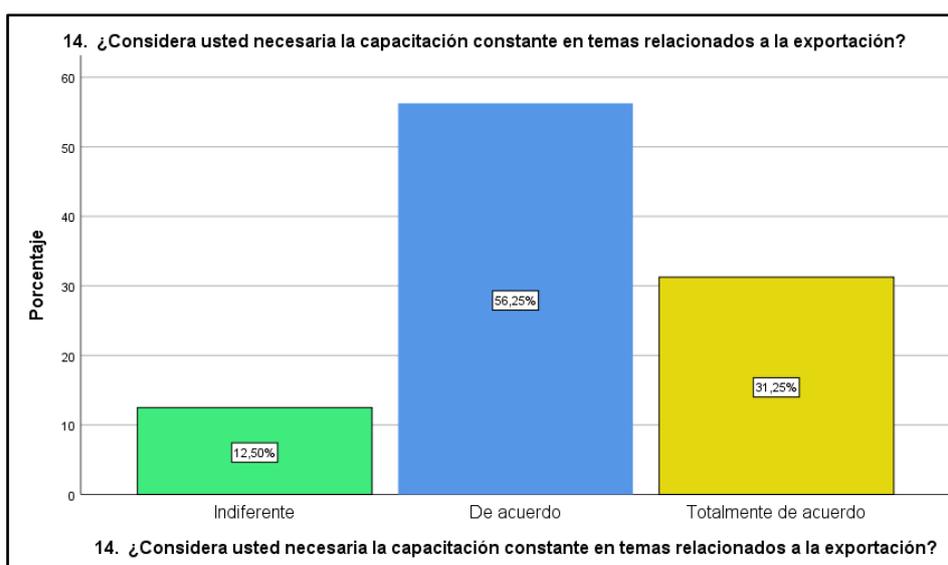
*Descripción de la pregunta 14. ¿Considera usted necesaria la capacitación constante en temas relacionados a la exportación?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferentes	2	12,5	12,5	12,5
De acuerdo	9	56,3	56,3	68,8
Totalmente de acuerdo	5	31,3	31,3	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 30.**

*Porcentaje de los datos de la pregunta 14. ¿Considera usted necesaria la capacitación constante en temas relacionados a la exportación?*



Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 23 y figura 30, tabulación de las respuestas a la pregunta 14. ¿Considera usted necesaria la capacitación constante en temas relacionados a la exportación?, se observó que el 56.30% de los encuestados está de acuerdo; el 31.30% está totalmente de acuerdo y el 12.50% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

f) Pregunta 15. ¿Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación?

**Tabla 24.**

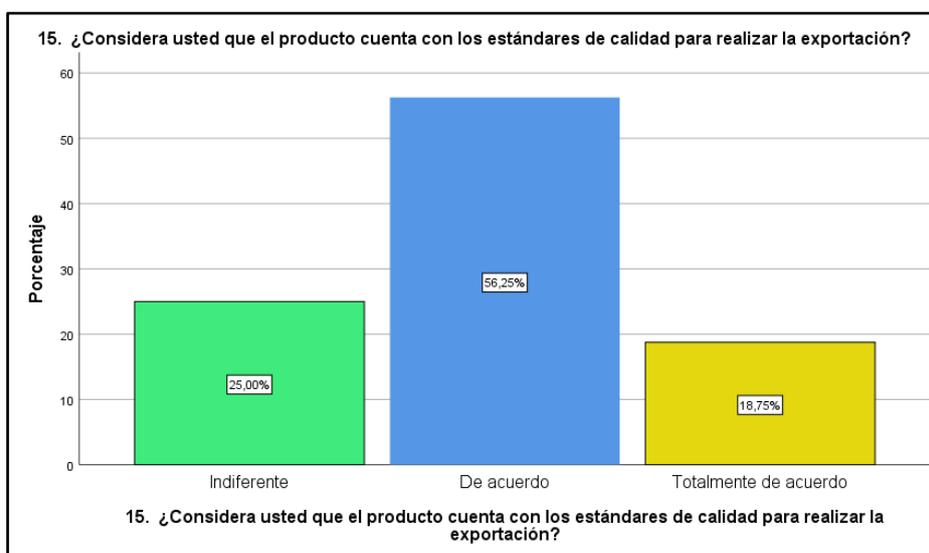
*Descripción de la pregunta 15. ¿Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Indiferentes	4	25,0	25,0	25,0
De acuerdo	9	56,3	56,3	81,3
Totalmente de acuerdo	3	18,8	18,8	100,0
Total	16	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 31.**

*Porcentaje de los datos de la pregunta 15. ¿Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación?*



Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 24 y figura 31, tabulación de respuestas de la pregunta 15. ¿Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación?, se observó que el 56.30% de los encuestados está de acuerdo; el 18.80% está totalmente de acuerdo y el 25.00% está indiferente. Por lo que más de la mitad está de acuerdo.

### **5.3. Contratación de Resultados**

Establecer la relación entre la variable capacidad de innovación (capacidad de desarrollo de producto, capacidad estratégica y capacidad metodológica) y la oferta exportadora (capacidad económica y financiera y capacidad de gestión) en los trabajadores de la Empresa Agroindustrial JAS E.I.R.L Junín, 2021

#### **5.3.1. Prueba de hipótesis general de la variable capacidad de innovación y oferta exportadora**

##### *5.3.1.1. Prueba de hipótesis general*

H0 = La capacidad de la innovación no influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

H1 = La capacidad de la innovación influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

Nivel de significación:  $\alpha = 0,05$

Estadístico de prueba: Chi – cuadrado

**Tabla 25.**

*Resultado de contingencia entre capacidad de innovación entre oferta exportadora*

		<b>Tabla cruzada Capacidad de innovación *Oferta exportable</b>			
		Oferta exportable		Total	
Capacidad de innovación	Media	Media	Alta		
		Recuento	4	0	4
	% dentro de Capacidad de innovación	100,0%	0,0%	100,0%	
	Alta	Recuento	2	10	12
	% dentro de Capacidad de innovación	16,7%	83,3%	100,0%	
Total	Recuento	6	10	16	
	% dentro de Capacidad de innovación	37,5%	62,5%	100,0%	

*Fuente:* Elaboración propia.

Podemos observar la superposición de respuestas para las variables capacidad de innovación y oferta exportable. Esta tabla de contingencia tiene como objetivo crear la prueba de chi-cuadrado y determinar si existe una correlación significativa entre la variable capacidad de innovación y oferta exportable cuando los factores son más a menudo favorables y regulares o viceversa.

**Tabla 26.**

*Resultado de Chí cuadrado de factores entre capacidad de innovación y oferta exportable*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>					
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,889 <sup>a</sup>	1	,003		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	5,689	1	,017		
Razón de verosimilitud	10,357	1	,001		
Prueba exacta de Fisher				,008	,008
Asociación lineal por lineal	8,333	1	,004		
N de casos válidos	16				

a. 3 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,50.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Se tiene el valor de probabilidad o valor de p

Cuya condición es:

Si  $p \leq \alpha$  = se rechaza la hipótesis nula

Si  $p \geq \alpha$  = se acepta la hipótesis nula

Por lo tanto:

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$

Valor de probabilidad:  $p = 0.00$

Se tiene entonces: Como  $p = 0.000 \leq 0.05$  = se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, se concluye que existe correlación significativa entre capacidad de innovación y oferta exportable, para un nivel de significancia  $\alpha = 0.05$

Se concluye: La capacidad de la innovación influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

### 5.3.1.2. Prueba de hipótesis específica una

H0 = La capacidad de desarrollo de producto no influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

H1 = La capacidad de desarrollo de producto influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

Nivel de significación:  $\alpha = 0,05$

Estadístico de prueba: Chi – cuadrado

**Tabla 27.**

*Resultado de contingencia entre capacidad de desarrollo de producto entre oferta exportadora*

		Tabla cruzada Capacidad de desarrollo de producto *Oferta exportable			
		Oferta exportable		Total	
Capacidad de desarrollo de producto	Media	Recuento	Media		Alta
				2	0
		% dentro de Capacidad de desarrollo de producto	100,0%	0,0%	100,0%
Capacidad de desarrollo de producto	Alta	Recuento	4	10	14
		% dentro de Capacidad de desarrollo de producto	28,6%	71,4%	100,0%
Total		Recuento	6	10	16
		% dentro de Capacidad de desarrollo de producto	37,5%	62,5%	100,0%

Podemos observar la superposición de respuestas para la dimensión capacidad de desarrollo de producto y oferta exportable. Esta tabla de contingencia tiene como objetivo crear la prueba de chi-cuadrado y determinar

si existe una correlación significativa entre la dimensión capacidad de desarrollo de producto y oferta exportable cuando los factores son más a menudo favorables y regulares o viceversa.

**Tabla 28.**

*Resultado de Chi cuadrado de factores entre capacidad de desarrollo de producto y oferta exportable*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>					
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,810 <sup>a</sup>	1	,051		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	1,371	1	,242		
Razón de verosimilitud	4,418	1	,036		
Prueba exacta de Fisher				,125	,125
Asociación lineal por lineal	3,571	1	,059		
N de casos válidos	16				

a. 2 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,75.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Se tiene el valor de probabilidad o valor de p

Cuya condición es:

Si  $p \leq \alpha$  = se rechaza la hipótesis nula

Si  $p \geq \alpha$  = se acepta la hipótesis nula

Por lo tanto:

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$

Valor de probabilidad:  $p = 0.00$

Se tiene entonces: Como  $p = 0.05 \leq 0.05$  = se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, se concluye que existe correlación significativa entre

capacidad de desarrollo de producto y la oferta exportadora, para un nivel de significancia  $\alpha = 0.05$

Se concluye: La capacidad de desarrollo de producto influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.IR.L. Junín, 2021.

#### *5.3.1.3. Prueba de hipótesis específica dos*

H0 = La capacidad estratégica no influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.IR.L. Junín, 2021.

H1 = La capacidad estratégica influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.IR.L. Junín, 2021.

Nivel de significación:  $\alpha = 0,05$

Estadístico de prueba: Chi – cuadrado

**Tabla 29.**

*Resultado de contingencia entre capacidad estratégica entre oferta exportadora*

<b>Tabla cruzada Capacidad estratégica *Oferta exportable</b>					
		Oferta exportable		Total	
		Media	Alta		
Capacidad estratégica	Media	Recuento	6	3	9
		% dentro de Capacidad estratégica	66,7%	33,3%	100,0%
	Alta	Recuento	0	7	7
		% dentro de Capacidad estratégica	0,0%	100,0%	100,0%
Total	Recuento	6	10	16	
	% dentro de Capacidad estratégica	37,5%	62,5%	100,0%	

Podemos observar la superposición de respuestas para la dimensión capacidad estratégica y oferta exportable. Esta tabla de contingencia tiene como objetivo crear la prueba de chi-cuadrado y determinar si existe una correlación significativa entre la dimensión capacidad estratégica y oferta exportable cuando los factores son más a menudo favorables y regulares o viceversa.

**Tabla 30.**

*Resultado de Chí cuadrado de factores entre capacidad estratégica y oferta exportable*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>					
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,467 <sup>a</sup>	1	,006		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	4,893	1	,027		
Razón de verosimilitud	9,713	1	,002		
Prueba exacta de Fisher				,011	,010
Asociación lineal por lineal	7,000	1	,008		
N de casos válidos	16				

a. 3 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,63.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Se tiene el valor de probabilidad o valor de p

Cuya condición es:

Si  $p \leq \alpha$  = se rechaza la hipótesis nula

Si  $p \geq \alpha$  = se acepta la hipótesis nula

Por lo tanto:

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$

Valor de probabilidad:  $p = 0.006$

Se tiene entonces: Como  $p = 0.006 \leq 0.05$  = se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, se concluye que existe correlación significativa entre capacidad de desarrollo de producto y la oferta exportadora, para un nivel de significancia  $\alpha = 0.05$

Se concluye: La capacidad estratégica influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.IR.L. Junín, 2021.

#### *5.3.1.4. Prueba de hipótesis específica tres*

H0 = La capacidad tecnológica no influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.IR.L. Junín, 2021.

H1 = La capacidad tecnológica influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.IR.L. Junín, 2021.

Nivel de significación:  $\alpha = 0,05$

Estadístico de prueba: Chi – cuadrado

**Tabla 31.**

*Resultado de contingencia entre capacidad estratégica entre oferta exportadora*

<b>Tabla cruzada Capacidad tecnológica*Oferta exportable</b>					
		Oferta exportable		Total	
		Media	Alta		
Capacidad tecnológica	Media	Recuento	5	0	5
		% dentro de Capacidad tecnológica	100,0%	0,0%	100,0%
	Alta	Recuento	1	10	11
		% dentro de Capacidad tecnológica	9,1%	90,9%	100,0%
Total	Recuento	6	10	16	
	% dentro de Capacidad tecnológica	37,5%	62,5%	100,0%	

Podemos observar la superposición de respuestas para la dimensión capacidad tecnológica y oferta exportable. Esta tabla de contingencia tiene como objetivo crear la prueba de chi-cuadrado y determinar si existe una correlación significativa entre la dimensión capacidad tecnológica y oferta exportable cuando los factores son más a menudo favorables y regulares o viceversa.

**Tabla 32.**

*Resultado de Chí cuadrado de factores entre capacidad tecnológica y oferta exportable*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>					
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,121 <sup>a</sup>	1	,000		
Corrección de continuidad <sup>b</sup>	8,553	1	,003		
Razón de verosimilitud	14,468	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,001	,001
Asociación lineal por lineal	11,364	1	,001		
N de casos válidos	16				

a. 3 casillas (75,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,88.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Se tiene el valor de probabilidad o valor de p

Cuya condición es:

Si  $p \leq \alpha$  = se rechaza la hipótesis nula

Si  $p \geq \alpha$  = se acepta la hipótesis nula

Por lo tanto:

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$

Valor de probabilidad:  $p = 0.00$

Se tiene entonces: Como  $p = 0.05 \leq 0.05$  = se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, se concluye que existe correlación significativa entre capacidad tecnológica y la oferta exportadora, para un nivel de significancia  $\alpha = 0.05$

Se concluye:La capacidad tecnológica influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

#### **5.4. Discusión de resultados**

Se tuvo como objetivo determinar de qué manera influye la capacidad de innovación en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021. Que estando nuestra investigación se encontró relación entre las variables concordando con la investigación de según Cisneros, Lavado, Estancio y Carhuallanqui (2021) Luego del análisis correspondiente, se logró determinar una alta correlación entre las exportaciones del jengibre y las exportaciones totales; como también con las exportaciones no tradicionales; de manera similar, una alta relación con el crecimiento de nuestra economía. Finalmente se concluye que la exportación del jengibre

constituye un factor importante en el crecimiento del comercio exterior en la economía nacional.

También guardaría relación con la investigación de Cisneros (2015) en la investigación permitió determinar el impacto de la globalización indicando que el desarrollo del sector agroindustrial se fortalecerá en la medida que se implementen una serie de estrategias que permitan a los empresarios llegar a mejores niveles de competitividad para aprovechar las oportunidades que se generan gracias a esta apertura de la economía global.

Existe coincidencia con la investigación de Gómez (2021) ha sido que las estrategias competitivas y la exportación del Jengibre durante el periodo 2015 – 2020 han sido favorables para el desarrollo económico del Perú, esto se manifiesta en el precio del jengibre, el posicionamiento del mismo, el valor FOB de la exportación y el volumen de la exportación que aportaron para que el producto tenga una tendencia favorable de consumo en el mercado internacional y del mismo modo brindando oportunidad de crecimiento para los productores en el mercado nacional.

También guarda relación con Arteaga y Llanque (2021) Los resultados señalaron que China es el mayor exportador de jengibre fresco a nivel mundial respecto al Perú, pues ha ido creciendo anualmente en los últimos 5 años, además que en el año 2020 como producto de la pandemia del COVID-19, el consumo del jengibre se incrementó exponencialmente a nivel global debido a sus propiedades para el fortalecimiento del sistema inmunológico y por la gran cantidad de antioxidantes que posee, por lo cual, entre enero y septiembre de ese año el Perú produjo 14,600 toneladas, concluyendo en que los resultados reflejan la enorme acogida que ha tenido en el mercado internacional los últimos años.

Se coincide con Quispe (2017) que la propuesta del plan de negocios ofrece un producto natural orgánico, lo cual lo hace más responsable con el medio ambiente y con los

consumidores finales. Del mismo modo, debido a su gran demanda en el mercado europeo buscan convertirse en socios claves en Alemania para poder exportar este superfood y hacer de esto una práctica sustentable en el tiempo. Donde Pérez y Zárate (2020) después del desarrollo de la investigación se afirma que, las empresas exportadoras de jengibre de Junín muestran competitividad, siendo entonces dicha investigación de suma importancia y justificable ya que a las empresas agroexportadoras les interesa conocer los puntos álgidos del proceso para mejorar diversos aspectos en sus empresas empresa y que estos cambios les puedan generar mayor rentabilidad.

Y sí coincide con Carrasco (2018) para quien, varios productos agrícolas requieren un proceso adicional después de ser cosechado ya sea un lavado y seleccionado, o que se seque para ser comercializado como en el caso de la cúrcuma, por ejemplo. La falta de plantas procesadoras o el industrializar un sector o el cultivo mismo y manejo adecuado del producto requiere financiamiento y asesoramiento que es de difícil acceso para el productor. Pese a los factores en contra, existe la oportunidad de exportar el jengibre al mercado internacional con una buena gestión y asesoría en el proceso.

## Conclusiones

1. La tesis tuvo como objetivo determinar de qué manera influye la capacidad de innovación en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021. En cuanto la hipótesis general que se planteó fue validada, por lo que, se corrobora la influencia significativa de la capacidad de innovación en la oferta exportable, con lo que se afirma que si la capacidad de innovación es aplicada en los diversos procesos de producción mejoraría el desempeño de la oferta exportable del Jengibre orgánico. Se afirma ello por cuanto se obtuvo un valor de  $p$  de 0.000, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna. Por lo que, a medida que la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. implemente estrategias, acciones y/o actividades que permita innovar en los procesos de producción, ello permitirá a mejorar el desempeño de la oferta exportable, mejorando la continuidad de la actividad, posicionándose en el mercado nacional e internacional.
2. En cuanto a la primera hipótesis específica planteada, se concluye que, la innovación enfocada al desarrollo de producto influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021, puesto que se obtuvo un valor de  $p= 0.05$ . Concluyendo que, la innovación de producto muestra la diferenciación frente a los competidores teniendo como consecuencia el aumento de fidelidad hacia el producto y marca, posicionándose en el mercado elevando así las ventas y el crecimiento.
3. Con relación a la segunda hipótesis específica planteada, se concluye que la innovación enfocada a la estrategia influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021, puesto que, se obtuvo un valor de  $p= 0.006$ . De hecho, toda organización debe considerar el pensamiento innovador ya que puede ayudar a la gerencia a predecir el mercado, mantenerse al día

con las necesidades de los clientes, posicionarse estratégicamente creando valor para el cliente, aumentando la cuota del mercado, accediendo a mercados.

4. Con relación a la tercera hipótesis específica planteada, se concluye que la innovación enfocada a la tecnología influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021, puesto que, se obtuvo un valor de  $p= 0.05$ . La tecnología es un activo que las organizaciones deben considerar ya que permite lograr la optimización y mejora de la producción, organización, despacho, ventas, etc, además reduciendo el trabajo manual, disminuyendo errores y aumentando la productividad, es por ello que, el uso de la innovación de la tecnología concerniente a la exportación del jengibre permitirá la diversificación a nuevos mercados con optimización.

### **Recomendaciones**

1. Se recomienda que como parte de las actividades de producción y exportación del jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. implemente la innovación en el día a día, ya que, permitirá mejorar la oferta exportable con mercados internacionales, por ende, se conseguirá crecimiento en ventas, posicionamiento, nueva participación en mercados internacionales, etc.
2. La innovación de productos se debe tener en consideración haciendo uso de las 4'p (precio, producto, plaza y promoción), pues dicha innovación no implica al desarrollo de nuevos productos, sino, innovar sobre los ya existentes, aportando novedades que nadie más en el mercado la tenga, evaluando las necesidades reales del cliente, el nivel de aceptación, bajo un plan de marketing y comunicación.
3. Para promover la innovación de estrategias se recomienda hacer charlas motivacionales, talleres de mejora en la capacidad innovadora, a fin de mejorar la capacidad de desarrollo de productos, capacidad estratégica y capacidad tecnológica, en los trabajadores, ya que no se debe dejar de prestar atención a los empleados, conocer cómo se sienten y otorgar herramientas con objetivos claros y de desarrollo de inteligencia con la finalidad de que puedan tener un crecimiento profesional y personal, de tal manera que puedan tener ideas que les permita innovar en la empresa. Las capacitaciones deberán ser realizadas por los propios jefes mensualmente, una hora por semana y un periodo bimestral logrando así mejoras en el desempeño organizacional además que, el personal encargado en el Área de Recursos Humanos de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, deberá tomar las consideraciones debidas para el personal nuevo ingresante a la empresa ya mencionada, ya que, ciertas acciones permitirán al nuevo colaborar conocer la empresa, su cultura, responsabilidades diarias,

conocimiento del organigrama de la empresa, además de recibir información que le permitirán sentirse cómodo mientras se aclimata a la entidad.

4. Se recomienda implementar programas de mercadeo que les permita potenciar la innovación vía internet como Facebook, Instagram, LinkedIn, en donde se da la opción de realizar ventas on line integrando los medios y comunicación suficientes para que el cliente logre el objetivo. Adicionalmente a ello, se recomienda buscar estrategias de innovación con actores externos con la finalidad de sobrellevar los altos costos de inversión para innovar, y poder realizar actividades de I+D; a la vez, dar continuidad a las misiones tecnológicas, a través de eventos digitales y en colaboración que el gobierno peruano otorga.

## Referencias

- Acosta Prado, J. C., & Luiz Fischer, A. (2013). Condiciones de la gestión del conocimiento, capacidad de innovación y resultados empresariales. Un modelo explicativo. *Conditions of knowledge management, innovation capability and firm performance. An explicative model*. Universidad de Sao Paulo, Sao Paulo, Brasil. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762013000200003](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762013000200003)
- Aguilar Mora , V. A., & López, A. F. (2014). *"Estrategias para incrementar la oferta exportable ecuatoriana de cacao con certificación orgánica al mercado francés"*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://201.159.223.180/bitstream/3317/2804/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-102.pdf>
- Alarcón, S., & Mamani, C. (julio de 2019). *Diagnóstico y análisis de las capacidades de gestión para la exportación de una MYPE familiar caso: Grupo Agro SUR PERÚ S.A.C.* Obtenido de [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14750/ALARC%c3%93N\\_JIM%c3%89NEZ\\_MAMANI\\_CRUZ.pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/14750/ALARC%c3%93N_JIM%c3%89NEZ_MAMANI_CRUZ.pdf?sequence=6&isAllowed=y)
- Arteaga, X., & Llanque, E. (2021). "Producción y exportación de jengibre en la región de Junín hacia el mercado de EE.UU, 2016-2022". (*Tesis de Licenciatura*). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83342/Arteaga\\_SXA-Llanque\\_CEL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83342/Arteaga_SXA-Llanque_CEL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ávila Macedo, J. J. (2006). *Economía*. Jalisco, México: Umbral S.A. Obtenido de <https://books.google.com.pa/books?id=0KksqC7ymJcC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>

- Ávila, J. (2006). *Economía*. México: Umbral Editorial.
- Bassat, L. (2011). *Inteligencia comercial*. Barcelona: Plataforma.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Bravo, & Herrera. (2009). "Capacidad de innovación y configuración de recursos organizativos". (*Artículo científico*). Universidad Politécnica de Catalunya; Universidad de León, Cataluña: León, España. Obtenido de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/8132/102.pdf>
- Camacho. (2022). *La influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarichirí el año 2021*. Lima, Perú. Obtenido de [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10167/camacho\\_qmadr.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10167/camacho_qmadr.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Camacho Quispe, M. A. (2022). *"La influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable de la chirimoya en San Mateo de Otao, Huarochirí el año 2021"*. Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú. Obtenido de [file:///C:/Users/practicanterh04/Downloads/camacho\\_qmadr%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/practicanterh04/Downloads/camacho_qmadr%20(2).pdf)
- Carrasco Tieliahuanca, M. (2018). "Factores limitantes y oportunidades para la exportación del jengibre en la región Junín en el período 2013 - 2017". (*Tesis de licenciatura*). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41871/Carrasco\\_TM\\_P.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41871/Carrasco_TM_P.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cisneros Santos, G. (2015). "El comercio exterior y el desarrollo agroindustrial en el Perú (2000-2012)". (*Artículo científico*). Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco. Obtenido de [https://www.google.com/search?gs\\_ssp=eJzj4tLP1TdILjAqLzMOYPRSL83LLEst](https://www.google.com/search?gs_ssp=eJzj4tLP1TdILjAqLzMOYPRSL83LLEst)

Ks5MSUxRyEtMzszPS8xRyEgtys3MycxXKEvMScmsOrwwDwDrYRPN&q=universidad+nacional+hermilio+valdiz%C3%A1n&rlz=1C1ALOY\_esPE1002PE1002&oq=univrsidad+nacional+hermilio+&aqs=chrome.1.69i57j46i13i51

Cisneros, Lavado, Estancio, & Carhuallanqui. (2021). "El jengibre y su relación con el comercio exterior en la economía peruana 2010 - 2019". (*Revista de investigación*). Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos Atahualpa, Junín, Perú ; Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco, Perú, Junín; Huánuco. Obtenido de <https://revistas.unheval.edu.pe/index.php/riv/article/view/909/1038>

COMEXPERU. (11 de febrero de 2022). *Agroexportaciones no tradicionales crecieron un 18.1% en 2021*. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/agroexportaciones-no-tradicionales-crecieron-un-181-en-2021#:~:text=La%20recuperaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica%20experimentada%20en,18.1%25%20con%20respecto%20a%202020>.

Coronel Nuñez, K. R. (2017). *Factores que determinan la oferta exportable de una fresca en el Perú: 2000- 2015*". Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú. Obtenido de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12996/2674/E71-C67-T.pdf?sequence=1>

Dzul, M. (2016). *Diseño no experimental*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Presentaciones/licenciatura\\_en\\_mercadotecnia/fundamentos\\_de\\_metodologia\\_investigacion/PRES38.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf)

Editorial Economía. (Mayo de 2013). Obtenido de <https://economia.org/proceso.php>

El Comercio. (16 de febrero de 2021). *Kión peruano sigue creciendo en exportaciones, ¿a qué se debe este 'boom' en el mercado extranjero?* Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/kion-peruano-sigue-creciendo-en-exportaciones-a-que-se-debe-este-boom-en-el-mercado-extranjero-jengibre-peruano-ncze-noticia/>

Euro Innova International Online Education. (s.f.). Obtenido de <https://www.euroinnova.pe/blog/que-es-un-negocio>

Fernandez, C., Baptista, P., & Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mcgraw-hill.

Ferruz, L. (2000). *La Rentabilidad y el Riesgo en las Inversiones Financieras*. Colombia.

Gómez Rivera, D. R. (2021). "El Impacto de las Estrategias de Competitividad en las exportaciones del jengibre peruano, período 2015-2020". (*Tesis de licenciatura*). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67609/Gomez\\_RDR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67609/Gomez_RDR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Guías jurídicas Wolters Kluwer. (s.f.). *Wolters Kluwer.es*. Obtenido de [https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAA AAAAAEAMtMSbF1jTAAASmjU0NLtbLUouLM\\_DxbIwMDS0NDA1OQQGZ apUt-ckhlQaptWmJOcSoAf8jbWTUAAAA=WKE](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAA AAAAAEAMtMSbF1jTAAASmjU0NLtbLUouLM_DxbIwMDS0NDA1OQQGZ apUt-ckhlQaptWmJOcSoAf8jbWTUAAAA=WKE)

Infinitia Industrial Consulting. (17 de Noviembre de 2021). Obtenido de <https://www.infinitiaresearch.com/noticias/estrategias-desarrollo-de-producto-ventajas/#:~:text=La%20estrategia%20de%20desarrollo%20de,rentabilidad%20y%20mejorar%20los%20beneficios.>

- Larrea Castro , H., Ugaz, G. C., & Flórez, F. M. (2018). *El sistema de Agronegocios en el Perú: De la agricultura familiar al negocio agroalimentario*. Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria A.C., México. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/141/14158242001/14158242001.pdf>
- López, A., Ramos, D., & Torre, I. (2009). *Las exportaciones de servicios de América Latina y su integración en las cadenas globales de valor*. Obtenido de Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).: <https://www.researchgate.net/publication/267235636>
- MIDAGRI. (2020). *Perspectivas del comercio exterior agrario*. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1398011/Perspectivas%20de%20comercio%20exterior%20agrario%20en%20el%20marco%20de%20la%20declaraci%C3%B3n%20de%20emergencia%20nacional%20COVID-19.pdf>
- MINCETUR. (2021). *Reporte de Comercio Regional*. Obtenido de 2021, Primer Semestre : <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2469260/RCR%20-%20Jun%C3%ADn%202021%20-%20I%20Semestre.pdf>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2015). *MIDAGRI.GOB.PE*. Obtenido de <https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2015). *MIDAGRI.GOB.PE*. Obtenido de <https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar/532-definicion-de-oferta-exportable>
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (Diciembre de 2020). *MIDAGRI.GOB.PE*.
- Nivelo Zhagñay, B. (2021). *"Obtención de un plástico biodegradable a partir del almidón de jengibre para su uso en el embalaje de alimentos"*. Escuela Superior Politécnica

- de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/16764/1/96T00684.pdf>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la Investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- OMC. (2022). Estadísticas y perspectivas comerciales El conflicto entre Rusia y Ucrania pone en peligro la frágil recuperación del comercio mundial. *OMC*, 1-11.
- Palomino H, M. (2021). *Evaluación de la gestión económica y financiera y su implicancia en la rentabilidad en la clínica de ojos sac. Chiclayo, 2017* . Obtenido de Universidad Señor de Sipán: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8153/Palomino%20Hurtado%20de%20Rojas%20Misva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez, & Zárate. (2020). La competitividad de las empresas exportadoras del jengibre de la región Junín - 2019. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Continental, Huancayo, Perú. Obtenido de [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7712/2/IV\\_FIN\\_107\\_TE\\_Perez\\_Zarate\\_2020.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/7712/2/IV_FIN_107_TE_Perez_Zarate_2020.pdf)
- Quispe Romero , M. (2017). "Exportación de Jengibre fresco orgánico al mercado de Berlín - Alemania". (*Tesis de Licenciatura*). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú . Obtenido de [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2919/quispe\\_rmt.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2919/quispe_rmt.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Resico, M. (2010). *Introducción a la Economía Social de Mercado*. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung.

- Rodas, & Vilca. (2019). *"Relación entre la capacidad de innovación y el desempeño exportador de Mypes exportadoras de Pota 2018"*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú. Obtenido de [file:///C:/Users/practicanterh04/Downloads/2019\\_Rodas-Alvites%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/practicanterh04/Downloads/2019_Rodas-Alvites%20(2).pdf)
- Rojo, M., Padilla, A., & Riojas, R. (2019). La innovación y su importancia. *Uisrael Revista científica* , 9-21.
- Silva, D. D. (Ed.). (03 de Agosto de 2020). *Artículo ¿Qué es un cliente potencial? Su importancia y cómo convertirlo en cliente real.* . (Web Content & SEO Associate) Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-cliente-potencial/>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (17 de Marzo de 2009). *SUNAT.GOB.PE.* Obtenido de [https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02\\_v6.htm](https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/exportacion/exportac/procGeneral/despa-pg.02_v6.htm)
- Tam, J., Vera, G., & Oliveros , R. (2008). Tipos, métodos y estrategias de investigación científica. *Escuela de posgrado, pensamiento y accion*, 145-154.
- Tamayo , M., & Tamayo. (2003). *El proceso de la Investigación científica*. México D.F.: Editorial Limusa S.A.
- Vásquez , L., & Carrión , J. (2019). *Modelo de asociatividad de pequeños productores de mango del distrito de Motupe, región Lambayeque, para mejorar su oferta exportable con valor agregado*. Obtenido de Tesis de licenciatura, Universidad Sr. De Sipán: [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5820/hurtado\\_lge.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5820/hurtado_lge.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Vergara, S. (2021). *"El papel de las capacidades productivas y tecnológicas en la dinámica de las exportaciones de los países en desarrollo"*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47075/1/RVE133\\_Vergara.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47075/1/RVE133_Vergara.pdf)
- Vicente, Abrantes, Seabra, & Teixeira. (2015). *measuring innovation capability in exporting firms: The innovscale*. Polytechnic Institute of Viseu, Portugal. Obtenido de <http://www.lcbr-archives.com/media/files/Paper-Escala.pdf>
- Zamora, A. I. (2011). *Rentabilidad y Ventaja Comparativa*. Michoacan: EAE Editorial Academia Española.
- Zans, W. (2009). *Estados Financieros, Formulación, Análisis e Interpretación*. Lima, Perú: San Marcos EIRL.

## **Apéndices**

## Apéndice A: Matriz de consistencia

La influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable del jengibre orgánico de la empresa Agroindustrias JAS E.I.R.L. Junín, 2021

Problema general	Objetivo general	Hipotesis general	Variables	Metodología
¿De qué manera influye la capacidad de innovación en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021?	Determinar de qué manera influye la capacidad de innovación en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021.	La capacidad de la innovación influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021.	<b><u>Independiente.</u></b> X = Capacidad de Innovación	<b>Enfoque de Investigación</b> Cuantitativo
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipotesis específicas</b>	<b><u>Dependiente.</u></b> Y = Oferta exportable	<b>Método de Investigación</b> Método general
P.E.1. – ¿Cuál es la relación entre la capacidad de desarrollo de producto en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021?	O.E.1. – Conocer cuál es la relación entre la capacidad de desarrollo de producto en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021	H.E.1. – La capacidad de desarrollo de producto influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021.		<b>Tipo de investigación</b> Básica
P.E.2. – ¿De qué manera influye la capacidad estratégica en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021?	O.E.2. Determinar de qué manera influye la capacidad estratégica en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021	H.E.2. – La capacidad estratégica influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021.		<b>Nivel de investigación</b> Explicativa
P.E.3. – ¿De qué manera influye la capacidad tecnológica en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021?	O.E.3. – Determinar de qué manera influye la capacidad tecnológica en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021	H.E.3. – La capacidad tecnológica influye significativamente en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021.		<b>Diseño de investigación</b> No experimental
				<b>Población:</b> 160 agricultores de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L.
				<b>Muestra:</b> 83 agricultores de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L.
				<b>Técnicas de recolección de datos</b> - Encuesta

## Apéndice B. Cuestionario de recolección de datos

Universidad Continental

Facultad de ciencias de la empresa

TEMA:

**La influencia de la capacidad de innovación en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021”**

Nombre y apellido del encuestado: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Ciudad \_\_\_\_\_

Estimado Colaborador.

Se ha diseñado el siguiente cuestionario con el objetivo de determinar de qué manera influye la capacidad de innovación en la oferta exportable del Jengibre orgánico de la empresa AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. Junín, 2021.

Es importante que lea cuidadosamente las preguntas y conteste lo que usted considere correcto.

Instrucciones: Lea las siguientes preguntas y responda utilizando la siguiente escala, marque con un aspa el número que contenga la respuesta elegida.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

1	Asume usted un compromiso de innovación para el desarrollo de su producto para la exportación.						
2	Conoce usted los estándares internacionales para la exportación del jengibre.						
3	Considera usted importante aplicar nuevos métodos para realizar sus actividades y operaciones de producción del jengibre.						
4	Considera usted ventajoso implementar valor agregado al producto para satisfacer las exigencias del mercado internacional.						
5	Usted planifica y diseña estrategias de innovación para el desarrollo del producto.						
6	Usted planifica y diseña estrategias de innovación para la mejora del envase y embalaje del jengibre para el mercado internacional.						
7	Usted implementa estrategias de innovación para la exportación del producto.						
8	Tiene usted capacidad tecnológica para realizar el proceso de exportación del producto.						

9	Cuenta usted con capacidad tecnológica para el desarrollo del producto.					
10	Considera usted que su capital le permite cubrir los costos de exportación del producto.					
11	Cuenta usted con capacidad de endeudamiento para cubrir los costos de producción.					
12	Considera usted que sus objetivos están orientados a alcanzar el éxito en el mercado internacional.					
13	Considera usted que cuenta con habilidades y capacidades para realizar la exportación del jengibre.					
14	Considera usted necesaria la capacitación constante en temas relacionados a la exportación.					
15	Considera usted que el producto cuenta con los estándares de calidad para realizar la exportación.					

*Gracias por su atención*

## Apéndice C. Validación de cuestionario de recolección de datos



**Universidad  
Continental**

**FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO**

Considerando que el/la estudiante, en la asignatura Seminario Tesis I, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Seminario Tesis II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada: **LA INFLUENCIA DE LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN EN LA OFERTA EXPORTABLE DEL JENGIBRE ORGÁNICO DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. JUNÍN, 2021**

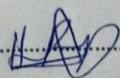
**Instrucciones:** Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento						PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)									
5 = Óptimo 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				
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.					X					X	X				
Sumatoria Parcial					50					50	9				
Sumatoria Total					50					50	9				

**Observaciones:**  
.....  
.....

**Nombres y Apellidos del Experto:** Helen Marlen Rojas Pérez **Especialidad:** Inj. Industrias Alimentarias

**DNI:** 47644912 **Nro. Celular:** 983500475

**Firma:** 



**ROJAS PEREZ HELEN MARLEN**  
ING. EN INDUSTRIAS ALIMENTARIAS  
CIP Nº 247292

### ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

#### Apreciación del experto sobre el

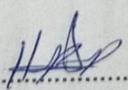
**cuestionario:** Se recomienda considerar como población a otras áreas de la empresa (área de ventas, área de calidad o producción), dado que tienen conocimientos más técnicos con respecto a innovación y oferta exportable.

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	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	X	

Nombres y Apellidos del Experto: Helen Marlen Rojas Perez

Teléfono: 983 500 475

DNI: 47644912

Firma: 



ROJAS PEREZ HELEN MARLEN  
ING. EN INDUSTRIAS ALIMENTARIAS  
CIP Nº 247297



### FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

**Considerando** que el/la estudiante, en la asignatura Seminario Tesis I, debe elaborar su instrumento de medición con la finalidad de que en la asignatura Seminario Tesis II ejecute tal proyecto; se solicita la validación respectiva, para la cual el/la estudiante debe adjuntar el instrumento de recolección de datos y la matriz de consistencia, de la investigación titulada: **LA INFLUENCIA DE LA CAPACIDAD DE INNOVACIÓN EN LA OFERTA EXPORTABLE DEL JENGIBRE ORGÁNICO DE LA EMPRESA AGROINDUSTRIAS JAS E.I.R.L. JUNÍN, 2021**

**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
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.				x						x					x
Sumatoria Parcial				8	40					50					50
Sumatoria Total				48						50					50

**Observaciones:**

Ninguno.....  
.....

**Nombres y Apellidos del Experto:** Kelly Yauricasa Motta

**Especialidad:** Ing. Industria Alimentarias

**DNI.:** 42244260

**Nro. Celular:** 967537240

**Firma:**

Kelly Yauricasa Motta  
ING. INDUSTRIA ALIMENTARIAS  
CIP: 151907

**ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS**

**Apreciación del experto sobre el**

**cuestionario:**.....

.....

.....

<b>Criterios de Evaluación</b>	<b>Correcto</b>	<b>Incorrecto</b>
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	
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	x	

**Nombres y Apellidos del Experto: Kelly Yauricasa Motta**

**Teléfono: 967537240**

**DNI.: 42244260**

**Firma:**



Kelly Yauricasa Motta  
ING. EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN  
CIP: 18193

**Apéndice D. Organigrama del personal jerárquico de la empresa Agroindustrial JAS E.I.R.L.**