

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA

Escuela Académico Profesional de Administración y Negocios Internacionales

Tesis

**Capacidad exportadora y su aporte a la oferta de
empresas exportadoras de jengibre de la región Junín,
2020-2022**

Patricia Huaman Torres

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

Huancayo, 2024

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



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

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A : Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa
DE : Ma. Pedro Bernabe Venegas Rodriguez
Asesor de trabajo de investigación
ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación
FECHA : 20 de Diciembre de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

Título:

Capacidad exportadora y su aporte a la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022

Autores:

1. Patricia Huaman Torres – EAP. Administración y Negocios Internacionales

Se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 12 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- | | | | | |
|---|----|-------------------------------------|----|-------------------------------------|
| • Filtro de exclusión de bibliografía | SI | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | <input type="checkbox"/> |
| • Filtro de exclusión de grupos de palabras menores
Nº de palabras excluidas (en caso de elegir "SI"): 15 | SI | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | <input type="checkbox"/> |
| • Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante | SI | <input type="checkbox"/> | NO | <input checked="" type="checkbox"/> |

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,

La firma del asesor obra en el archivo original
(No se muestra en este documento por estar expuesto a publicación)

Asesor

Ma. Pedro Bernabe Venegas Rodríguez

0000-0001-9806-6419

Dedicatoria

Esta investigación va dedicada a mis padres y a mi hermana, por su apoyo emocional y económico en este camino profesional.

Patricia

Agradecimientos

Primeramente, quiero agradecer a los cuatro gerentes generales de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín que me abrieron sus puertas para poder realizar mi investigación, permitiéndome desarrollarme profesionalmente.

Segundo, a mi asesor de esta investigación, Mag. Pedro Bernabe Venegas Rodríguez, con su asesoría, consejo y paciencia, me permitieron completar esta investigación.

Finalmente, a mis padres y a mi hermana que me apoyaron incondicionalmente para efectuar mi investigación.

Patricia

Tabla de Contenidos

Tabla de contenidos	ii
Resumen	x
Abstract	xi
Introducción	xii
Capítulo I: Planteamiento del estudio	1
1.1. Escenario de la investigación	1
1.1.1. Territorial.....	1
1.1.2. Temporal.....	2
1.1.3. Conceptual.....	2
1.1.4. Experiencia y rol del investigador.....	2
1.2. Situación problemática	3
1.2.1. Antecedentes de la investigación.....	3
1.2.2. Caracterización de los sujetos informantes y objeto de estudio.....	7
1.2.3. Caracterización del problema.....	8
1.3. Formulación del problema.....	13
1.3.1. Problema general.....	13
1.3.2. Problemas específicos.....	13
1.4. Propósitos de la Investigación	14
1.4.1. Propósito general.....	14
1.4.2. Propósitos específicos.....	14
1.5. Justificación de la investigación.....	15
1.5.1. Justificación teórica.....	15
1.5.2. Justificación práctica.....	15
Capitulo II: Estado del arte	17

2.1. Revisión literaria	17
2.1.1. Capacidad exportadora.....	17
2.1.2. Oferta exportable.....	21
2.1.3. Emergencia sanitaria en el Perú.....	27
2.2. Marco conceptual	27
Capítulo III: Metodología	29
3.1. Enfoque de la investigación	29
3.2. Paradigma de la investigación.....	29
3.3. Métodos de investigación.....	30
3.3.1. Método general.....	30
3.3.2. Método específico.....	30
3.4. Sistema de categorías apriorísticas.....	30
3.5. Selección de los sujetos informantes y objetos de estudio.....	31
3.6. Técnicas de producción de información.....	33
3.7. Técnicas de análisis de la información.....	34
Capítulo IV: Resultados.....	35
4.1. Descripción del trabajo de campo	35
4.1.1. Descripción de la entrevista de los sujetos informantes.....	35
4.1.2. Descripción de la entrevista a los expertos.....	38
4.2. Análisis de los resultados	40
4.2.1. Resultados de los sujetos informantes.....	40
4.2.2. Resultados del análisis documental de la capacidad exportadora.....	52
4.2.3. Resultados de la guía de observación de la capacidad exportadora.....	53
4.2.4. Resultados de los expertos sobre la capacidad exportadora.....	56
4.2.5. Resultados de análisis de datos de la encuesta de la oferta exportable.....	61

4.3. Triangulación de datos recogidos.....	65
4.3.1. Triangulación de los resultados de los sujetos informantes.	66
4.3.2. Triangulación de los resultados de los expertos sobre la capacidad exportadora.	83
4.3.3. Triangulación de los resultados de la observación sobre la capacidad exportadora.	85
4.4. Triangulación de la realidad.....	89
4.4.1. Triangulación 1: Contrastación entre entrevistas a los sujetos informantes y análisis documental.	89
4.4.2. Triangulación 2: Contrastación entre los resultados de la triangulación 1 y los resultados de la observación.....	94
4.4.3. Triangulación 3: Contrastación entre los resultados de la triangulación 2 y los resultados de las entrevistas a expertos.	96
4.5. Sistema de categorización emergente	98
4.5.1. Categorías emergentes de la capacidad de gestión administrativa.....	98
4.5.2. Categorías emergentes de la capacidad de la gestión productiva y logística.	102
4.5.3. Categorías emergentes de la capacidad de la gestión de los mercados internacionales y logística exportadora.	105
4.5.4. Categorías emergentes de la capacidad de gestión económica y financiera.	109
4.5.5. Categorías emergentes de la oferta exportable.....	112
4.6. Interpretación de los hallazgos	114
4.6.1. Discusión de resultados.....	114
4.6.2. Hallazgos principales.	121
Conclusiones	122
Recomendaciones	125
Referencias.....	128
Apéndice A	134

Apéndice B	135
Apéndice C	142
Apéndice D	144
Apéndice E	146
Apéndice F	150
Apéndice G	155
Apéndice H	167
Apéndice I	170
Apéndice J	176
Apéndice K	177

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Principales mercados de exportación del Perú de la S.P.A. 0910.11.00.00. en valor FOB USD. 2019-2021</i>	11
Tabla 2 <i>Principales empresas exportadoras de la S.P.A. 0910.11.00.00 en valor FOB 2019-2021</i>	12
Tabla 3 <i>Elección de categorías a priori de la capacidad exportadora</i>	21
Tabla 4 <i>Ficha técnica del jengibre fresco</i>	24
Tabla 5 <i>Sistema de categorías apriorísticas de la capacidad exportadora</i>	31
Tabla 6 <i>Descripción de los sujetos informantes y objetos de estudio</i>	32
Tabla 7 <i>Descripción de los expertos</i>	33
Tabla 8 <i>Técnicas de recopilación de información</i>	33
Tabla 9 <i>Ficha técnica del gerente de la empresa Elisur Organic S.A.C</i>	35
Tabla 10 <i>Ficha técnica del gerente de la empresa JCH Organic S.A.C</i>	36
Tabla 11 <i>Ficha técnica del gerente de la empresa La Campiña Perú S.A.C</i>	37
Tabla 12 <i>Ficha técnica del gerente de la empresa Nativa Organics S.A.C</i>	38
Tabla 13 <i>Ficha técnica del primer experto</i>	39
Tabla 14 <i>Ficha técnica del segundo experto</i>	39
Tabla 15 <i>Resultados de la entrevista de la empresa Elisur Organic S.A.C</i>	41
Tabla 16 <i>Resultados de la entrevista de la empresa JCH Organic S.A.C</i>	43
Tabla 17 <i>Resultados de la entrevista de la empresa La Campiña Perú S.A.C</i>	45
Tabla 18 <i>Resultados de la entrevista de la empresa Nativa Organics S.A.C</i>	47
Tabla 19 <i>Resultados de la encuesta de la empresa Elisur Organic S.A.C</i>	50
Tabla 20 <i>Resultados de la encuesta de la empresa JCH Organic S.A.C</i>	50
Tabla 21 <i>Resultados de la encuesta de la empresa La Campiña Perú S.A.C</i>	51
Tabla 22 <i>Resultados de la encuesta de la empresa Nativa Organics S.A.C</i>	52

Tabla 23 <i>Resultados del análisis documental de la empresa JCH Organic S.A.C</i>	52
Tabla 24 <i>Resultados de la guía de observación de la empresa Elisur Organic S.A.C</i>	54
Tabla 25 <i>Resultados de la guía de observación de la empresa JCH Organic S.A.C</i>	55
Tabla 26 <i>Resultados de la guía de observación de la empresa La Campiña Perú S.A.C</i>	56
Tabla 27 <i>Resultados del experto 1</i>	57
Tabla 28 <i>Resultados del experto 2</i>	58
Tabla 29 <i>Triangulación de los resultados de las entrevistas de los sujetos informantes</i>	67
Tabla 30 <i>Triangulación de los resultados de los cuestionarios de los sujetos informantes</i>	81
Tabla 31 <i>Triangulación de los resultados de los expertos</i>	83
Tabla 32 <i>Triangulación de los resultados de la observación</i>	86
Tabla 33 <i>Contrastación entre entrevistas a los sujetos informantes y análisis documental</i>	90
Tabla 34 <i>Contrastación de la triangulación 1 y los resultados de la observación</i>	94
Tabla 35 <i>Contrastación de la triangulación 2 y de los resultados de las entrevistas a expertos</i>	96

Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Mapa de la región Junín donde se muestra la provincia de Chanchamayo y Satipo.1	
<i>Figura 2.</i> Variación en % entre los años 2017-2021 en valor FOB, de exportaciones de jengibre de la p.a. 0910.11.00.00.	10
<i>Figura 3.</i> Variación en % entre los años 2017-2021 en peso neto de exportaciones de jengibre de la p.a. 0910.11.00.00.	11
<i>Figura 4.</i> Capacidad exportadora.	18
<i>Figura 5.</i> Capacidad exportadora de la empresa.	19
<i>Figura 6.</i> Exportaciones tradicionales anuales 2011-2021.	22
<i>Figura 7.</i> Exportaciones no tradicionales anuales 2011-2021.	23
<i>Figura 8.</i> La oferta exportable y sus componentes.	24
<i>Figura 9.</i> Diagrama de flujo del jengibre fresco de exportación.	26
<i>Figura 10.</i> Resultados en diagrama circular de la pregunta uno del cuestionario de la oferta exportable.	61
<i>Figura 11.</i> Resultados en diagrama circular de la pregunta dos del cuestionario de la oferta exportable.	62
<i>Figura 12.</i> Resultados en diagrama circular de la pregunta tres del cuestionario de la oferta exportable.	62
<i>Figura 13.</i> Resultados en diagrama circular de la pregunta cuatro del cuestionario de la oferta exportable.	63
<i>Figura 14.</i> Resultados en diagrama circular de la pregunta cinco del cuestionario de la oferta exportable.	63
<i>Figura 15.</i> Resultados en diagrama circular de la pregunta seis del cuestionario de la oferta exportable.	64

<i>Figura 16.</i> Resultados en diagrama circular de la pregunta siete del cuestionario de la oferta exportable.....	64
<i>Figura 17.</i> Resultados en diagrama circular de la pregunta ocho del cuestionario de la oferta exportable.....	65
<i>Figura 18.</i> Resultados en diagrama circular de la pregunta nueve del cuestionario de la oferta exportable.....	65
<i>Figura 19.</i> Categorías emergentes de la capacidad de gestión administrativa.....	101
<i>Figura 20.</i> Categorías emergentes de la capacidad de la gestión productiva y logística.	104
<i>Figura 21.</i> Categorías emergentes de la capacidad de la gestión de los mercados internacionales y logística exportadora.	108
<i>Figura 22.</i> Categorías emergentes de la capacidad de gestión económica y financiera.	111
<i>Figura 23.</i> Categorías emergentes de la oferta exportable.....	113
<i>Figura 24.</i> Categorías emergentes de la capacidad exportadora que contribuyen a la oferta exportable.....	121

Resumen

La presente investigación titulada Capacidad exportadora y su aporte a la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022, tiene como problema principal: ¿De qué manera la capacidad exportadora contribuyo al incremento de la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022? El enfoque de la investigación es cualitativa e inductivo, de lo cual se recolectó información a través de manuales, libros, etc., y la estrategia de investigación se aplicó los estudios de casos para profundizar el problema general de la investigación; los objetos de estudio fueron cuatro empresas exportadoras de jengibre de la región Junín con cuatro años o más de actividad económica, asimismo, se aplicó cuatro técnicas de información como la entrevista a profundidad, observación, encuesta y revisión documentaria. Además, se analizó la información con el programa Atlas.ti. Los resultados fueron que la capacidad exportadora contribuye significativamente al incremento de la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín, con cuatro capacidades exportadoras: (a) la capacidad de gestión administrativa, (b) la capacidad de gestión productiva y logística, (c) la capacidad de gestión de los mercados internaciones y logística exportadora, y (d) la capacidad de gestión económica y financiera.

Palabras clave: Capacidad exportadora, capacidad de gestión administrativa, capacidad de gestión productiva y logística, capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora, capacidad de gestión económica y financiera, y oferta exportable.

Abstract

This research named Export capacity and its contribution to the offer of ginger exporting companies in the Junín region 2020-2022, the main problem of this case study is: How did export capacity contribute to the increase in the offer of ginger exporting companies in the Junín region 2020-2022? The focus of the research is qualitative, from which information was collected through manuals, books, etc., and the research strategy was applied case studies to deepen the general problem of the research; the objects of study were four ginger exporting companies in the Junín region with four years or more economic activity, likewise, four information techniques were applied such as in-depth interview, observation, survey and documentary review. In addition, the information was analyzed with the Atlas.ti program. The results of the research were that the export capacity contributes significantly to the increase in the offer of ginger Export companies in the Junín region, with four export capacities: (a) the administrative management capacity, (b) the productive and logistics management capacity, (c) the management capacity of international markets and export logistics, and (d) economic and financial management capacity.

Keywords: Export capacity, administrative management capacity, productive and logistics management capacity, management capacity of international markets and export logistics, economic and economic management capacity, and exportable offer

Introducción

El jengibre fresco orgánico se convirtió en tendencia al nivel mundial por su calidad superior, tamaño pequeño, sabor picante y por sus diversos beneficios medicinales, por el contexto mundial de la pandemia del Covid-19 que se dio en el año 2020. Esto fue una gran oportunidad para las empresas exportadoras de jengibre de lo cual incrementó su volumen de exportación, entrando a competir fuertemente en el mercado internacional. Asimismo, la región Junín concentra el 90% de la oferta exportable del jengibre orgánico y convencional, donde se elabora el producto final exportable.

Al ser un producto no tradicional de la región Junín que estaba creciendo favorablemente en plena pandemia, las empresas exportadoras de jengibre debieron estar preparado ante cualquier imprevisto, es ahí, donde la capacidad exportadora entra a formar una base sólida para que las empresas sean competitivas al nivel internacional y crezcan sólidamente en este mercado volátil. Por lo tanto, el principal propósito de esta investigación es analizar de qué manera la capacidad exportadora contribuyo al incremento de la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022.

Conviene especificar que la tesis está conformada por cuatro capítulos: (a) el primer capítulo, contiene el escenario de la investigación, los antecedentes a través de artículos y tesis nacionales e internacionales, la formulación del problema, propósito principal de la investigación, y finalmente la justificación; (b) el segundo capítulo, consta de la base teórica y marco conceptual de la investigación; (c) el tercer capítulo, se encuentra la metodología de la investigación, por lo que se refiere, que instrumentos de investigación se utilizaron para la investigación; y (d) el cuarto capítulo, se analiza los resultados y se interpreta los hallazgos obtenidos de la investigación.

Capítulo I: Planteamiento del estudio

Este capítulo determina el escenario de la investigación, es decir, donde se desarrolló la investigación de la situación problemática. También, la construcción de una base de investigación a través de los antecedentes de artículos y tesis nacionales e internacionales. Para finalmente llegar a la formulación del problema y el propósito principal de la investigación, con la justificación.

1.1. Escenario de la investigación

Se elegirá el lugar de investigación, el tiempo de estudio de la indagación, la razón del estudio, y, por último, el rol que tomará el investigador.

1.1.1. Territorial.

La presente investigación se realizó en la región Junín, en las provincias de Chanchamayo y Satipo, tal como se muestra en la Figura 1, esta área concentra el 90% de la oferta exportable de jengibre (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego [MIDAGRI], 2020). En definitiva, en estas provincias mencionadas se transforma el producto final de exportación.



Figura 1. Mapa de la región Junín donde se muestra la provincia de Chanchamayo y Satipo.

Nota: Recuperado de: <https://www.dehuancayo.com/mapa-huancayo>.

1.1.2. Temporal.

El presente estudio se realizó entre los meses de abril y setiembre de 2023. En cuanto a los datos cuantitativos utilizados corresponden a los años 2020 y 2022, pero el trabajo de campo se efectuó en los meses indicados.

1.1.3. Conceptual.

El trabajo de investigación se centró en el análisis de la capacidad exportadora de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín, y en la manera que contribuyó al incremento de la oferta exportable entre los periodos de 2020-2022 en plena emergencia sanitaria a causa de la pandemia por el COVID-19. Para el análisis de la capacidad exportadora, se tomó como sustento teórico del manual de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ, 2017), que es un documento de consulta con la finalidad de apoyar a los empresarios con planes de negocio de exportación que les permite alcanzar sus objetivos y desarrollo empresarial.

1.1.4. Experiencia y rol del investigador.

La autora Patricia Huaman Torres es bachiller en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Continental, en la sede de Huancayo. Asimismo, cuenta con un año de experiencia en una empresa agroexportadora, que se encuentra ubicado en el distrito de Pichanaqui, en la gestión de documentos de operación de exportación de jengibre fresco orgánico. El rol que tomó el investigador es de observación participante para las empresas agroexportadoras, según Kawulich (2005), se utiliza en la investigación cualitativa para el trabajo de campo debido a que facilita la comprensión de las acciones y actividades que se desea indagar.

1.2. Situación problemática

Esta sección abordará los estudios previos de esta investigación, la identificación de los sujetos informantes y los objetos de estudio, y finalmente la determinación del problema a estudiar.

1.2.1. Antecedentes de la investigación.

Se presenta las investigaciones precedentes, como los artículos científicos y tesis que tienen vínculo con el problema de estudio.

1.2.1.1. Artículos científicos.

Según Maynez, Valles y Hernández (2018), en su artículo titulado Capacidades organizacionales y ventaja competitiva: análisis en empresas mexicanas exportadoras de autopartes de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez – México, tuvo como objetivo examinar la influencia de las capacidades de absorción, innovación y agilidad, entre la ventaja competitiva de empresas socias de la cadena de suministros. Su metodología de investigación fue cuantitativa, correlacional-causal, no probabilístico, y no experimental. Los resultados demostraron que existen relaciones virtuosas entre las capacidades estudiadas y la ventaja competitiva; por lo cual, son cuatro ítems que fueron más representativos: (a) capacidad de innovación, (b) capacidad de absorción, (c) ventaja competitiva, y (d) capacidad de agilidad. En definitiva, la gestión de la cadena de suministro requirió que utilicen al máximo las capacidades de las empresas socias, ya que comparten en forma conjunta los fines y objetivos con los clientes y los proveedores.

Según Mora, Rodríguez y Viquez (2018), en su artículo titulado Dinámica exportadora en Mipymes manufactureras y de servicio: Un estudio exploratorio de determinantes de la Fundación Universidad del Norte – Colombia, su objetivo fue analizar los nexos directos e indirectos de las variables pertenecientes de la gestión y de lo que rodea a las Mipymes manufactureras, y servicios que podrían repercutir en la frecuencia de la actividad exportadora.

Su metodología fue un diseño cualitativo, donde transformaron la información verbal de las nueve entrevistas de los exportadores, a través de un software NVIVO 10.0., de lo cual, los resultados fueron que la influencia que desempeña los gerentes de la Mipymes fueron fundamentales en la frecuencia exportadora, y que repercutieron en otras variables intermedias. De igual forma, esto se debió a la persistencia y compromiso que tuvieron los gerentes en la continuidad exportadora. En conclusión, las empresas que estuvieron continuamente en la actividad exportadora aprovechando el networking, aplicando el Know-how y ejecución, tuvieron un mejor perfil empresarial exportador.

Según Carvalho y Macedo (2020), en su artículo titulado Innovación y capacidad exportadora: evidencias para empresas brasileñas de la Universidad Estadual de Campinas – Brasil, tuvo como objetivo demostrar cómo la posibilidad y la intención exportadora pudo ser impactado positivamente con la innovación de las empresas brasileñas. Examinaron la relación entre innovación y exportación con los modelos econométricos como Probit, Probit bivariado y Probit ordenado, los datos lo eligieron de la Pesquisa de Innovación (PINTEC), del Instituto Brasileiro de Geografía y Estadística (IBGE), asimismo, su muestra fueron organizaciones industriales que participaron en el PINTEC entre 2003 y 2008, donde aplicaron una encuesta sobre las actividades de innovación de estas organizaciones. Los resultados detallaron que la innovación impacta favorablemente en la tendencia a la hora de exportar, principalmente con la variable innovación rezagadas. No obstante, los coeficientes fueron desfavorables en el efecto de la innovación en la intensidad de la exportación. En conclusión, la innovación en las empresas brasileñas es fundamental para mejorar la competitividad internacional, pero recomendaron acompañar a la innovación con otros factores para aumentar las ventas del volumen de exportación.

Según Cutipa, Escobar, Carpio y Fernández (2022), en su artículo titulado Capacidad de Innovación y su influencia en el nivel de innovación de micro y pequeñas empresas

exportadoras de Artesanía textil del sur de Perú de la Universidad Nacional de Altiplano – Perú, tuvo como objetivo distinguir estas tres capacidades de: (a) innovación humana, (b) organizacional, y (c) técnica; y cómo intervino en el nivel de innovación de las micro y pequeñas empresas exportadoras de artesanía textil en el sur del Perú. Su estudio fue explicativo, con diseño no experimental-transaccional, con población de 28 empresas exportadoras formales (10 de Cuzco y 18 de Puno). Los resultados mostraron que las tres capacidades mencionadas influyen con un coeficiente del 96.7% favorablemente en el nivel de innovación. En definitiva, la variabilidad del nivel de innovación es contribuida mayormente por la capacidad de innovación, debido a la inventiva, la motivación y la inteligencia de los sujetos para lo novedoso.

1.2.1.2 Tesis nacionales e internacionales.

Según Cerquin y Oruna (2019), en su tesis titulado La capacidad exportadora de la empresa Consorcio Reciclador del Norte S.A.C ubicada en El Milagro, Huanchaco para la exportación de PET molido reciclado al mercado de Chile – Trujillo 2019 de la Universidad Privada del Norte, Trujillo - Perú, tuvo como objetivo determinar la capacidad exportadora de la empresa en que le permitieran la exportación de PET molido reciclado al mercado de Chile, Trujillo 2019. Su metodología fue cualitativa con enfoque descriptivo, de diseño no experimental y corte transversal, por consiguiente, utilizaron el muestro no probabilístico al mismo tiempo, se encuestó a tres personas trascendentales de la empresa, con sus respectivas tres dimensiones: (a) producto, (b) gestión en los mercados y logística internacionales, y (c) gestión económica financiera. Los resultados fueron que la empresa tiene una capacidad media de exportación señalado por la repuesta 14 de la ecuación de Ioan (2013). En conclusión, la empresa puede ingresar a los mercados internacionales para aprovechar las oportunidades internacionales; no obstante, primero debe mejorar las capacidades débiles que presenta, para que pueda exportar al mercado chileno, que es su mercado más conveniente.

Según Puente y Silva (2020), en su tesis titulado Factores que contribuyen al incremento de la exportación de jengibre fresco producido en la región Junín para el periodo 2012 – 2018 de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas – Perú, de lo cual, tuvo como objetivo determinar los factores que contribuyeron al incremento de la exportación de jengibre fresco producido en la región Junín entre los años 2012 y 2018. Se usó la metodología cuantitativa, en cuanto a la información recolectada se utilizó datos estadísticos de SUNAT y encuestas hacia los exportadores. El resultado dio la existencia de cuatro factores: (a) apoyo de Promperú, (b) características del exportador, (c) certificaciones y estándares internacionales, y (d) el apoyo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX). Esta investigación concluyó que los factores encontrados influyeron significativamente en las exportaciones de jengibre, excepto en el apoyo de las OCEX, pues los empresarios se manifestaron dudosos sobre su contribución.

Según Aguirre y Martinez (2022), en su tesis titulado Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos de la Universidad Continental – Perú, esta investigación tuvo como propósito identificar las capacidades exportadoras de las empresas de mates burilados del anexo de Cochas que permita ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos para lo cual se tomó las bases teóricas propuestas por Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2014) que son cuatro categorías: (a) capacidad productiva, (b) capacidad de gestión, (c) capacidad comercial, y (d) capacidad financiera; influyó que las empresas tuvieran mayor conocimiento y viabilidad de sus productos al mercado exterior. Utilizaron el enfoque cualitativo, método de investigación inductivo y el método de casos, donde estudiaron a seis empresas dedicadas al rubro de artesanía, del mismo modo, aplicaron los instrumentos como el cuestionario, la entrevista y la observación a estas seis empresas. Los resultados fueron que están presentes en las empresas evaluadas, las cuatro capacidades exportadoras estudiadas. En

fin, expusieron que las capacidades de exportación con mejores condiciones para la exportación en empresas de mates burilados ubicadas en el anexo de Cochas, fueron: (a) la productiva, (b) la gestión, (c) la comercial, y (d) la financiera; en definitiva, poseer estas capacidades le permitirá incrementar sus exportaciones de las empresas estudiadas.

Según Vinces (2018), en su tesis titulado Diagnóstico de la Oferta Exportable de las PYMES de la provincia de Manabí – Ecuador, tuvo como objetivo reconocer la situación de la oferta exportable de las PYMES en Manabí. Su metodología fue cuantitativa, donde sus datos obtenidos eran documentales y bibliográfico, asimismo, utilizaron la encuesta para la aplicación de la técnica. Los resultados de la investigación fueron que la internacionalización de las PYMES de la provincia Manabí tiene toda la facultad de tener éxito en los mercados internacionales, pero solo si mejora y corrige los aspectos negativos, como el desconocimiento de los certificados de calidad, tecnología adecuada, y falta de conocimiento en los procesos de exportación. La conclusión fue que las PYMES de la provincia de Manabí necesitan proponer una estrategia de capacitación para que logren la internacionalización.

1.2.2. Caracterización de los sujetos informantes y objeto de estudio.

Se recolectó las decisiones de los gerentes generales de las empresas exportadoras de jengibre que estuvieron en el inicio del contexto de la pandemia por el Covid-19, convirtiéndose en sujetos informantes de esta investigación. Del mismo modo, las empresas exportadoras de jengibre, que son objetos de estudio, se encuentran ubicadas en la provincia de Chanchamayo y Satipo, con su propia planta de producción y oficina administrativa; es necesario incidir, que se encuentran habidas ante la página de Sunat. Además, tienen otras líneas de productos de exportación como cacao, cúrcuma, ajos, etc., pero, su actividad principal es la exportación de jengibre fresco orgánico, sin triturar ni pulverizar acorde con la partida arancelaria 0910.11.00.00, descrito según el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF, 2021), y en general, la presentación de los productos es en cajas de cartón genéricas doble corrugada

de 30lb o 13.6kg. Al mismo tiempo, son empresas formales y los gerentes tienen experiencia en este giro de negocio por más de cuatro años.

También, estas empresas se caracterizan por trabajar con los agricultores de las zonas productivas, y vender directamente a los distribuidores de los supermercados, es decir, exportan directamente. Otros rasgos de estas empresas, es que cuentan con certificados internacionales y estándares internacionales de calidad, por ejemplo: Global G.A.P, Smeta, HACCP, KOSHER, ISO 9001, BRC, etc. (Asociación de Exportadores [ADEX] y Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2021). Por último, estas empresas participan en eventos internacionales como las ferias que se realizan en Europa y Estados Unidos.

1.2.3. Caracterización del problema.

Según MIDAGRI, (2020), que es el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, menciona que en el primer semestre del 2020 la demanda global del jengibre comenzó a aumentar a causa de la pandemia del coronavirus y, por otra parte, China, el primer exportador y segundo productor del jengibre a nivel global, tuvo problemas con las fuertes lluvias que provocaron una gran pérdida de la cosecha anterior, causando escasez del producto a nivel mundial a medida que la demanda iba en aumento. Asimismo, según Agraria.pe (2020b), China detuvo su comercio y sus operaciones para evitar la propagación de esta nueva afección, en consecuencia, se dio una oferta frustrada, dejando en evidencia el impacto que tuvo el virus en el país asiático. Debido a esta situación, según MIDAGRI, (2020), el Perú ingresa perspicazmente con una estrategia a los principales mercados internacionales de Europa y de los Estados Unidos, desafiando al gigante asiático.

Según MIDAGRI, (2020), los precios mundiales es establecido por el principal productor y exportador mundial de jengibre, China, que sirve como referencia para los otros países. Pero, el nivel de precios que tiene China es de exportación jengibre convencional, es decir, la calidad es inferior al jengibre peruano y de los Países Bajos que son productos

orgánicos. En el año 2020, según el Centro de Investigación de economía y negocios globales (CIEN, 2022), el precio promedio de las exportaciones peruanas subió +US\$ 0.28 respecto al año 2021. De la misma manera, la oficina comercial del Perú, que se encuentra ubicado en los Ángeles, reafirma que el jengibre peruano no solo tiene características organolépticas mejores, sino que es un producto netamente orgánico (MIDAGRI, 2020).

Asimismo, Luis Orrantía, presidente de la empresa Tropical Specialist, resaltó la competitividad que tiene el jengibre peruano orgánico, es más, es de calidad superior, pequeño y con un sabor más intenso, lo contrario al jengibre de China y Brasil que es de mayor tamaño y convencional (Gestión, 2019).

El jengibre es de uso gastronómico, al que se le atribuyen beneficios medicinales reforzando el sistema inmunológico (MINCETUR, 2020). Además, es usado como uno de los remedios naturales más propagado al nivel mundial, por sus propiedades medicinales en patologías. Por eso, se explicaría el aumento masivo de consumo en esta situación pandémica del coronavirus en el mercado local e internacional (MIDAGRI, 2020). Finalmente, el jengibre, se convirtió en un producto básico y un artículo estándar en los supermercados, adecuado para los platos de invierno, por lo que se refiere a que en la temporada de frío se aumenta la demanda del jengibre (Verdellen, 2020).

Según MIDAGRI, (2020), la oferta exportable del jengibre fresco en el Perú ha sido más del 90% en la región Junín, específicamente en las provincias de Chanchamayo y Satipo, debido a que cuenta con las mejores condiciones ecológicas para su cultivo, seguidamente de Lima (6.0% del total) y Piura (1.5%). También, la producción se inicia con la siembra en agosto y la cosecha del jengibre se inicia en mayo hasta abril del siguiente año, y se puede expandir por la capacidad que tiene el jengibre de mantenerse maduro bajo tierra hasta 14 meses, por lo tanto, esta capacidad hace que el productor programe su cosecha todos los meses del año.

En el 2020 las exportaciones mundiales de jengibre tuvieron un fuerte movimiento, de lo cual las exportaciones peruanas destacaron más, por eso, tuvo una variación positiva entre el 2017-2020. Como se mencionó, China fue el principal proveedor de jengibre con el 52.9% del total; en segundo lugar, fue para Países Bajos con 11.4% del total (CIEN, 2022). Y, en tercer lugar, fue para Perú, que tuvo un crecimiento de 155.4% en valor y 116.62% en volumen, en comparación al año anterior, tal como se muestra en la Figura 2 y 3. Al mismo tiempo, en el contexto pandémico por el Covid-19 el consumo del jengibre está aumentando, por consiguiente, las empresas peruanas han acrecentado su capacidad exportadora (ADEX y MINCETUR, 2021).

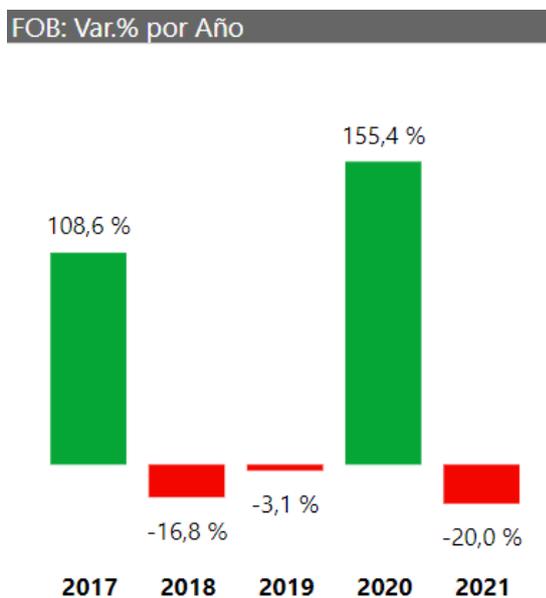


Figura 2. Variación en % entre los años 2017-2021 en valor FOB, de exportaciones de jengibre de la p.a. 0910.11.00.00.

Nota: Recuperado de: <https://tinyurl.com/2jgmv5a7>.

Según ADEX y MINCETUR, (2021), los veinte mercados principales de las exportaciones peruanas de jengibre desde 2019-2021, se muestra en la Tabla 1, siendo el 2020 donde más se exportó y se abrieron nuevos mercados como Republica Dominicana, y se dio el crecimiento de la demanda internacional y aumento de la oferta de las empresas peruanas. Asimismo, según CIEN, (2022), Estados Unidos fue el principal comprador mundial con

12.2% del total (US\$ 173.4 millones), Países Bajos con (10.5% del total) y Japón (7.5% del total). Respecto a los envíos de la p.a. 0910.11.00.00, se divide en dos tipos: (a) jengibre fresco orgánico, su principal mercado fue en primer lugar los Países Bajos (US\$ 28.4 millones) seguidamente de Estados Unidos (US\$ 27.8 millones), y Canadá (US\$ 4.2 millones); y (b) jengibre fresco convencional, que se dirigieron principalmente a los Estados Unidos (US\$ 12.7 millones), seguidamente de los Países Bajos (US\$ 10.2 millones) y Rusia (US\$ 2.9 millones) (ADEX y MINCETUR, 2021).

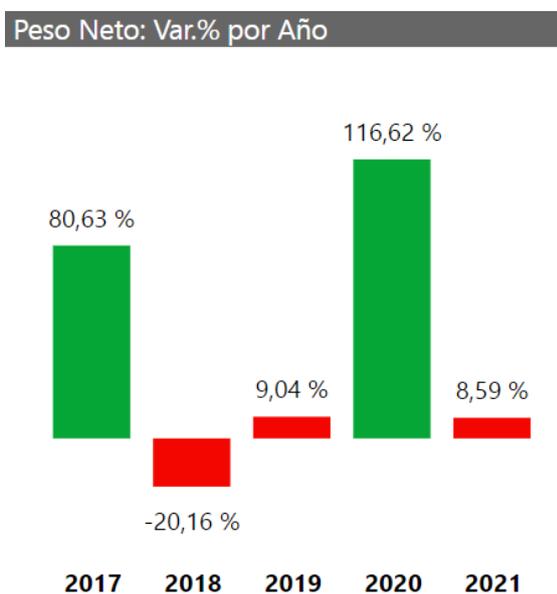


Figura 3. Variación en % entre los años 2017-2021 en peso neto de exportaciones de jengibre de la p.a. 0910.11.00.00.

Nota: Recuperado de <https://tinyurl.com/2jgmv5a7>.

Tabla 1

Principales mercados de exportación del Perú de la S.P.A. 0910.11.00.00. en valor FOB

USD. 2019-2021

Núm.	País	2019	2020	2021	Var. % 2020/2019	Var. % 2020/2021
1	Estados Unidos	18.056.950	41.602.668	38.190.493	130%	-8%
2	Países Bajos	13.126.841	38.778.028	21.561.265	195%	-44%
3	España	2.576.425	5.553.898	4.079.586	116%	-27%
4	Canadá	2.188.632	4.957.151	4.155.606	126%	-16%

5	Rusia	1.498.552	3.412.551	3.303.771	127%	-3%
6	Alemania	661.934	2.780.016	3.478.273	320%	25%
7	Reino Unido	103.480	1.641.034	2.121.537	1.485%	29%
8	Italia	420.736	1.071.731	1.029.028	155%	-4%
9	Brasil	120.656	1.033.359	216.713	756%	-79%
10	Rep. Dominicana	0	627.819	567.836	0	-10%
11	Chile	379.381	533.224	509.969	41%	-4%
12	Corea del Sur	14.540	475.942	1.441.125	3.173%	203%
13	Colombia	24.750	364.051	-	1.370%	-
14	Suecia	-	327.949	-	-	-
15	Ucrania	-	283.392	486.621	-	72%
16	Bélgica	-	203.075	164.091	-	-19%
17	Polonia	-	179.100	31.743	-	-82%
18	Lituania	-	176.342	-	-	-
19	Francia	131.120	132.281	47.365	0.9%	-64%
20	Israel	-	103.392	-	-	-
	Otros	1.775.512	523.106	2.698.507		
	Total	41.079.509	104.400.769	84.083.529	154%	-19%

Nota. Tomado y adaptado de PROMPERUSTAT – Estadísticas de exportaciones peruanas, 2022., “Perfil mercado: Jengibre a Viena, Austria” por ADEX,2021 y de Veritrade.

Tabla 2

Principales empresas exportadoras de la S.P.A. 0910.11.00.00 en valor FOB 2019-2021

Valor FOB USD.				
Núm.	Razón social	2019	2020	2021
1	Agronegocios la Grama S.A.C	5,771,581	11,510,756	7,680,585
2	Fruitxchange S.A.C	-	6,504,704	4,129,231
3	JCH Organic S.A.C	-	6,352,145	7,266,179
4	Elisur Organic SAC	2,042,960	4,928,185	3,793,730
5	Kion Export S.A.C	2,225,430	5,045,880	4,558,767
6	Sobifruits S.A.C	2,351,548	4,389,810	2,285,311
7	Happy Veg S.A.C	807,000	3,208,000	687,685
8	RTE Amazon S.A.C	426,121	2,922,653	2,869,532
9	La Campiña S.A.C	1,763,000	2,849,000	1,976,256
10	JCH Agroexportaciones S.A.C	1,975,000	2,749,000	-
11	Nativa Organics S.A.C	1,143,922	2,713,122	2,504,012

12	Interloom S.A.C	1,736,724	2,658,603	1,297,555
13	Agro Develop Peru S.A.C	965,318	2,606,458	-
14	Forest Sun S.A.C	593,793	2,479,293	482,514
15	Asica Farms S.A.C	497,179	2,371,456	658,320
16	Sterling Peru S.A.C	336,822	2,328,507	2,951,536
17	Fairtrasa Peru S.A	-	2,303,101	35,351
18	Tropic-X S.A.C	798,714	2,147,864	-
19	Agricola Nuestra Tierra S.A	315,090	1,990,030	-
20	Vancard Peru S.A.C	-	1,978,269	1,997,042

Nota. Tomado y adaptado de “Perfil mercado: Jengibre a Viena, Austria” por ADEX, 2021 y Veritrade.

En resumen, esta investigación pretende dar a conocer, cómo las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín, lograron manejar su capacidad exportadora ante esta situación imprevista causada por la pandemia del COVID-19, afectando prácticamente las operaciones de exportación, y cómo esta impactó positivamente en el crecimiento de la oferta exportable del producto al nivel mundial. De la misma forma, se analizará cómo la capacidad exportadora contribuyó al incremento de la oferta de empresas exportadoras jengibre de la región Junín en plena emergencia sanitaria, desde del 2020 hasta el 2022.

1.3. Formulación del problema

En esta sección se formula el problema general y específico de esta investigación.

1.3.1. Problema general.

¿De qué manera la capacidad exportadora contribuyó al incremento de la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022?

1.3.2. Problemas específicos.

¿Cuál fue la condición de la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín hasta el 2019?

¿En qué situación se encontraba la capacidad de gestión administrativa de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín frente al incremento de la oferta en el año 2020-2022?

¿En qué situación se encontraba la capacidad de gestión productiva y logística de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín frente al incremento de la oferta en el año 2020-2022?

¿En qué situación se encontraba la capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín frente al incremento de la oferta en el año 2020-2022?

¿En qué situación se encontraba la capacidad de gestión económica y financiera de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín frente al incremento de la oferta en el año 2020-2022?

1.4. Propósitos de la investigación

En esta sección se formulará los propósitos generales y específicos de esta investigación.

1.4.1. Propósito general.

Analizar de qué manera la capacidad exportadora contribuyo al incremento de la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022.

1.4.2. Propósitos específicos.

Describir las condiciones de la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín antes del año 2019.

Categorizar la capacidad de gestión administrativa que contribuyeron al incremento de la oferta.

Identificar la capacidad de gestión productiva y logística que contribuyeron al incremento de la oferta.

Distinguir la capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora que contribuyeron al incremento de la oferta.

Interpretar la capacidad de gestión económica y financiera que contribuyeron al incremento de la oferta.

1.5. Justificación de la investigación

Se justifica teórica y prácticamente el porqué de la investigación.

1.5.1. Justificación teórica.

La presente investigación tiene como propósito comprender de qué manera las empresas exportadoras de jengibre se enfrentaron por primera vez ante a una emergencia sanitaria, y en qué condiciones se encontraba, y como contribuyó la capacidad exportadora para aumentar su oferta exportable. Es decir, cómo las empresas exportadoras de jengibre adaptaron su gestión ante las exigencias y variables que se presentaron en el mercado internacional ante un escenario pandémico. Para el análisis de la información, las capacidades se adquirieron de las bases teóricas del manual PLANEX de las cuales señala que son cuatro capacidades de exportación: (a) capacidad de gestión administrativa, (b) capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora, (c) capacidad de gestión productiva y logística, y (d) capacidad de gestión económica y financiera. El conocimiento de estas capacidades de exportación ayudaría a otras empresas agroexportadoras enfrentar amenazas y sacar ventajas de las oportunidades del mercado internacional (PROMPERÚ, 2017).

1.5.2. Justificación práctica.

La presente investigación se realizó para que las empresas agroexportadoras que recién están comenzando a exportar, tengan en cuenta cuales son las capacidades exportadoras más relevantes y sepan lo que se enfrentarán a su salida de internalización. También, cómo las empresas exportadoras de jengibre manejaron su oferta exportable, y aprender de sus experiencias de como comercializaron o promovieron de forma adecuada, así mismo, que obstáculos enfrentaron ante un escenario de emergencia sanitaria, y que nuevas ideas surgieron. De la misma forma, que necesidades distintas y tipos de culturas enfrentaron en el mercado

internacional con la captación de nuevos clientes. En definitiva, esta investigación se realizó para orientar a las agroexportadoras en que puntos de sus capacidades exportadoras necesitaran más atención, y poder prevenir a la hora de exportar formando sus objetivos de acuerdo a su misión y visión (Minervini, 2014).

Capítulo II: Estado del arte

En este capítulo se obtiene la revisión literaria para la investigación del problema, por lo que se refiere, a inquirir información de los libros, manuales, fichas técnicas, etc. Del mismo modo, se detalla el marco conceptual de la teoría ahondada.

2.1. Revisión literaria

Se recoge organizadamente las investigaciones y conocimientos anteriores del tema de estudio.

2.1.1. Capacidad exportadora.

2.1.1.1. Definición.

Macario (1998), menciona que la capacidad exportadora de una organización depende de su capacidad productiva y de gestión, tal como la política económica en las que opera, incluidas las políticas de promoción de exportaciones.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2002), afirma que la capacidad exportadora es la diversificación del producto con mayor valor agregado, tecnología y la expansión de su capacidad productiva, para su internacionalización y crecimiento económico.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y Ministerio de Educación (MINCETUR y MINSU, 2007), la capacidad exportadora es la habilidad organizativa que tiene una empresa exportadora que le permite enfrentarse convenientemente a un mercado internacional exigible, esto es, ser competitivo al nivel internacional y que está condicionada de cuatro capacidades fundamentales como se detalla en la Figura 4, asimismo, este conjunto de capacidades desarrolla la competitividad de la empresa que llega a ser una característica importante en los mercados internacionales.

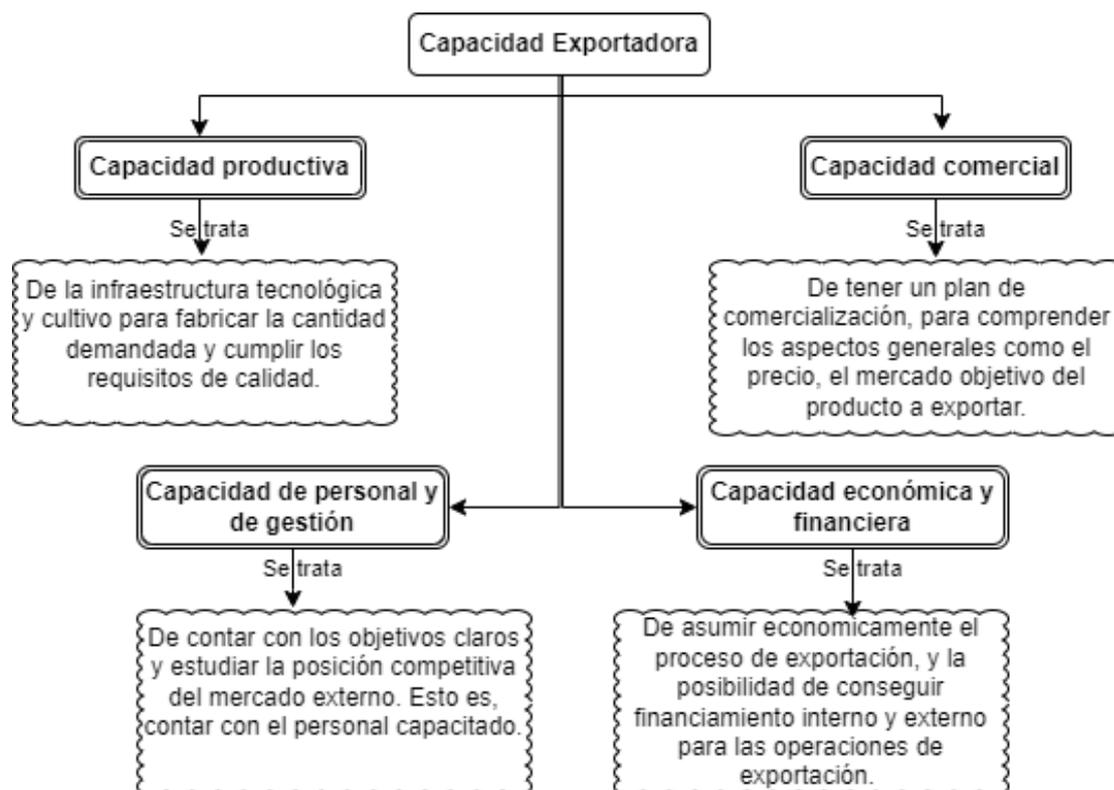


Figura 4. Capacidad exportadora.

Nota: Adaptado de “Guía de comercio exterior para la educación secundaria [Ciencias Sociales-Educación para el Trabajo],” por MINCETUR y Ministerio de Educación. 2007. 2ª ed., Lima. Depósito Legal de la Biblioteca Nacional del Perú N° 2006-8793.

Minervini (2014), la capacidad exportadora no solo se delimita a la capacidad de producción, es decir, es la capacidad de adaptación y la actitud de la empresa para buscar la calidad en todos sus aspectos frente a un mercado internacional cambiante y exigente, que implica a todas las áreas de la empresa a pensar y actuar globalmente. De la misma forma, las exigencias burocráticas y administrativas de cada nación, la empresa debe desarrollar una capacidad exportadora que incluya habilidades como creatividad, diseño, paciencia, perseverancia y confianza en su propio potencial. Además, para que una empresa se internacionalice en primer lugar debe evaluar su capacidad exportadora, esto es, averiguar si está listo para incursionar en los mercados internacionales. Las características que componen a la capacidad exportadora se detallan en la Figura 5.



Figura 5. Capacidad exportadora de la empresa.

Nota: Tomado de “Ingeniería de la exportación [Cómo elaborar planes innovadores de exportación],” por Nicola Minervini. 2014., México. Cengage Learning Editores.

Munarriz (2017), la capacidad exportadora es la característica importante de una empresa para una gestión integral de sus operaciones de exportación, potenciando sus fortalezas y mitigando sus debilidades, con el fin de maximizar las oportunidades que brinda el mercado global disminuyendo los riesgos externos. Por consiguiente, son cuatro capacidades exportadoras que son: (a) el producto, debe ajustarse crucialmente a los requisitos específicos del mercado internacional y su presentación; (b) gestión empresarial, implica la planificación, organización, ejecución y control de actividades; (c) gestión en los mercados internacionales y logística internacional, es la identificación de los mercados internacionales para analizar la demanda y la distribución física internacional; y (d) gestión económica y financiera, es importante identificar la capacidad de acceso a recursos financieros, y es crucial identificar el apalancamiento financiero considerando diferentes alternativas dentro del sistema financiero.

PROMPERÚ, (2017), la capacidad exportadora es un conjunto de características de la gestión de la empresa para aumentar sus fortalezas para explotar una oportunidad del mercado internacional o hacer frente una amenaza externa, posteriormente, disminuir sus debilidades. Están compuestas por cuatro capacidades que son la: (a) gestión administrativa, es un proceso

que abarca la planificación, la organización, la ejecución y control de actividades, considerando la administración, la organización y la satisfacción del cliente; (b) gestión productiva y logística, es fundamental reconocer la gestión en la producción y supervisar la logística para asegurar la entrega exitosa de productos o servicios a nuestros clientes, también, examinar la producción y los sistemas de gestión medioambiental; (c) gestión de los mercados internacionales y logística exportadora, es el conocimiento del mercado internacional para analizar la demanda y la distribución física internacional para que lleguen en óptimas condiciones; y (d) la gestión económica y financiera, es contar con capital de inversión para llevar a cabo las acciones planificadas y determinar el financiamiento necesario para la exportación.

2.1.1.2. Selección de categorías de capacidades de exportación.

Para la selección de las categorías a priori de la capacidad exportadora, se inquirió definiciones de libros y de las principales páginas de entidades nacionales e internacionales, donde especifican que elementos lo conforman y su relevancia. Por lo tanto, Macario (1998), menciona que las capacidades exportadoras de las empresas son importantes dos elementos, que son: (a) la producción, y (b) el administrativo, al igual que MINCETUR y MINEDU, (2007), y PROMPERÚ, (2017), pero, estas tres entidades agregan dos capacidades inherentes, que es (a) la gestión de los mercados internacionales, y (b) la gestión económica y financiera. Por otro lado CEPAL, (2002) y Munarriz (2017), ambos proponen una nueva capacidad “el producto”, sin embargo, CEPAL, (2002), agrega otro, que es “tecnología”. De la misma forma, Minervini (2014), se mantiene con dos capacidades anteriormente mencionadas que son: (a) la gestión administrativa, y (b) la gestión de los mercados internacionales.

Finalmente, tal como se muestra en la Tabla 3, se seleccionó las categorías que tuvieron mayor mención y relevancia de la capacidad exportadora, y que pasen los tres puntos o igual, están son: (a) la gestión productiva y logística, con cuatro puntos; (b) la gestión administrativa,

con cinco puntos; (c) la gestión de los mercados internacionales y logística exportadora, con cuatro puntos; y (d) la gestión económica y financiera, con tres puntos.

Tabla 3

Elección de categorías a priori de la capacidad exportadora

Ctgs. a priori	Teorías de la capacidad exportadora						Total
	Macario (1998)	CEPAL, (2002)	MINCETUR Y MINEDU, (2007)	Minervini (2014)	Munarriz (2017)	PROMPERU, (2017)	
Gestión productiva y logística	X	X	X			X	4
Producto		X			X		2
Gestión administrativa	X		X	X	X	X	5
Tecnología		X					1
Gestión de los mercados internacionales y logística			X	X	X	X	4
Gestión económica y financiera			X		X	X	3
Total	2	3	4	2	4	4	19

2.1.2. Oferta exportable.**2.1.2.1. Definición.**

MINCETUR, (2014), la oferta exportable es el producto competitivo que ejecuta los estándares de calidad, con suministro persistente a la demanda del mercado internacional, igualmente, que cuente con potenciales mercados globales. En fin, la oferta exportable se clasifica en:

Productos tradicionales: Son productos de exportación que tiene muy poco valor agregado. Estos son los productos mineros, metálicos, algunos agrícolas de gran consumo, hidrocarburos, y harina de pescado. Estos productos, se caracterizan por ser históricamente haber constituido la mayor parte del valor de las exportaciones peruanas, tal como se muestra en la Figura 6, la evolución de las exportaciones tradicionales.

Productos no tradicionales: Es la exportación de productos que tienen mayor valor agregado, están agrupados por sectores agropecuarios, textiles, pesqueros, maderas y papeles, joyerías, siderometalúrgicos, y otros. La evolución de las exportaciones no tradicionales se detalla en la Figura 7, desde el 2011-2021.

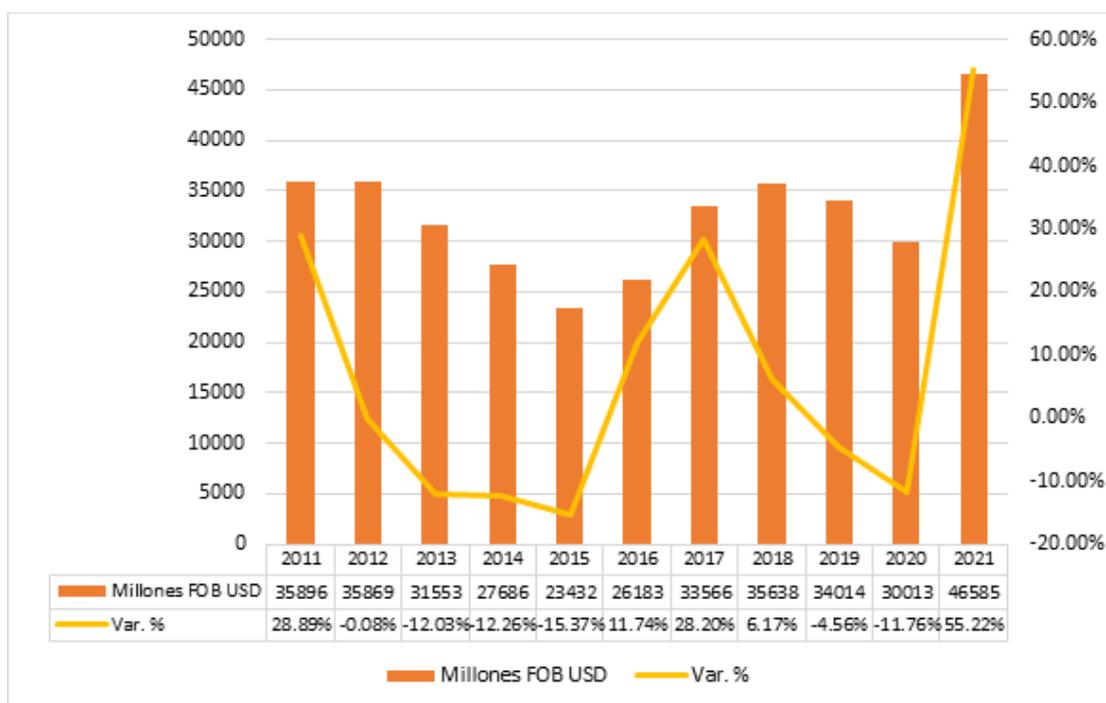


Figura 6. Exportaciones tradicionales anuales 2011-2021.

Nota: Tomado y Adaptado del “Banco Central De Reserva del Perú [BCRP].”

Bancomext (2014), menciona que la oferta exportable son productos y servicios que ofrece la empresa exportadora, que cumple con las características demandadas que requiere el mercado internacional.

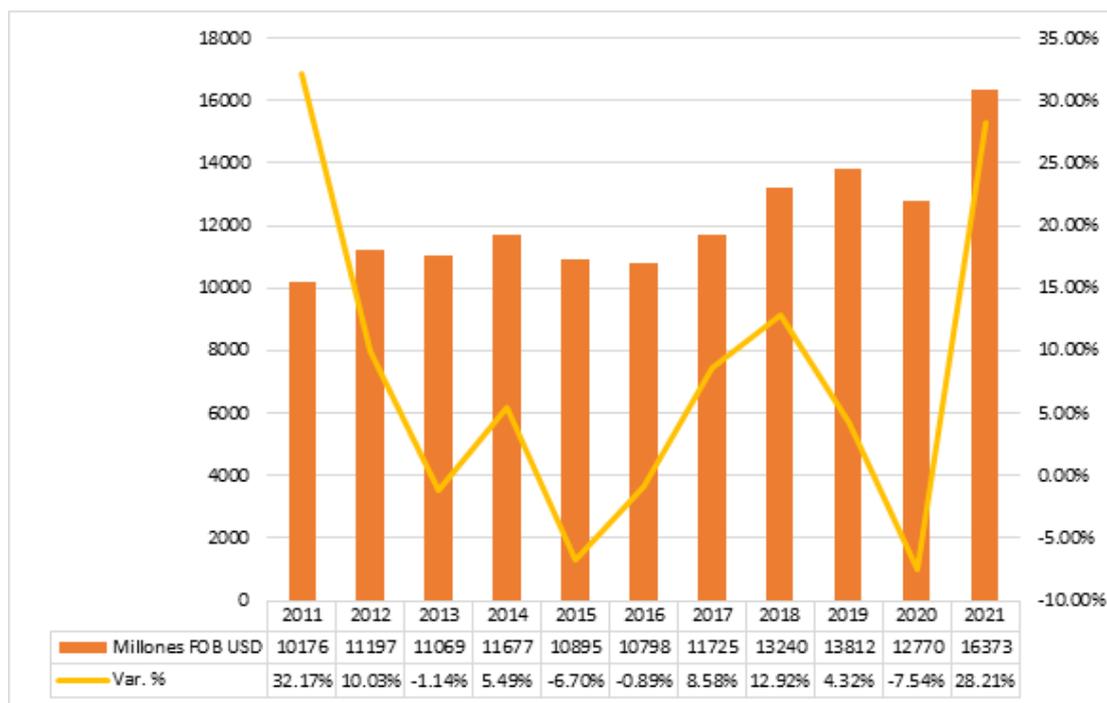


Figura 7. Exportaciones no tradicionales anuales 2011-2021.

Nota: Tomado y Adaptado del “BCRP”.

Proaño (2017), menciona que la oferta exportable está conformada por cuatro factores internos que son la: (a) capacidad física, que debe contar con la disponibilidad de la materia prima, y otros componentes para la elaboración del producto final; (b) capacidad económica, debe contar con recursos propios, también, encargarse tanto de los aspectos productivos como del proceso operativo de exportación; (c) capacidad financiera, es capital de trabajo disponible, apalancamiento financiero, análisis de la viabilidad de cumplir un pedido de exportación sin pago anticipado por parte del cliente y posibilidad de otorgar un crédito al comprador; y (d) capacidad de gestión, que es contar con personal capacitado para el desarrollo del proceso de exportación en aspectos gerenciales y operativos, de la misma forma, que tengan habilidades en el manejo de idioma, identificación de clientes potenciales, etc.

MIDAGRI, (s.f.), la oferta exportable de una empresa implica más que simplemente cumplir con los volúmenes requeridos por el cliente, o contar con productos que satisfagan las obligaciones del mercado de destino. También, abarca la capacidad económica financiera y de gestión de la empresa, tal como se muestra en la Figura 8.

Procolombia (s.f.), la oferta exportable no solo involucra satisfacer a los clientes con volúmenes constantes, y cumplir con los requisitos del mercado objetivo, también, es disponer de solidez financiera, capacidad de gestionar para identificar fortalezas y debilidades, y la facultad de comprender al consumidor. Al mismo tiempo, estar atento a las tendencias globales del consumidor, tal como, la estandarización, las certificaciones, el cumplimiento de las normas industriales del producto, el respeto al medio ambiente, etc.

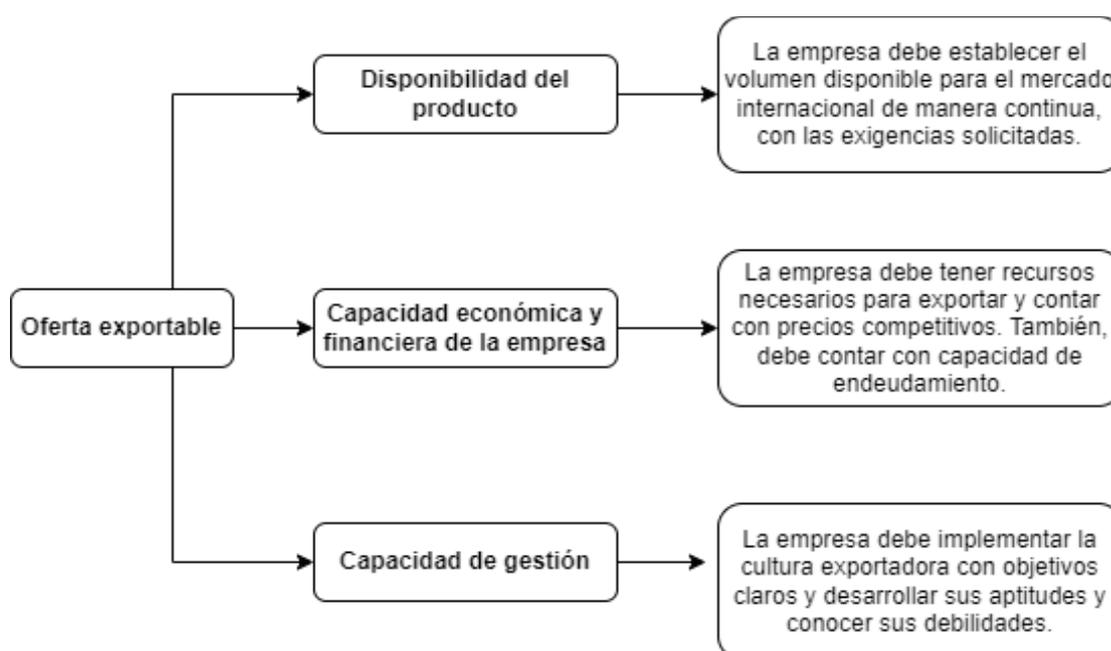


Figura 8. La oferta exportable y sus componentes.

Nota: Adaptado de: <https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar>.

2.1.2.2. El jengibre.

2.1.2.2.1. Definición.

La definición del jengibre se detalla en la ficha técnica, donde se describe las características del producto de exportación, tal como se muestra en la Tabla 4.

Tabla 4

Ficha técnica del jengibre fresco

Ítem	Descripción
Producto	Jengibre fresco
Nombre científico	<i>Zingiber officinale</i>

Partida arancelaria	0910.11.00.00
Descripción arancelaria	Jengibre sin triturar ni pulverizar
Descripción del producto	El jengibre es un rizoma de un olor fuerte aromático; sabor agrio, picante; de color cenizo por fuera y blanco amarillento por dentro. Se define en dos presentaciones el producto de exportación: (a) jengibre joven, que se comercializa en los meses de mayo, junio y julio, que es más suave y menos y picante, y; (b) jengibre maduro, que tiene una capa bien formada que preserva su aroma y es más picante, se comercializa en los meses de agosto hasta abril.
Composición química	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Agua: 9.90 gr ▪ Carbohidratos: 71.62 gr ▪ Proteínas: 5.55 gr ▪ Grasa: 4.24 gr ▪ Fibra: 1.41 gr ▪ Calorías: 336 kcal ▪ Potasio: 1320 mg ▪ Fosforo: 168 mg ▪ Calcio: 114 mg ▪ Niacina: 9.62 mg ▪ Riboflavina: 0.17 mg ▪ Tiamina: 0.04 mg ▪ Magnesio: 214 mg
Características organolépticas	<p>Aspecto: Tubérculo articulado en forma de mano, de lo cual se denomina rizomas.</p> <p>Color: Amarillento verdoso internamente y color marrón externamente.</p> <p>Sabor: Agrio y picante.</p> <p>Aroma: Fuerte olor, sin la presencia de malos olores.</p>
Categorías	Exportable: 50 gr a más / Industrial: 25 a 49 gr
Empaque y presentación	<p>Tipo de empaque:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cajas de cartón de doble corrugado. <p>Presentación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 30 lb
Uso previsto	El producto es de consumo masivo en condimentos, en materia prima de gaseosas, y en industrias farmacéuticas.
Público	Apto para todos los consumidores.
Destino del producto	Europa, Canadá, Estados Unidos y Rusia.
Envío	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contenedor High Cube reefer de 40' ▪ Cajas por contenedor: 1600, 1440, etc.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cajas por pallet: 80, 72, etc. ▪ Nivel por pallet: 8, 9, etc.
Disponibilidad del producto	Julio-agosto-setiembre-octubre-noviembre-diciembre-enero- febrero- marzo-abril
Requisitos mínimos de calidad	<p>El jengibre debe tener los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estar frescas, con rizomas grandes, gruesas, bien formados. ▪ Estar limpias, libre de tierras, o daños mecánicos. ▪ Estar libre de daños causados por hongos, etc.

Nota. Tomado de los registros manuales del investigador, de la empresa JCH Organic S.A.C.

2.1.2.2.2. Diagrama de flujo.

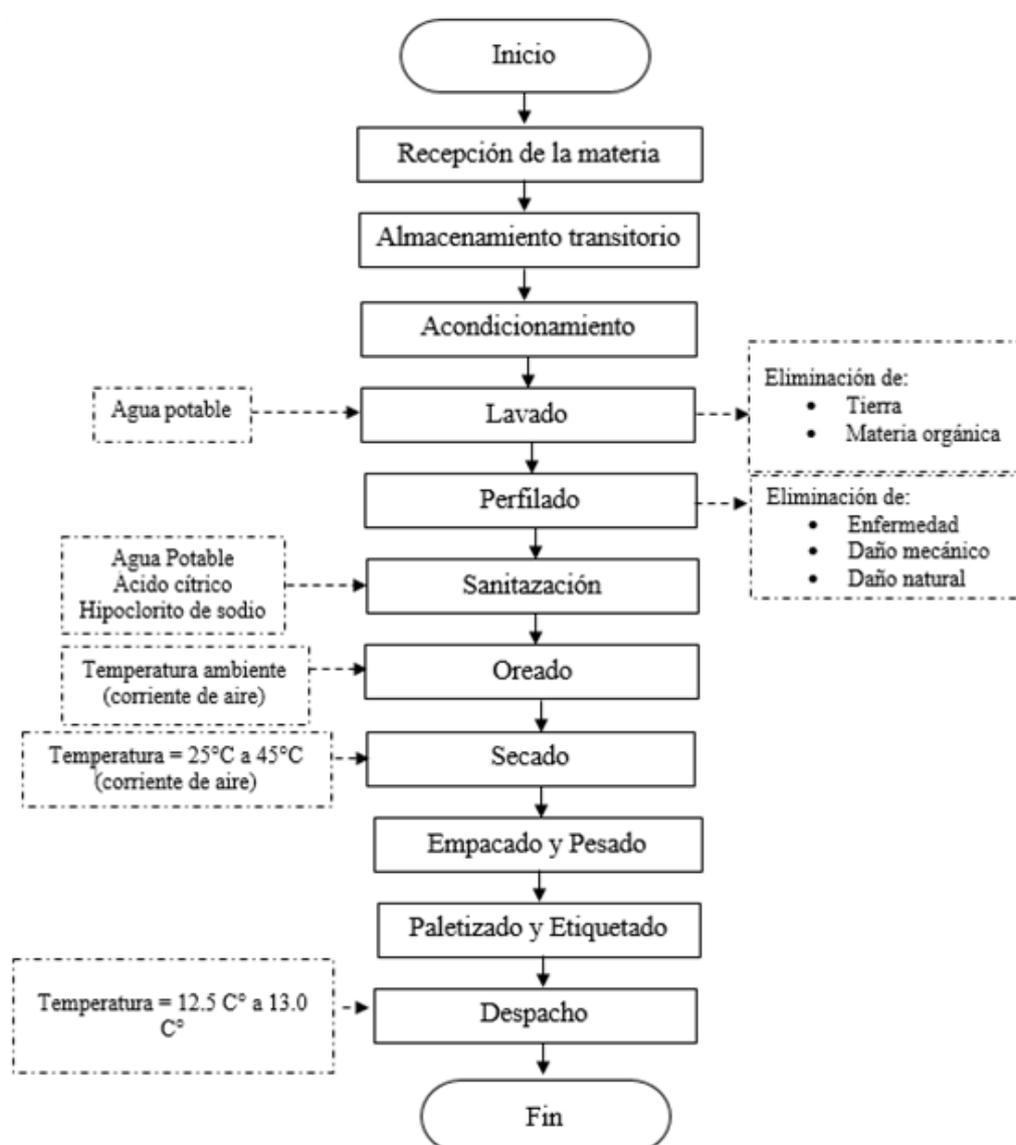


Figura 9. Diagrama de flujo del jengibre fresco de exportación.

Nota: Tomado de las guías de preservación de salubridad de la empresa JCH Organic S.A.C.

El proceso del jengibre fresco de exportación se detalla a través del diagrama de flujo, el cual consiste el proceso del producto exportable desde el inicio hasta el final, tal como se muestra en la Figura 9.

2.1.3. Emergencia sanitaria en el Perú.

Según Ministerio de Salud (MINSA, 2020), se declaró el 11 de marzo de 2020, la Emergencia Sanitaria a nivel nacional por la aparición del Coronavirus (COVID-19), debido a la declaración de la Organización Mundial de la Salud (OMS), que confirma que este brote se ha extendido a más de cien países, convirtiéndose en pandemia. Al mismo tiempo, se decretó medidas de prevención y control en los puertos, aeropuertos, centros educativos, espacios públicos y privados, transporte y centros laborales.

2.2. Marco conceptual

Jengibre: Pertenece a la especie *Zingiber Officinale*, en el Perú se le conoce como kion, asimismo, esta planta crece al nivel mundial en climas tropicales. Del mismo modo, es muy ansiado en la industria alimentaria y es el remedio natural más divulgado al nivel internacional por sus propiedades medicinales (MIDAGRI, 2020).

Oferta exportable: Se refiere a que el producto a exportar debe ser competitivo y que cumpla con los estándares internacionales de calidad que requiere el mercado internacional, análogamente, debe tener disponibilidad del producto cuando lo solicite el mercado en el momento exacto (MINCETUR, 2014).

Capacidad exportadora: Es la habilidad organizativa que tiene una empresa exportadora que le permite enfrentarse a un mercado internacional exigible, siendo competitivo al nivel internacional, y que está condicionada por cuatro capacidades fundamentales que es la: (a) capacidad productiva, (b) capacidad comercial, (c) capacidad de personal y de gestión, y (d) capacidad económica y financiera (MINCETUR & MINEDU, 2007)

Capacidad de gestión administrativa: Es el proceso de planificar, organizar, llevar a cabo y controlar. Por lo que se refiere, es dirigir estos procesos para efectuar las actividades de la empresa (PROMPERÚ, 2017).

Capacidad de gestión productiva y logística: La producción y la examinación de la logística son factores claves para la entrega correcta del producto o servicio, al cliente objetivo sin ninguna incumbencia (PROMPERÚ, 2017).

Capacidad de gestión de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora: Es el estudio de los mercados internacionales, y la ejecución de los requerimientos del mercado global, y la colocación de los productos a través de la distribución física e internacional (PROMPERÚ, 2017).

Capacidad económica y financiera: Es la aptitud de acceder o contar con los recursos financieros para el cumplimiento de los objetivos trazados. Por lo tanto, es crucial analizar el nivel adecuado de endeudamiento y que opciones hay más en el sistema financiero (PROMPERÚ, 2017).

Emergencia sanitaria: Se refiere, un estado de riesgo elevado a la salud y la vida de la población, que tiene como consecuencia la aparición de situaciones de brotes, epidemias o pandemias, de extrema urgencia. De igual forma, la emergencia sanitaria se compone cuando los operadores del sistema de salud no pueden controlar la aparición de un brote, epidemia o pandemia al nivel local, regional o nacional. La única responsable de constituir esta condición al nivel nacional es el sector salud (Poder Ejecutivo, 2013).

Capítulo III: Metodología

En este capítulo se detalla la metodología de la investigación que se utilizó en la investigación, para determinar las categorías, seleccionar los sujetos informantes, y aplicar las técnicas de producción de información.

3.1. Enfoque de la investigación

La investigación es de enfoque cualitativo, que busca profundizar casos específicos y no a generalizar, su prioridad no es medir, sino calificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes. En término general, se conceptualiza sobre la realidad en base a la información obtenida de la población o personas estudiadas (Bernal, 2010). Se está considerando este enfoque porque se recolectó información de libros, manuales, diarios de noticias, guías, fichas de mercado, artículos científicos y entrevistas, de lo cual se obtendrá la teoría y el análisis de las capacidades exportadoras, y cómo manejaron estas capacidades las empresas exportadoras de jengibre que se obtendrá a través de entrevista profundidad (Katayama, 2014).

3.2. Paradigma de la investigación

Para esta investigación científica se consideró el paradigma interpretativo, también, conocido como cualitativo, fenomenológico o etnográfico. Se concentra en aspectos no observables, no medibles, donde se interpreta y evalúa la realidad (Santos, 2010). De igual forma, busca indagar la investigación, sugiriendo diseños abiertos y emergentes desde su contextualización, por lo tanto, recoge información a través de la observación participativa, entrevistas a profundidad, historias de vida, cuadernos de campo, y el estudio de caso; las conclusiones y el debate que surgen de las investigaciones están estrechamente conectada con el sistema educativo, al mismo tiempo que ayudan a entender, conocer y actuar entre otras circunstancias (Ricoy, 2006).

3.3. Métodos de investigación

El método de investigación es la forma para proceder y lograr el alcance del conocimiento sobre un tema definido. Asimismo, todos deben seguir las mismas reglas, sin importar que cada estudio tenga distintos propósitos (Martínez, 2012).

3.3.1. Método general.

La presente investigación se utilizará el estudio de casos, que según Martínez (2012), es un método de investigación que reside en analizar una situación concreta, que puede ser un objeto, persona, pieza de la organización, etc., para comprender, especificar y/o solucionar. También, Katayama (2014), menciona que es una técnica que se atribuye a un objeto singular en sí y por sí propio que logra un mejor entendimiento de un problema más general, y su alcance se enfoca en un acontecimiento en particular, es decir, evaluando minuciosamente el objeto de estudio, donde a partir de allí se llega a comprender el fenómeno social. De la misma forma, el diseño de los estudios de casos será múltiple, es decir, se estudiarán diversos casos similares, tal como, las empresas que se encuentran ubicadas en la región Junín que se dedican al rubro de la exportación de jengibre de la partida arancelaria 0910.11.00.00.

3.3.2. Método específico.

Según Bernal (2010), menciona que el método inductivo usa el intelecto para conseguir conclusiones desde hechos particulares hasta llegar a conclusiones de aplicación general, asimismo, empieza con un estudio individual de los hechos para conseguir conclusiones de leyes generales, principios o fundamentos de una teoría. Este método, tiene como objeto de estudio los datos no numéricos, palabras, objetos, textos, etc. Por lo tanto, se usará el inductivo para la formación de categorías a través de estos objetos de estudios.

3.4. Sistema de categorías apriorísticas

Según Katayama (2014), para el análisis de los datos cualitativos es importante y relevante de emerger de categorías y temas que alcancen una nueva teoría. La relevancia de

categorizar un tema de investigación permite tener conveniencia, orientación, ajustes, sugerencias o cambios sobre el tema a indagar, en resumidas cuentas, son criterios de la categorización que orienta a contrastar resultados y contar con apoyo de expertos que ayuden a tener claridad sobre la idea obtenida (Bernal, 2010). En fin, las categorías abordadas se adaptaron del manual del programa PLANEX, tal como se muestra en la Tabla 5.

Tabla 5

Sistema de categorías apriorísticas de la capacidad exportadora

Tema	Descripción operacional	Categorías	Subcategorías	Cód.
Capacidad exportadora y su aporte a la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022.	La capacidad exportadora es la habilidad del manejo de la gestión de las empresas para lograr su internacionalización, disminuyendo sus debilidades y desarrollando sus fortalezas, es decir, para captar las oportunidades que se encuentra en mercado global y aminorar los efectos de la amenaza del exterior (PROMPERÚ, 2017).	Capacidad de	Administración	Ga1
		gestión	Organización	Ga2
		administrativa.	Satisfacción del cliente	Ga3
		Capacidad de	Producción	P11
		gestión productiva y	Sistema de gestión	P12
		logística.	medioambiental	
		Capacidad de	Investigación y Desarrollo	Gm1
		gestión de los	Canales de distribución	Gm2
		mercados	Logística exportadora	Gm3
		internacionales y		
		logística		
		exportadora.	Costos y presupuestos	Ef1
		Capacidad de	Financiamiento a la	Ef2
		gestión económica y	exportación.	
financiera	Disponibilidad del producto.	Oe1		
Oferta exportable	Capacidad económica y	Oe2		
	financiera.	Oe3		
	Capacidad de gestión.			

3.5. Selección de los sujetos informantes y objetos de estudio

Según Katayama (2014), menciona que los objetos de estudio elegidos deben ser elegidos por el criterio de variación máxima, es por eso, que se seleccionó cuatro empresas de

las 20 principales empresas exportadoras de jengibre de la Tabla 2 que exportaron más en el año 2020 según el valor FOB, ya que en ese año se declaró emergencia sanitaria en el Perú, también, con mayor accesibilidad de información del investigador. Igualmente, estas cuatro empresas se encuentran localizadas en la región Junín, como se muestra en la Tabla 6, con condición de habido, son productoras y exportadoras con más de cuatro años de tiempo en el mercado, conviene especificar que se consideró a la empresa JCH Organic SAC, de lo cual el gerente comentó en la entrevista realizada, que ellos antes exportaban con JCH Agroexportaciones S.A.C desde el 2016, pero por problemas documentarios dejaron de exportar en el año 2020 y crearon ese mismo año a la empresa JCH Organic SAC; ambas empresas cuentan con el mismo representante legal, según la página de Sunat.

En fin, para la selección de los sujetos informantes, tal como se muestra en la Tabla 6, se escogió a los gerentes generales de cada empresa, ya que ellos son los encargados de las decisiones de la actividad exportadora, y cómo llegaron a enfrentar este factor externo utilizando su capacidad exportadora.

Para la selección de los expertos, tal como se muestra en la Tabla 7, se consideró a un especialista en certificaciones internacionales y estándares internacionales de calidad, y otro especialista en temas negocios de comercio internacional. Por consiguiente, permitió al autor conocer diferentes puntos que influye la capacidad exportadora a la oferta exportable.

Tabla 6

Descripción de los sujetos informantes y objetos de estudio

Núm.	Objetos de estudio	Ruc	Cond. del contribuyente	Tiempo en el mercado	Ubicación	Sujetos informantes
1	Elisur Organic S.A.C	20601116431	Habido	6	Chanchamayo	Gerente General
2	JCH Organic S.A.C	20606088141	Habido	2	Chanchamayo	Gerente General

3	La Campiña Perú S.A.C	20568617267	Habido	9	Satipo	Gerente General
4	Nativa Organics S.A.C	20601225566	Habido	6	Chanchamayo	Gerente General

Tabla 7

Descripción de los expertos

Núm.	Experto	Profesión	Especialidad
1	Blas Vitancio Rojas	Ingeniero Agrónomo	Certificaciones internacionales y Estándares Internacionales de Calidad
2	Miguel Ángel Capuñay Reategui	Abogado	Comercio Internacional

3.6. Técnicas de producción de información

Para esta investigación se utilizará cuatro técnicas de información, tal como se detalla en la Tabla 8.

Tabla 8

Técnicas de recopilación de información

Técnica	Descripción	Instrumento	Fuente
Entrevistas a profundidad semiestructurada	Se usó esta técnica para recoger información mediante el proceso directo entre entrevistador (investigador) y entrevistado (sujetos informantes).	Guía de entrevista	Gerente general y expertos
Observación directa	Se usó esta técnica para obtener información directa, analizar y describir sobre la realidad investigada.	Guía de observación directa	Lugar de oficina administrativa y planta de proceso de producción.
Encuesta	Se usó esta técnica para reunir información de la	Cuestionario	Gerente general

	oferta exportable antes del año 2019.		
Revisión documentaria	Se utilizó esta técnica para analizar las fichas técnicas, documentos de exportación y procedimientos de la empresa JCH Organic SAC.	Documentos	Documentos de la empresa JCH Organic S.A.C.

3.7. Técnicas de análisis de la información

Posteriormente de las entrevistas a profundidad, encuesta, observación y revisión documentaria para la obtención de información, se combinará el proceso de análisis con el software ATLAS.ti, de lo cual, se realizará en cuatro etapas: (a) organización y clasificación, (b) estructuración del documento, (c) distinción (selección de las unidades, asignación y relación de códigos y producir redes), y (d) explicación de hallazgos o teorización (Varguillas, 2006). En cuanto a la técnica de análisis, se utilizará la triangulación de datos, ya que se utilizará de diversas fuentes e instrumentos de recolección de datos (Hernández & Mendoza, 2018). Para el análisis de los datos de la encuesta, se hará uso de la estadística descriptiva presentando elementos principales como frecuencias y porcentajes que lo serán mostrados en diagramas circulares (Orellana, 2001).

Capítulo IV: Resultados

Este capítulo se detalla la descripción del trabajo de campo de la investigación realizada, asimismo, se analiza los resultados de la información encontrada, y se interpretará los hallazgos de la investigación.

4.1. Descripción del trabajo de campo

Se detallará el escenario de la investigación donde se implementó la teoría para el desarrollo de los resultados y obtener los propósitos de esta investigación. Es decir, se recopilaron datos a través de las entrevistas, observación, encuestas y análisis documental a través de los sujetos informantes y objetos de estudio, que han sido seleccionados estratégicamente para la información requerida.

4.1.1. Descripción de la entrevista de los sujetos informantes.

Las aplicaciones de las técnicas fueron realizadas presencialmente en las oficinas y en la planta de producción de las tres empresas en el distrito de Pichanaqui y Rio Negro, y uno fue a realizado a través de videoconferencia. En resumen, las descripciones de las entrevistas de los sujetos informantes se detallan en las Tablas 9, 10, 11 y 12.

Tabla 9

Ficha técnica del gerente de la empresa Elisur Organic S.A.C.

Ficha técnica de los gerentes de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín	
Empresa	Elisur Organic S.A.C
R.U.C	20601116431
Entrevistado	Gerente general
Secuencia de la entrevista de campo	
Presentación	Se envió una carta de presentación, y la solicitud de entrevista el día 28 de setiembre del año 2022, al representante legal de la empresa por intermedio de un trabajador de la misma empresa.
Aceptación	La gerente revisó todo lo solicitado y programó la entrevista para el día 15 de octubre a la 10:30 a.m., en su oficina administrativa.
Lugar de entrevista	Av. Marginal Nro. 371, Pichanaki

Descripción del encuentro	Al llegar a la oficina administrativa en la hora programada, la secretaria recibió al investigador con una cálida bienvenida donde indicó que la gerente aún no llegaba a la empresa, pero, mientras tanto estaría explicando lo solicitado informando cómo está dividido sus principales áreas funcionales, y cómo manejan las actividades de la empresa. Al llegar la gerente de la empresa, invitó al investigador a su oficina para comenzar con la aplicación de las técnicas, respondió todas las preguntas propuestas de las categorías de las capacidades de exportación y el cuestionario, permitiendo al investigador profundizar y buscar nuevos elementos conectado a las capacidades de la exportación.
Duración	35 min.
Técnicas de información aplicadas	Entrevista, encuesta y observación.
Observaciones	Al ser presencial, se llegó aplicar las tres técnicas.

Tabla 10

Ficha técnica del gerente de la empresa JCH Organic S.A.C.

Ficha técnica de los gerentes de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín	
Empresa	JCH Organic S.A.C
R.U.C	20606088141
Entrevistado	Gerente General y Secretaria general de administración
Secuencia de la entrevista de campo	
Presentación	Se entregó presencialmente una carta de presentación y una solicitud de entrevista el día 28 de setiembre del 2022 a la secretaria de la empresa.
Aceptación	La secretaria envió la documentación presentada al gerente de la empresa el 14 de octubre, y programó una entrevista para el 19 de octubre del año 2022 a las 4:00 p.m. en la planta de producción de la empresa.
Lugar de entrevista	Jr. Lima Mza. B Lote. 01 Urb. Pichanaki
Descripción del encuentro	Después de la segunda visita a la empresa, el día 14 de octubre, la secretaria de gerencia recibió al investigador en la oficina administrativa, y respondió las preguntas de la capacidad de gestión administrativa. Después de una semana, el día 19 de octubre, el gerente atendió al investigador en la planta de producción, respondió todas las preguntas

	realizadas profundizando lo relacionado con las tres capacidades de exportación a su cargo. Finalmente, le dio al investigador una visita a la planta de proceso de producción logrando un mejor alcance en la observación.
Duración	33 min.
Técnicas de información aplicadas	Entrevista, encuesta, revisión documentaria y observación.
Observaciones	Al ser presencial, se llegó aplicar las cuatro técnicas.

Tabla 11

Ficha técnica del gerente de la empresa La Campiña Perú S.A.C.

Ficha técnica de los gerentes de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín	
Empresa	La Campiña Perú S.A.C
R.U.C	20568617267
Entrevistado	Gerente general
Secuencia de la entrevista de campo	
Presentación	Se envió la carta de presentación y la solicitud de entrevista vía WhatsApp el día 20 de octubre del 2022 al gerente de la empresa, debido a que su número de contacto estaba en la página web de la empresa.
Aceptación	El gerente acepto la entrevista, y programó la entrevista presencialmente para el día 21 de octubre a las 4:30 p.m. en su empresa.
Lugar de entrevista	Jr. Las Flores Mza. E Lote 4 C.P. Villa Capiri, Rio Negro.
Descripción del encuentro	Al llegar a la empresa, se observó que ahí se encontraba su planta de proceso de producción y oficina administrativa. La invitación para comenzar a grabar la entrevista fue cordial y rápida, debido a la urgencia del gerente de retomar sus actividades laborales. Respondió casi todas las preguntas, pero, concisas, puesto que algunas preguntas del tema, no se encargaba directamente. A fin de cuentas, la entrevista salió exitosamente dando un mayor enfoque al entrevistador sobre el manejo de las capacidades de exportación.
Duración	19 min.
Técnicas de información aplicadas	Entrevista, encuesta y observación.
Observaciones	Al ser presencial, se llegó aplicar las tres técnicas.

Tabla 12

Ficha técnica del gerente de la empresa Nativa Organics S.A.C.

Ficha técnica de los gerentes de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín	
Empresa	Nativa Organics S.A.C
R.U.C	20601225566
Entrevistado	Gerente general
Secuencia de la entrevista de campo	
Presentación	Se buscó el contacto del gerente a través de un intermediario de la empresa, y se le envió la carta de presentación y la solicitud de entrevista vía WhatsApp el día 4 de noviembre de 2022.
Aceptación	El gerente reviso lo solicitado y acepto la entrevista, y programó la entrevista online para el día siguiente a las 11:00 a.m., ya que se encontraba de viaje al extranjero.
Lugar de entrevista	Vía online – Google Meet
Descripción del encuentro	El investigador envió el enlace de la reunión al gerente de la empresa a la hora acordada, y se conectó puntualmente a la reunión. Explicó detalladamente todas las preguntas propuestas, y cómo usaron sus capacidades exportadoras ante esta nueva situación generada al nivel mundial. Pese a que se desarrolló de manera online, compartió información destacable del tema de investigación y detalló más información sobre las cuatro capacidades.
Duración	36 min.
Técnicas de información aplicadas	Entrevista y encuesta.
Observaciones	Al ser virtual la entrevista, solo se llegaron aplicar dos técnicas de investigación.

4.1.2. Descripción de la entrevista a los expertos.

Se contactó a dos expertos de diferentes ramas de investigación: a) uno especializado en certificaciones internacionales y estándares internacionales, y b) otro especializado en negocios internacionales. En fin, la descripción de la entrevista de los expertos se detalla en las Tablas 13 y 14.

Tabla 13

Ficha técnica del primer experto.

Ficha técnica de los expertos	
Entrevistado	Blas Vitancio Rojas
Profesión	Ingeniero Agrónomo
Especialidad	Auditor de sellos sostenibles
Secuencia de la entrevista a expertos	
Presentación	Se le contacto vía WhatsApp el día 2 de noviembre del año 2022.
Aceptación	Reviso lo solicitado y estuvo acorde con la entrevista, programó la reunión para el mismo día a las 21:39 p.m.
Lugar de entrevista	Vía online – Google Meet
Descripción del encuentro	El investigador envió el enlace de la reunión al experto a la hora acordada. El experto se conectó y comentó su profesión y especialidad, después, empezó a responder todas las preguntas. Las respuestas fueron enriquecedoras para el tema de investigación, ya que añadió información importante de cómo se deben manejar las capacidades.
Duración	18 min.
Técnicas de información aplicadas	Entrevista.
Observaciones	Ninguno.

Tabla 14

Ficha técnica del segundo experto.

Ficha técnica de los expertos	
Entrevistado	Miguel Angel Capuñay Reategui
Profesión	Abogado
Especialidad	Consultor en temas de negocios internacionales
Secuencia de la entrevista a expertos	
Presentación	Se le contacto vía WhatsApp el día 2 de noviembre del año 2022.
Aceptación	Me felicito por mi avance y programo la reunión para el día 7 de noviembre a las 23:00 p.m.
Lugar de entrevista	Vía online – Google Meet
Descripción del encuentro	El investigador envió el enlace de la reunión al experto a la hora acordada, el experto se conectó automáticamente, y empezó a responder todas las preguntas

	amablemente. Las respuestas fueron valiosas, ya que al ser especialista del comercio internacional, permitió al investigador indagar un poco más sobre el tema propuesto.
Duración	33 min.
Técnicas de información aplicadas	Entrevista.
Observaciones	Ninguno.

4.2. Análisis de los resultados

En este apartado se realizó el análisis de los resultados de los sujetos informantes y objetos de estudio, con la aplicación de las cuatro técnicas de información, que son: (a) las entrevistas, (b) la encuesta, (c) la observación, y (d) revisión documentaria.

4.2.1. Resultados de los sujetos informantes.

Se detalla el análisis de los resultados de las entrevistas y encuestas, realizadas a los cuatro sujetos informantes.

4.2.1.1. Resultados de las entrevistas de la capacidad exportadora.

Se realiza el análisis de los resultados de la entrevista a los sujetos informantes de la capacidad exportadora.

4.2.1.1.1. Resultados de la entrevista de la empresa *Elisur Organic S.A.C.*

En la tabla 15, se pormenoriza el análisis de resultados de la entrevista de las cuatro categorías de la capacidad exportadora, realizada a la empresa *Elisur Organic S.A.C.*

Tabla 15

Resultados de la entrevista de la empresa Elisur Organic S.A.C.

Categorías	Subcategorías	Cód.	Elisur Organic S.A.C
Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	(...) aperturamos después de 30 días nuestras operaciones implementando <u>procedimientos de control sanitario</u> , incluso <u>nosotros mismos armamos nuestro plan de control COVID</u> sin que ese momento todavía nos lanzarán la normativa de cómo implementarnos ¿no? [...] nosotros lo <u>difundimos</u> , <u>la cultura exportadora</u> , <u>en cada apertura de campaña</u> , <u>porque el personal es variable y tenemos un personal fijo que es la parte administrativa</u> . [...] <u>hubo trabajo remoto</u> [...] que fue como cuatro meses [...] muchos se comunicaron con nosotros y <u>cuáles eran los procedimientos para retomar en labores presenciales</u> .
	Organización	Ga2	(...) nosotros <u>implementamos procedimientos al nivel administrativo y al nivel operativo</u> [...] <u>saneamientos también contamos poder velar y controlar las operaciones</u> , <u>los servicios de operaciones sanitarios</u> , <u>porque están trabajando con alimentos y al nivel administrativo contamos con un procedimiento</u> [...] <u>un flujo de trabajo entre gerencia y diferentes áreas</u> .
	Satisfacción del cliente	Ga3	(...) nosotros creemos <u>fielmente que la relación de confianza es lo principal dentro del negocio</u> [...] <u>Participamos en ferias que reúnen a nuestros cliente de todo Europa y visitamos sus almacenes</u> , también lo recibimos aquí, <u>generamos este vínculo de cercanía</u> , <u>conocen nuestra finca</u> , <u>nuestro modelo de trabajo</u> , <u>al equipo y estamos bastante abierto de mostrar la trazabilidad que es importante en ventas</u> [...] también <u>ayudamos con los problemas documentarios de destino</u> para evitar tanto dolores de cabeza.
Capacidad de gestión productiva y logística	Producción	PI1	[...] nosotros iniciamos con el <u>jengibre exportar 100% orgánico</u> , <u>todas nuestras fincas están certificadas orgánicas</u> . [...] <u>para cada año nosotros hablamos</u> [...] <u>tenemos una escuela de campo “Ina Quipatsi” para poder capacitar e informar al agricultor y mostrar la realidad del mercado al agricultor</u> [..] en esa escuela el agricultor se prepara si es factible o no <u>ampliar la siembra al siguiente año</u> [...] esta escuela nació justo en el tiempo de pandemia. [...] nosotros <u>aseguramos la calidad con la trazabilidad</u> [...] <u>entonces con el sistema interno control</u> [..] <u>que el producto pueda cumplir con el principal requisito que es los residuos</u> , <u>producto orgánico</u> . [..] <u>los precios se triplicaron en el campo por pandemia</u> , [..] <u>igual, el exportador no podía incrementar su producción porque se tenía un programa establecido, al menos por periodos</u> . [..]

Capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora	Investigación y desarrollo	Gm1	[.] lo que <u>más buscaban era jengibre, era como que el producto estrella del Perú en crecimiento exponencial</u> [.] ya que el <u>jengibre tiene propiedades funcionales que contribuye al sistema inmunológico,</u> [.] <u>otros productos, como el limón creció, visto como potencial en la selva, pero de ahí decayó, el jengibre sigue manteniéndose.</u> [.] <u>en el 2016, los indicadores de crecimiento de la demanda de jengibre eran bastante buena</u> [.] <u>la demanda era mayor a la oferta y tenía un papel de sobre crecimiento bastante alta.</u> [.] <u>en el 2020 sumamos al área de marketing</u> [.] <u>para desarrollar un plan estratégico y posicionar nuestra marca en el país a exportar.</u> [.] <u>las ferias internacionales, trajeron interacción con los clientes, incrementar cartera de cliente, posicionar nuestra marca</u> [...] <u>conocer el mercado internacional</u> [.] <u>y la competencia.</u> [.]
	Canales de distribución	Gm2	<u>Marítima, aérea pero poco volumen,</u> [...] <u>iniciamos con trader, eran términos EXW,</u> [.] <u>nosotros empezamos directamente con Alemania e Italia</u> [.] <u>de ahí ventas FOB</u> [.] <u>nosotros hemos mantenido nuestro mercado en Europa</u> [...] <u>pero a raíz de la pandemia nuevos mercados se abrieron hasta medio oriente</u> [.] <u>nosotros</u> [.] <u>con el área comercial hacemos todo el trabajo directo hacia el importador</u> [.] <u>directamente a los distribuidores y ellos a los supermercados</u> [.] <u>visitamos ferias internacionales a tener contacto con los clientes directamente, y conocer la competencia.</u> [...] <u>ahora es venta 100% directa.</u>
	Logística exportadora	Gm3	[...] <u>los documentos de exportación, como el packing list,</u> [.] <u>facturas, las guías, el BL, certificado fitosanitario, el EURO 1 certificado de origen,</u> [...] <u>certificado orgánico</u> [...] <u>y COI</u> [.] <u>trabajamos con Control Unión.</u> [.] <u>contenedor grande de 40 pies</u> [.] <u>tenemos volumen variable y peso entre 19500 a 21000 tn.</u> [.] <u>Contamos con capacitaciones en certificaciones</u> [...], <u>un área netamente en certificaciones</u> [.] <u>tenemos GLOBAL G.A.P, orgánico para Estados Unidos y Europa, HACCP, GRASP</u> [.] <u>Flow</u> [.] <u>Kosher para la comunidad judía</u> [.] <u>y Demeter.</u> [.] <u>y con Incoterms FOB, CIF y CFR.</u>
Capacidad de gestión económica y financiera	Costos y presupuestos	Ef1	[...] <u>el flete marítimo en promedio esta 6800 USD a 7200 USD. Al nivel interno tenemos otro flete que es de packing a Callao,</u> [.] <u>está 2300 USD.</u> [...] <u>Los costos se incrementaron</u> [.] <u>se triplico los costos</u> [.] <u>aunque algunas navieras bajaron los costos</u> [...] <u>porque si sigue así, el exportador ya no va a tener la intención de seguir exportando.</u>
	Financiamiento a la exportación	Ef2	Nosotros iniciamos con <u>apalancamiento financiero</u> [.] <u>el primer año, lo que se venía obteniendo como rentabilidad se iba reinvertiendo para poder crecer constante.</u> [...] <u>Accedimos al Reactiva Perú, es un apoyo para capital de trabajo, nos ha ayudado</u>

a apalancarnos, sostenernos, ¿no? [...] El pago todo es transferencias. [...] Con cada cliente se hace un contrato de compraventa, como los precios son variables y volumen también, tenemos órdenes de compra.

4.2.1.1.2. Resultados de la entrevista de la empresa JCH Organic S.A.C.

En la tabla 16, se pormenoriza el análisis de resultados de la entrevista de las cuatro categorías de la capacidad exportadora, realizada a la empresa JCH Organic S.A.C.

Tabla 16

Resultados de la entrevista de la empresa JCH Organic S.A.C.

Categorías	Subcategorías	Cód.	JCH Organic S.A.C
Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	<u>Hubo cambios, todo lo que es tema estructural, oficinas más amplias, más ventilaciones [...] no tuvimos trabajo remoto, trabajamos desde la oficina [...] obtuvimos los permisos necesarios y las vacunas al día para no tener ningún problema [...] para el COVID-19. [...] obtuvimos charlas sobre el proceso de exportaciones [...] todo lo que es el mercado internacional.</u>
	Organización	Ga2	<u>Contamos con todos los manuales necesarios por área [...] para sus respectivos manejos [...] y lograr nuestro objetivo. [...] Nosotros no fuimos afectados mucho por el COVID-19 [...] al contrario obtuvimos mayor control de personal, [...] control médico, para no tener un infectado. [...] En el tema administrativo hubo capacitaciones sobre prevención del COVID-19, capacitaciones sobre higiene y seguridad.</u>
	Satisfacción del cliente	Ga3	<u>Todos los mercados son diferentes [...] todos tienen una ideología diferente, entonces hay que tratarlo de diferentes formas [...] este Estados Unidos, es exigente en calidad, [...] entonces nos enfocamos más en temas de calidad [...] en Europa, para ellos es el precio [...] tratamos de minimizar los costos para llegar a ese mercado.</u>

Capacidad de gestión productiva y logística	Producción	PI1	<u>[.] en el tema de pandemia no hubo mucha planificación [..] ese año estuvo bien en el mercado [...] para el siguiente año si hubo mucha planificación [...] se trató de incentivar un poco más [..] el cultivo para todos los productores [..] para tener más capacidad de compra. [...] tenemos una trazabilidad desde ingreso del producto [...] hasta la planta y hasta la salida del contenedor [..] y hasta el puerto y hacia el cliente, los conocimientos de embarque, hacemos controles de calidad en origen y también en destino. [..] solamente tenemos una máquina de lavado, antes la gente lavaba a mano y tenían problemas de hongos [..] y también tenemos fajas de proceso. [..] la maquina si se malogra una, trabaja la otra [..] por eso tenemos dos [..] pero normalmente no se malogra en mucho tiempo.</u>
	Sistema de gestión medioambiental	PI2	<u>[..] separamos los residuos, pero no tenemos un plan escrito.</u>
Capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora	Investigación y desarrollo	Gm1	<u>Exportamos jengibre cúrcuma, granadilla y ajos, y nuestro principal producto es jengibre orgánico. [..] Tiene que ver el destino, hay mercados más complicados como enviar a Rusia y Georgia, países no tan globalizados en temas de jengibre [..] Hacemos un estudio si nos pueden pagar o no. [..] nosotros promocionamos nuestra marca de negocio en las distintas ferias internacionales, [..] stand en [..] Europa y Estados Unidos. Canadá también. [..] Por el tema de la pandemia el precio subió y luego decayó. [..] al cliente le interesa conocer con que persona trabaja, porque creemos en la confianza [...] para fortalecer el negocio [..] lo que ha hecho las ferias [..] es ir a conocerlos directamente [..] como te hace una empresa más formal, se produce la confianza.</u>
	Canales de distribución	Gm2	<u>[..] más del 90% de los envíos [..] es marítimo [..] y aéreo. [...] al ser un producto fuerte el jengibre, aguanta tráficos largos. [...] como toda empresa empezamos a vender localmente a otras empresas comercializadoras, luego conocimos el mercado, el producto y certificando [..] vendemos solo exterior, nada local. [..] Yo veo un poco de ventas con los clientes [..] y tenemos comisionistas en Europa y Estados Unidos. [...] antes éramos JCH Agroexportaciones, [..] y tuvimos problemas de certificación [..] y trabajamos con JCH Organic desde 2020.</u>
	Logística exportadora	Gm3	<u>[..] tenemos contratos con clientes [..] pactamos precio, fecha de envío, fecha de llegada, [..] fichas técnicas previo a la compra, escritos para no tener problema [..] de ahí ya hacemos toda la documentación en temas de exportación. [..] en gran parte van en</u>

			<p>contenedores de 40', refrigerado, entre 19584 kg, producto neto sin las cajas. [...] <u>tenemos un área de logística, donde recolectan toda la documentación [...] como el BL, certificados de origen, fitosanitarios, todo eso. [...] mayoría de ventas es FOB [...]</u> <u>tenemos certificación orgánica, Global G.A.P, HACCP, Smeta, [...] Kosher, y otros más.</u></p>
Capacidad de gestión económica y financiera.	Costos y presupuestos a la exportación	Ef1	<p>En el tema de <u>transporte terrestre, logística integral y buenos depende [...] si vendes FOB, CFR o CIF, para que aumentes el flete [...] y seguro. [...]</u></p>
		Ef2	<p>[...] <u>tenemos inversión propia que ha sido generada por el tema de utilidades de hace 7 años [...] se ha ido reinvertiendo las utilidades. [...] también financiamiento de bancos que ahora se está haciendo, ya que tenemos su confianza. [...] nos hemos acogido al programa Reactiva Perú, y estamos pagando hace dos meses. [...] El medio de pago es transferencia bancaria nomás. [...] las formas de pago son a veces depende mucho del mercado, a veces es 100% adelantado, o 50% contradocumentos, 50 % contra 30 días de arribo, o 90 días a supermercados, depende mucho del cliente.</u></p>

4.2.1.1.3. Resultados de la entrevista de la empresa La Campiña Perú S.A.C.

En la tabla 17, se pormenoriza el análisis de resultados de la entrevista de las cuatro categorías de la capacidad exportadora, realizada a la empresa La Campiña Perú S.A.C.

Tabla 17

Resultados de la entrevista de la empresa La Campiña Perú S.A.C.

Categorías	Subcategorías	Cód.	La Campiña Perú S.A.C
Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	<p>[...] <u>tuvimos que ajustar toda la realidad, [...] hubo control de que las personas no podían entrar sin sus análisis y tener medidas de control para que puedan ingresar [...] con nuestros propios recursos teníamos adecuar todo eso [...] no es que el estado [...] nos ha dicho. [...] como empresa [...] cumplir los requisitos de lo que la emergencia sanitaria nos ha tenido que pedir [...] en ese tiempo. [...] Siempre ha habido trabajo remoto en la empresa [...] y en plena pandemia también hubo.</u></p>

	Organización	Ga2	Si claro, <u>acá hay varios manuales porque nosotros trabajamos con certificados [..] como exportamos jengibre orgánico, comercio justo y con varios certificados, tenemos auditoria, [..] nos dicen como tu sustentas que haces todo esto, [..] el manual dice cómo hacer desde la A hasta Z.[..] a la empresa le ha costado, [..] ha invertido para que eso exista. [...]</u> <u>En planilla está la gente. [..] Entonces se ha tenido que buscar una cultura organizacional [...]</u> <u>tienes que ir formando profesionales y traer gente de Lima.</u>
	Satisfacción del cliente	Ga3	[..] Italia y Alemania <u>quieren productos de calidad, [..] entonces, ellos quieren que le provean ese jengibre se también serio, entonces hay una retroalimentación. [..]</u>
Capacidad de gestión productiva y logística	Producción	PI1	Hemos <u>planificado [..] como siempre, [..] el año donde hubo COVID [..] el precio ha sido fuerte, [..] hubo una demanda mundial [..] todos sembraron, no solo en el Perú, también Brasil y otros países, al final hubo sobreoferta y el kion era demasiado barato. [..] Cuando se exporta kion orgánico, [..] todas tienen documentación, sino documenta es algo falso, si o si ya tiene que tener. [..] todo producto esta competitivo. [..] Para el <u>proceso de exportación, [..] exportamos kion fresco, [..] va limpiecito en cajas, [..] lavadora nada más, no hay tecnología mucha. Todos esos certificados, todas esas condiciones de calidad ya han estado adecuadas, [..] el problema del COVID-19 era [..] poner agua y jabón y mascarilla [..] todos los demás ya estaba con ISO 9001 o con normas de calidad, [...]</u> era un pequeño adicional nomás</u>
	Sistema de gestión medioambiental	PI2	No, no contamos.
Capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora	Investigación y desarrollo	Gm1	<u>Nos dedicamos al jengibre y a la cúrcuma, y [..] cacao, y nuestro principal producto es jengibre orgánico. [..] no se realizó un estudio de mercado, [..] el departamento de marketing está en inicios. [..] Participamos en feria [..] beneficios, contactos, [..] estatus.</u>
	Canales de distribución	Gm2	Principal <u>exportación, marítima. [..] trabajamos directamente. [..] No trabajamos con brókeres [..] principal destino de mercado, Europa. [..]</u>
	Logística exportadora	Gm3	Contenedor, 21 toneladas, 1440 cajas.

Capacidad de gestión económica y financiera	Costos y presupuestos	Ef1	China trae kion barato, [...] y <u>nosotros estamos con precios caros, [...] nos hace menos atrayente, menos competitivo, [...] nos quita competitividad [...]</u>
	Financiamiento a la exportación	Ef2	Nosotros iniciamos con <u>apalancamiento, [...] nos acogimos al Reactiva Perú. [...] digital, todos los pagos en transferencias.</u>

4.2.1.1.4. Resultados de la entrevista de la empresa Nativa Organics S.A.C.

En la tabla 18, se pormenoriza el análisis de resultados de la entrevista de las cuatro categorías de la capacidad exportadora, realizada a la empresa Nativa Organics S.A.C.

Tabla 18

Resultados de la entrevista de la empresa Nativa Organics S.A.C.

Categorías	Subcategorías	Cód.	Nativa Organics S.A.C
Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	[..] Nos agarró desprevenido generalmente, [...] cuando se decretó esto, [...] <u>todos hicimos teletrabajo [...] al final tuvimos que trabajar [...] con un servidor a distancia [...] a través de Anydesk [...] y TeamViewer. [...] eso es para el tema administrativo. [...]</u> Para el <u>tema de exportaciones [...] operativamente [...] tenía que ser presencial [...] se sacaron todos los permisos necesario, los pases y los demás para poder trabajar [...] hacer el tema de protocolos [...] para seguir funcionando en el tema de alimentos [...]</u> cumplir todo eso en la operación de exportación.[...] <u>Cada área exponía cuál era su funcionamiento dentro de la empresa, administración, área de planta y demás, todos hacían una presentación explicando a las otras áreas como eran los procesos [...]</u> para que todos tengan la mirada general de la compañía, [...] <u>hicimos eso como una inducción por temporada.</u>
	Organización	Ga2	[...] <u>nosotros tenemos manuales de procedimientos, estamos certificados ISO 9001, eh y varios procesos que tiene dentro de la compañía, [...] te ayuda a tener claro cuáles son los procesos. [...] Están en planilla, se paga horas extra, [...] seguro médico,</u>

			<u>bono beta y con eso se ha incrementado. [...] Era parte del proceso las capacitaciones constantes [...] sobre el tema [...] para poder tener autorización del Ministerio de Salud y seguir trabajando.</u>
	Satisfacción del cliente	Ga3	<u>[...] eran reuniones virtuales, ya no se podían hacer visitas[...] nos reuníamos básicamente para ver que está pasando como venía después del trabajo que se generaba ciertas variaciones en la demanda [...] prácticamente era poder estar en contacto con ellos [...] frecuentemente. [...] para poder resolver problemas básicamente operativos logístico o de mercado.</u>
Capacidad de gestión productiva y logística	Producción	PI1	<u>[...] el tema de planificación se hace [...] de manera mensual o ajuste semanal para ver lo que está pasando y controlando en productos perecibles la demanda, [...] en eso de la pandemia se afectó la demanda de manera positiva. [...] planificamos muchas veces porque había demanda, y nosotros teníamos restricciones operativas en planta y campo, ahí fue bastante duro y chocante, [...] teníamos reducción de producción en 50%. [...] no llegabas a tiempo la demanda [...] tenías que ajustar la salida de exportación. [...] en el tema del ISO [...] tienes todo el proceso establecido, estándares establecidos, te ayuda [...] a mantener la calidad constantemente, [...] por otro lado los objetivos establecidos. [...] estamos haciendo investigación interna con respecto a cambios en cuanto producción, empaque, pos-cosecha, [...] y nuevos insumos para usar dentro de nuestro proceso. [...] Tenemos tambores lavadores, cortadoras, tinas de desinfección, [...] secado de aire forzado, [...] maquinas deshidratadoras, cortadoras [...] y selladoras.</u>
	Sistema de gestión medioambiental	PI2	<u>[...] contamos con sistema de sostenibilidad, prácticamente lo que hacemos es temas de sostenibilidad, [...] generando cultivo orgánico hace que sea más sostenible [...] en temas de producción no hay uso de pesticidas. [...] aparte nosotros [...] evitamos las quemas, [...] recirculación de agua [...] también el tema de reciclaje de plásticos, reutilizamos las cajas plásticas, jabas reciclables, para no seguir contaminando el medio ambiente, [...] por el tema de la pandemia se cortó, [...] pero antes teníamos políticas con respecto al medio ambiente, [...] pensamos retornarlo al próximo año. [...] en cuanto a sostenibilidad eso estamos haciendo ahora [...].</u>
Capacidad de gestión de los mercados	Investigación y desarrollo	Gm1	<u>[...] no se hizo como estudio formal, ahora estamos haciendo para programas[...] y demás que nos piden hacer esto. [...] el estudio no lo haces como formalmente, pero hay demanda y estos son mis costos, [...] todo fue mental básicamente. [...] Para otras empresas empezaron a exportar a Centroamérica, Rusia, [...] nosotros solo Estados Unidos. [...] Tenemos menciones de</u>

internacionales y logística exportadora			<p><u>área de marketing para área comercial, [...] que es visitar ferias internacionales [...] pero no tenemos un área de marketing como una persona encargada. [...] hubo una caída total de los precios debido a una sobreproducción, muchas empresas produjeron, [...] en el tema de la demanda creció por la pandemia, mucha gente que no consumía jengibre, empezó a consumir, [...] hay otros países que estaban también sembrando. [...] Las ferias era súper importante, [...] nosotros participamos tres o cuatro veces al año. [...] aunque por pandemia ya no es el mismo dinamismo en la participación de la gente, [...] se volvió más virtual. [...]</u></p>
	Canales de distribución	Gm2	<p><u>[...] básicamente es un tema de venta directa, la venta lo hacemos nosotros mismos, [...] la empresa tiene subsidiarias en Estados Unidos y Europa, que también importamos directamente y vendemos directamente, lo distribuimos. [...] Nuestros envíos es marítimo y durante pandemia fue aérea, [...] fue un boom, hicimos muchos envíos aéreos, pero de ahí se hace marítimo.</u></p>
	Logística exportadora	Gm3	<p><u>[...] tenemos un área administrativa que hace todo esto [...] que nos permite tener beneficios [...] que dan las exportaciones [...] como Drawback y saldo a favor, y estar listo para fiscalización Sunat. [...] Tenemos certificación orgánica para Estados Unidos y Europa, [...] Global Gap, Grasp, Smeta, ISO e IBS. Tenemos desde FOB, [...] CIF, [...] DDP.</u></p>
Capacidad de gestión económica y financiera	Costos y presupuestos	Ef1	<p><u>[...] Transporte terrestre es el más caro, [...] dependiendo el término de venta podría ser el flete marítimo, [...] es también fuerte para poder pagarlo [...] ahí viene el tema de agenciamiento aduanero [...] Si, el flete aumentó dos o tres veces [...] en temas de pandemia, [...] nos afectó en un inicio [...] el precio de venta absorbió esos incrementos [...] porque había gran demanda y los precios subieron. [...]</u></p>
	Financiamiento a la exportación	Ef2	<p><u>[...] los últimos meses ha sido complicado financieramente, [...] tenemos financiamiento con entidades bancarias y capital propio. [...] Nos acogemos al programa Reactiva Perú y venimos pagando las ultimas cuotas. [...] Principalmente transferencia bancarias un 95%, [...] cheques 3 a 4% y si estamos en efectivo 1%, 2% y después con tarjetas también.</u></p>

4.2.1.2. Resultados de la encuesta de la oferta exportable.

Se realiza el análisis de los resultados de la encuesta a los sujetos informantes sobre la situación de la oferta exportable antes del año 2019.

4.2.1.2.1. Resultados de la encuesta de la empresa Elisur Organic S.A.C.

En la tabla 19, se especifica el análisis de resultados de la encuesta sobre la situación de la oferta exportable antes del año 2019 de la empresa Elisur Organic S.A.C.

Tabla 19

Resultados de la encuesta de la empresa Elisur Organic S.A.C

Categorías	Subcategorías	Cód.	Elisur Organic S.A.C
Oferta exportable	Disponibilidad del producto	Oe1	Contábamos <u>con tecnología adecuada antes de la pandemia</u> [...] el precio era alto, siempre el <u>jengibre peruano costaba más</u> , [...] <u>el mercado quería siempre comprarnos a nosotros</u> , [...] por sus propiedades, [...] Ahora no, ahora estamos iguales. [...] <u>La exportación en ese momento era menos, semanalmente.</u>
	Capacidad económica y financiera	Oe2	Con <u>financiamiento de bancos y recursos propios.</u>
	Capacidad de gestión	Oe3	[...] Después de la pandemia hemos impulsado más la <u>cultura exportadora</u> , [...] <u>unos cuantos manuales de procedimientos</u> , [...] <u>algunos si recibían capacitación y otros no.</u>

4.2.1.2.2. Resultados de la encuesta de la empresa JCH Organic S.A.C.

En la tabla 20, se especifica el análisis de resultados de la encuesta sobre la situación de la oferta exportable antes del año 2019 de la empresa JCH Organic S.A.C.

Tabla 20

Resultados de la encuesta de la empresa JCH Organic S.A.C.

Categorías	Subcategorías	Cód.	JCH Organic S.A.C
Oferta exportable	Disponibilidad del producto	Oe1	[...] a medida que <u>hemos estamos avanzando con la empresa JCH Organic S.A.C</u> , <u>pues la demanda de todas las solicitudes de exportaciones a Europa</u> , [...] <u>hemos estado creciendo</u> [...] uno exporta a la

			<u>semana más de 10 de contenedores a Europa. [...] No tanto como como la de ahora, antes era semanalmente. [...] si cumplíamos las exigencias del mercado objetivo, [...] ahora más [...] por las nuevas normativas europeas.</u>
Capacidad económica y financiera	Oe2		[...] con <u>financiamiento y recursos propios.</u>
Capacidad de gestión	Oe3		A través de <u>ingenieros con experiencia que han venido laborando en la empresa, [...] nos transmite conocimiento a base de charlas[...] y contábamos con manuales de procedimientos.</u>

4.2.1.2.3. Resultados de la encuesta de la empresa La Campiña Perú S.A.C.

En la tabla 21, se especifica el análisis de resultados de la encuesta sobre la situación de la oferta exportable antes del año 2019 de la empresa La Campiña Perú S.A.C.

Tabla 21

Resultados de la encuesta de la empresa La Campiña Perú S.A.C.

Categorías	Subcategorías	Cód.	La Campiña Perú S.A.C
Oferta exportable	Disponibilidad del producto	Oe1	[...] <u>La exportación era continua, semanalmente, [...] cumplía con las exigencias, o sino no vendemos.</u>
	Capacidad económica y financiera	Oe2	<u>Capital propio y préstamos bancarios.</u>
	Capacidad de gestión	Oe3	Si <u>desarrollamos la cultura exportadora</u> , no por lógica, [...] sino porque debíamos estar preparados.

4.2.1.2.4. Resultados de la encuesta de la empresa Nativa Organics S.A.C.

En la tabla 22, se especifica el análisis de resultados de la encuesta sobre la situación de la oferta exportable antes del año 2019 de la empresa Nativa Organics S.A.C.

Tabla 22

Resultados de la encuesta de la empresa Nativa Organics S.A.C.

Categorías	Subcategorías	Cód.	Nativa Organics S.A.C
Oferta exportable	Disponibilidad del producto	Oe1	[..] <u>teníamos conocimiento en exportación, [..] tenemos subsidiarias en Estados Unidos, Europa, entonces se creó el 2018-2019. [..] El precio venía, [..] es un tema cíclico [..] sube y baja, [..] si era un precio relativamente bueno. [..] <u>teníamos programa con clientes establecidos, exportamos todo el año, todas las semanas tenemos salida. [..] veníamos trabajando bien en temas de exigencia.</u></u>
	Capacidad económica y financiera	Oe2	[..] También <u>teníamos financiamiento, [..] teníamos el equipo administrativo armado para la estructura de costos de exportación.</u>
	Capacidad de gestión	Oe3	Teníamos <u>cultura exportadora, veníamos exportando hace tiempo. [..] <u>teníamos manuales de procedimientos, pero no estaban de todo organizado. [..] no teníamos muchas capacitaciones como ahora.</u></u>

4.2.2. Resultados del análisis documental de la capacidad exportadora.

En la Tabla 23, se detalla los resultados del análisis documental de la capacidad exportadora de un objeto de estudio, de la empresa JCH Organic S.A.C.

Tabla 23

Resultados del análisis documental de la empresa JCH Organic S.A.C.

Categorías	Subcategorías	Cód.	JCH Organic S.A.C
Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	<u>Las políticas de: a) anticorrupción y antisoborno, b) calidad e inocuidad, y c) de SST. Estas políticas mencionan la afirmación, declaración y garantía de los procesos por parte de la entidad y del cumplimiento de todos los colaboradores que lo conforman.</u>
	Organización	Ga2	<u>Registro de formación: Este documento registra las capacitaciones del personal, de los sellos sostenibles y de los estándares de calidad que se debe aplicar desde el campo de cultivo hasta el despacho de exportación. Es decir, indaga las buenas prácticas del enfoque orgánico para las actividades del</u>

			<u>jengibre y cúrcuma bajo las normativas UE-NOP-RTPO-COR, además los pasos básicos de la higiene en campo y explicación del procedimiento, también sobre la indumentaria y vestuario de protección a todo el personal.</u>
			<u>Registro de organigrama: Se implementa la división de las áreas conformadas, por ejemplo: Gerente general, sistema de gestión de calidad, área de auditoría, centro de manipulación del producto, área de inspección y de área técnica de campo.</u>
Capacidad de gestión productiva y logística	Producción	PI1	<u>Documentación de los procesos de producción de exportación: Guía de carga, manipulación de carga, empaque del producto, diagrama de flujo.</u>
Capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora	Logística exportadora	Gm3	<u>Documentos de sustentación de exportación y otros documentos requeridos: Factura comercial, Bill of Lading, Packing list, certificado fitosanitario, certificado de origen, sellos sostenibles y ficha técnica del empaque.</u>
Capacidad de gestión económica y financiera	Financiamiento a la exportación	Ef2	<u>Factura comercial: Se efectúa los términos de pago entre el vendedor y comprador, se especifica: que el comprador o el importador efectuará al vendedor en dos partes: a) 50% antes del embarque, y b) 50% 14 días después de la llegada de la mercancía en el puerto de destino. La cancelación de la mercancía se debe realizar en los datos bancarios del vendedor.</u>

4.2.3. Resultados de la guía de observación de la capacidad exportadora.

Se precisa los resultados de la observación directa a los objetos de estudio de la capacidad exportadora.

4.2.3.1. Resultados de la guía de observación de la empresa *Elisur Organic S.A.C.*

En la Tabla 24 se muestra, el análisis de resultados de la observación directa de la empresa *Elisur Organic S.A.C.*

Tabla 24

Resultados de la guía de observación de la empresa Elisur Organic S.A.C.

Categorías	Subcategorías	Cód.	Elisur Organic S.A.C
Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	<u>Tiene dos periódicos murales, uno en la oficina administrativa y el otro en su planta de producción.</u>
	Organización	Ga2	<u>Tiene oficina separadas por piso, el segundo es de área financiera y cuarto piso es administrativo y logístico. También cuenta con botiquines.</u>
Capacidad de gestión productiva y logística	Producción	PI1	<u>La maquinaria está bien instalada para la accesibilidad de los encargados de los procesos de producción. Si cuenta en la planta de proceso de producción con las principales señalizaciones. La empresa cuenta con sus respectivas áreas de recepción de carga, lavado, picado, selección, monitoreo, cicatrizado, paletizado, despacho y monitoreo. Los trabajadores si cuentan con la indumentaria correcta: cofia, guantes, mandiles, mascarilla, fajas y botas. Si cuenta, la planta del proceso de producción cuenta con la infraestructura adecuada y no están en construcción.</u>
	Sistema de gestión medioambiental	PI2	<u>Si cuenta con tachos separados de orgánico, inorgánico y de desinfección.</u>
Gestión de los mercados internacionales y logística exportadora	Investigación y desarrollo.	Gm1	<u>Si cumple, son cajas de cartón genéricas de doble corrugado, con peso de 30 libras. Cumple con las características organolépticas del jengibre, su aspecto físico es de una mano con ramificaciones, y no contiene materias extrañas. Cada pallet entra 72 cajas, lleva cuatro esquineros, media bolsa de grapas, y zunchos. Si cuenta con páginas web y folletos.</u>

4.2.3.2. Resultados de la guía de observación de la empresa JCH Organic S.A.C.

En la Tabla 25 se muestra, el análisis de resultados de la observación directa de la empresa JCH Organic S.A.C.

Tabla 25

Resultados de la guía de observación de la empresa JCH Organic S.A.C.

Categorías	Subcategorías	Cód.	JCH Organic S.A.C
Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	Tiene toda la <u>documentación que es requerido en el periódico mural.</u>
	Organización	Ga2	<u>El área administrativa cumple con la separación correcta de las oficinas. Cuenta con la instalación de un extintor y un botiquín. También, con un buzón de quejas y sugerencias, que es accesible al área administrativa y del proceso de producción.</u>
Capacidad de gestión productiva y logística	Producción	PI1	<u>Cuenta con dos tambores de lavado en perfecto estado y la faja picadora. Tiene las señalizaciones correspondientes, como: Obligatorio lavarse las manos, atención desnivel, etc. Cuenta con una separación correcta de áreas en el proceso de producción: área de despacho de producto, almacén de jabas, área de lavado, área de picado, área de empaque, área de paletizado, área de almacén de materiales y área de despacho para la exportación. Los trabajadores si cuentan con la indumentaria correcta: cofia, guantes, mandiles, mascarilla, fajas y botas. Cuenta con la infraestructura adecuada para cada área de proceso de producción.</u>
	Sistema de gestión medioambiental	PI2	<u>Si cuenta, tiene tachos separados de orgánico, inorgánico y un tacho grande de descarte de restos de materiales que proviene del proceso de embalaje.</u>
Gestión de los mercados internaciones y logística exportadora	Investigación y desarrollo.	Gm1	<u>Si cumple, son cajas personalizadas de cartón de doble corrugado, cajas plásticas de polipropileno, bolsas de PEBD, con peso de 30 libras. Cumple con las características organolépticas del jengibre, su aspecto físico es de una mano con ramificaciones, y no contiene materias extrañas. Cada pallet entra 72 cajas de cartón doble corrugado y en plásticas entra 80 cajas por pallet, con sus respectivos esquineros, media bolsa de grapas, y zunchos. Cuenta con una sola página de Facebook.</u>

4.2.3.3. Resultados de la guía de observación de la empresa La Campiña Perú S.A.C.

En la Tabla 26 se muestra, el análisis de resultados de la observación directa de la empresa La Campiña Perú S.A.C.

Tabla 26

Resultados de la guía de observación de la empresa La Campiña Perú S.A.C.

Categorías	Subcategorías	Cód.	La Campiña Perú S.A.C
Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	<u>Tiene periódico mural en la oficina administrativa.</u>
	Organización	Ga2	<u>La oficina administrativa está separada según departamentos, con su respectivo espacio.</u>
Capacidad de gestión productiva y logística	Producción	PI1	<u>Cuenta con tambores de lavado en buen estado, con las señalizaciones correspondientes. Cuenta con una separación correcta de áreas en el proceso de producción: área de despacho de producto, área de calidad, área de empaque, área de paletizado, área de almacén de materiales y área de despacho del producto a exportar. Los trabajadores si cuentan con la indumentaria correcta: cofia, guantes, mandiles, mascarilla, fajas y botas. Cuenta con la infraestructura adecuada para el proceso de producción, con una estricta seguridad de solo personal autorizado.</u>
	Sistema de gestión medioambiental	PI2	<u>Si cuenta con tres tachos para su correcta separación.</u>
Gestión de los mercados internaciones y logística exportadora	Investigación y desarrollo.	Gm1	<u>Si cumple con las cajas genéricas de cartón de doble corrugado, cajas con peso de 30 libras. Cumple con las características organolépticas del jengibre, su aspecto físico es de una mano con ramificaciones, y no contiene materias extrañas. Cada pallet entra 72 cajas de cartón, con sus respectivos esquineros, grapas, y zunchos. Cuenta con una página web y página de Facebook.</u>

4.2.4. Resultados de los expertos sobre la capacidad exportadora.

Se especifica el análisis de resultados de las entrevistas realizada a los expertos sobre la capacidad exportadora de las empresas exportadoras de jengibre.

4.2.4.1. Resultados del experto 1.

En la Tabla 27 se detalla, los resultados del experto 1 sobre las tres categorías de la capacidad exportadora, según la especialidad del experto.

Tabla 27

Resultados del experto 1

Categorías	Subcategorías	Cód	Experto 1
Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	[..] <u>Entonces es fundamental que, desde campo, proceso, personal, limpieza, administrativo, inclusivos vigilantes sepan que es, que certificaciones está empleando la empresa.</u>
	Organización	Ga2	[...] <u>¿Cómo debe venir el personal a planta?, para eso hay un procedimiento de vestimenta de trabajo de planta, [...] ¿Cómo debo hacer la fertilización de los suelos, o la sostenibilidad del suelo?, tenemos un procedimiento de sostenibilidad del suelo que nos indica los pasos a seguir [...]</u>
Capacidad de gestión productiva y logística	Producción	P11	[..] <u>el productor debe saber que es la normativa, como produzco, que insumos debo utilizar, porque hay insumos prohibidos[.] en el Perú como en el extranjero, entonces eso hay que conocer, [...] que fertilizante, que plaguicida está prohibido,[.] si el trabajo de campo es perfecto, cumple la normativa.[.] en planta de proceso el personal debe conocer de inocuidad alimentaria, [...] para no contaminar el producto.[.] Yo no puedo hacer registros como se me dé la gana,[.] <u>debo tener un manual o un procedimiento que describa como voy hacer los registros en general, ¿Para qué? Para tener un orden, por que hacer agricultura orgánica, buenas prácticas agrícolas también involucra que todo lo que uno realice, este en un procedimiento, un manual, un instructivo [...] para facilitar las labores y que el personal comprenda [...] como se cumple las normativas [...]. Los estándares de calidad, [...] se maneja de acuerdo al cliente,[.] el cliente te va a pedir tal calibre, [...] tal peso, [...] esos parámetros lo van a determinar cada cliente y ya la empresa lo va a incluir en sus políticas [...] en liberación de producto conforme.</u></u>

Sistema de gestión medioambiental	PI2	[..] <u>ya sea reforestando, rotación de cultivos [..]. Justamente este año [..] se ha obligado a la certificadoras que verifiquen si cumplen las normativas, ya sea, se visite las siembras, para ver estas prácticas, ¿no? [..] ir eliminando a esos productores que realizan la quema. [..] también podemos trabajar aspectos ambientales en plantas de proceso, como en la reducción del agua, [..] mejorar los canales de tubería, mantenimientos al montacargas [..] para evitar emisiones de dióxido de carbono, a nivel operativo. [..] en área administrativa, también hay políticas ambientales sobre el reciclaje de papeles, apagar las luces cuando no esté nadie, [..] son estas prácticas que se puede aplicar [..]</u>	
Capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora	Logística exportadora	Gm3	Las exportaciones básicas [..] o en combo como lo pueden decir, [..] <u>es el orgánico, [..] para la Unión Europea, orgánico de Estados Unidos y orgánico en Perú. [..] La otra normativa de sellos sostenibles es la norma Global G.A.P de buenas prácticas agrícolas, esos son, lo básico que debe tener [..] la empresa exportadora de kion. [..] Este año 2022 está entrando con fuerza el tema de la inocuidad alimentaria, [..] una normativa que es el HACCP de buenas prácticas de manipulación del producto en planta de proceso [..] los compradores o clientes se enfocan en eso y que el producto esté libre de pesticidas. [..] Son las normativas ahorita básicas para ser competitivo. [..] si hablamos de orgánico, va a depender de cada mercado lo que requiere.</u>

4.2.4.2. Resultado del experto 2.

En la Tabla 28 se detalla, los resultados del experto 2 sobre la capacidad exportadora, según la especialidad del experto.

Tabla 28

Resultados del experto 2

Categorías	Subcategorías	Cód.	Experto 2
------------	---------------	------	-----------

Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	<p>[...] <u>La cultura exportadora implica, todo el conjunto de actividades académicas pedagógicas que debe realizar la institución</u> [...] a veces no están disponibles o están en un lugar alejados [...] <u>lo que le queda a la empresa es desarrollar su propia cultura exportadora</u> [...] al interior de la empresa, [...] pues hay un gerente general que teniendo una visión en los mercados internacionales tiene que convocar [...] <u>contratando algún experto</u> [...] que conozca en temas de <u>negocios internacionales y difunda la necesidad</u> [...] en todos los colaboradores [...] <u>hacia la conquista de los mercados internacionales</u> [...] para alcanzar el <u>objetivo.</u> [...]</p>
Capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora	Investigación y desarrollo	Gm1	<p>[...] <u>Estas empresas no solo lograron internacionalizarse, posicionarse, mantenerse en el mercado internacional, porque tenían un producto altamente demandado por sus propiedades multivitamínicas.</u> [...] <u>pues la visión de los empresarios en buscar nuevos mercados en el exterior,</u> [...] <u>estaba desacelerado,</u> [...] <u>de hecho de tener un producto altamente competitivo y altamente demandado</u> [...] <u>les abría el camino para la internacionalización,</u> [...] para hacer frente a la pandemia les calzaba perfectamente el tema del jengibre. [...] <u>Debe trabajar con normas técnicas,</u> [...] <u>que las normas de calidad</u> [...] <u>van a evolucionar definitivamente respecto al jengibre</u> [...] <u>y se logre cierta estandarización en la presentación del jengibre.</u> [...] <u>La participación en ferias internacionales es vital,</u> [...] <u>un plan de marketing digital no es suficiente</u> [...], <u>la participación es uno de los mecanismos de promoción más exitosos,</u> [...] <u>allí contactamos a los clientes potenciales, allí ellos nos contactan, intercambiamos información,</u> [...] <u>tienen que hacer una gran inversión para participar</u> [...] <u>eso les da experiencia,</u> [...] <u>a la empresa les va a poner en las grandes ligas internacionales</u> [...] <u>y mejorar su imagen y prestigio</u> [...] <u>Entonces lo único que tiene que hacer las empresas es buscar clientes seguros y responsables que tengan credibilidad.</u> [...]</p>
	Canales de distribución	Gm2	<p>[...] <u>hay dos formas de penetración al mercado internacional</u> [...] <u>lo puedes hacer con tu propio personal debidamente capacitado,</u> <u>que hablen inglés,</u> [...] <u>conozcan de</u> [...] <u>logísticas, aduanera,</u></p>

			<p><u>comercial y buscar directamente a sus clientes potenciales y negocien con ellos.[..] segundo, buscan a un tercero [..] que tenga contactos en ese mercado [..] cierras un trato con ellos bajo determinadas condiciones, [..] las dos partes tienen obligaciones [..] pues pagara las comisiones correspondientes al bróker, el agente representante y este se encargará de buscar a los clientes. [..] Una empresa tiene <u>mayor internacionalización si maneja directamente sus exportaciones.</u></u></p>
	Logística exportadora	Gm3	<p>[...] <u>los riesgos siempre están latentes, en toda operación de comercio internacional [..] hay un factor distancia que separa a las partes [..] sea en espacio marítimo, e inclusive terrestre, y como la mercancía ya no está en nuestra disposición [..] sino de terceros [..] este hará lo posible que no le pase nada a la mercancía, [..] pero por situaciones fortuitas o de fuerza mayor [..] o refrigeración, [..] ese producto va a llegar en mal estado [..] el cliente lo va a rechazar [..] se puede minimizar ese riesgo [..] a través de una póliza de seguro [..] hay que embarcarnos más en condiciones en cualquiera [..] de los Incoterms [..] aquí en Perú se perfecciona el tema en la transferencia de riesgos y a partir de ahí son los riesgos del comprador y si algo le pasa a la mercancía, él lo asume.</u></p>
Capacidad de gestión económica y financiera	Costos y presupuestos	Ef1	<p>[..] en una <u>operación de comercio internacional, [..] no solamente debes conocer los costos logísticos tienes que conocer toda la operatividad, [..] de allí viene el tema de despacho aduanero de exportación, tienen que conocer de <u>agencia de aduana [..] porque te inventan gastos para sacarte más plata, entonces tienes que estar detrás.[..] hay que conocer sobre todo cuando se embarca, los costos de almacén, deposito temporal, [..] al final te cobran el uso de montacargas, cuadrilla, apertura de contenedor y cierre de contenedor, al final tus costos se elevaron, costos que no habías previsto, [..] al final afecta a la rentabilidad [..].</u></u></p>
	Financiamiento a la exportación	Ef2	<p>[..] se suele utilizar para este tipo de productos de agro exportación, se <u>suele utilizar transferencias bancarias en el [..] mercado americano y [..] europeo también, [..] todo es pago posterior, pago contra la llegada del producto a destino, no te</u></p>

adelantan nada [...] todo es tema de confianza, tampoco puedes lanzarte con una carta de crédito, [...] aunque es seguro, pero cuesta una barbaridad y ¿quién va a asumir eso?, [...] es un medio de pago seguro, pero te eleva los costos.

4.2.5. Resultados de análisis de datos de la encuesta de la oferta exportable.

Se detalla los resultados de análisis de datos con el uso de la estadística descriptiva, de la encuesta de la situación de la oferta exportable antes del año 2019.

4.2.5.1. Análisis de la disponibilidad del producto de la oferta exportable antes del año 2019.

Respecto a la pregunta uno, tal como se muestra en la Figura 10, las empresas exportadoras de jengibre exportadoras antes del año 2019, el 75% ya contaban con certificados de calidad y tecnología adecuada para el proceso de exportación.

P1: ¿Su producto ya contaba con sistemas de calidad y tecnología adecuada, para el proceso de exportación?

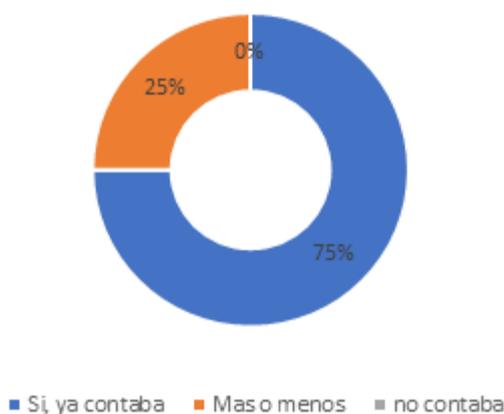


Figura 10. Resultados en diagrama circular de la pregunta uno del cuestionario de la oferta exportable.

Acorde con la pregunta dos, tal como se muestra en la Figura 11, antes del año 2019, el 50% de las empresas consideraba que tenía precio competitivo al nivel internacional, la otra mitad consideraba que el precio era un poco competitivo.

P2: ¿El precio del producto de jengibre era competitivo al nivel internacional?

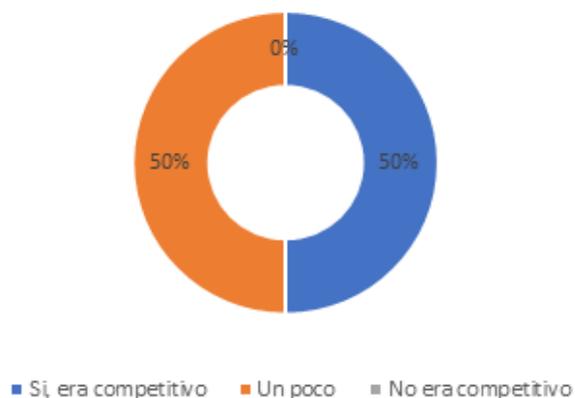


Figura 11. Resultados en diagrama circular de la pregunta dos del cuestionario de la oferta exportable.

Respecto con la pregunta tres, tal como se muestra en la Figura 12, la exportación de las cuatro empresas exportadoras de jengibre era semanalmente antes del año 2019, prácticamente era continua sus envíos de exportación.

P3: ¿Su exportación era continua?

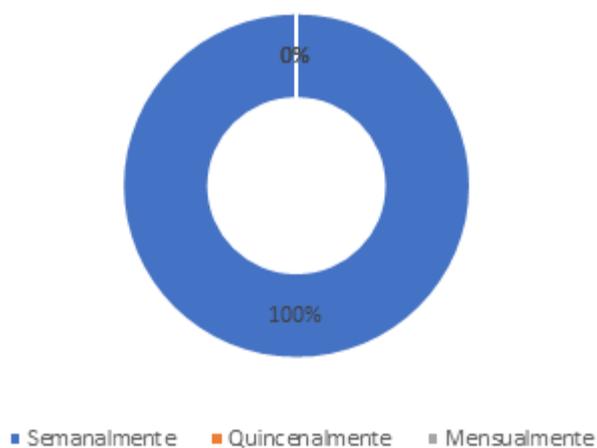


Figura 12. Resultados en diagrama circular de la pregunta tres del cuestionario de la oferta exportable.

Acorde con la pregunta 4, tal como se muestra en la Figura 13, antes del año 2019, las empresas cumplían con la exigencias y requerimientos del mercado objetivo.

P4: ¿Su producto cumplía con las exigencias y requerimientos del mercado objetivo?

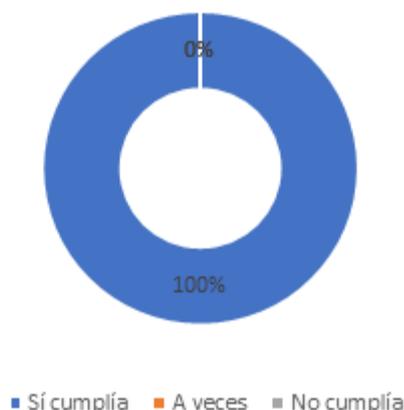


Figura 13. Resultados en diagrama circular de la pregunta cuatro del cuestionario de la oferta exportable.

4.2.5.2. Análisis de la capacidad económica y financiera antes del año 2019.

Acorde con la pregunta 5, tal como se muestra en la Figura 14, las cuatro empresas antes del año 2019, ya contaban con recursos propios y financiamiento de bancos para el proceso de exportación.

P5: ¿Su empresa contaba con recursos propios para la exportación?



Figura 14. Resultados en diagrama circular de la pregunta cinco del cuestionario de la oferta exportable.

Respecto con la pregunta 6, tal como se observa en la Figura 15, las empresas exportadoras de jengibre antes del año 2019, ya tenían establecido una estructura de costos de exportación.

P6: ¿Contaba con una estructura de costos de exportación?

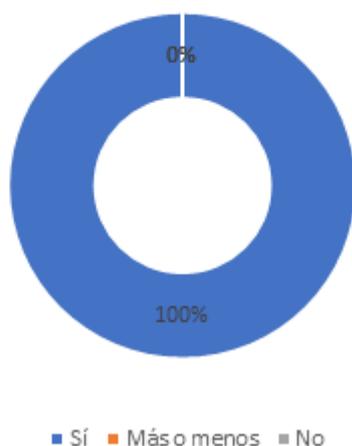


Figura 15. Resultados en diagrama circular de la pregunta seis del cuestionario de la oferta exportable.

4.2.5.3. Análisis de la capacidad de gestión antes del año 2019.

Respecto a la pregunta 7, tal como se muestra en la Figura 16, el 75% de los cuatros empresas exportadoras antes del año 2019, implementaron la cultura exportadora, el 25% recién estaba implementando su cultura exportadora.

P7: ¿Antes del año 2019 su empresa desarrolló la cultura exportadora?

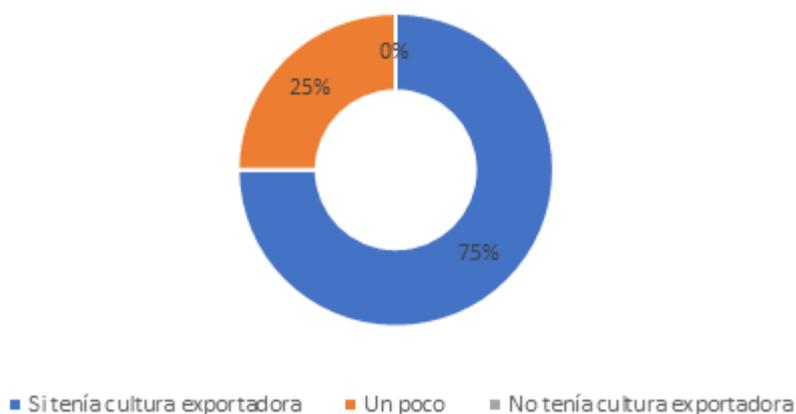


Figura 16. Resultados en diagrama circular de la pregunta siete del cuestionario de la oferta exportable.

Respecto a la pregunta número 8, tal como se observa en la Figura 17, las empresas exportadoras de jengibre antes del año 2019, el 75 % ya contaba con manuales de procedimientos para su proceso de exportación, el restante recién estaba implementado estos manuales.

P8: ¿Su empresa contaba con manuales de procedimientos?

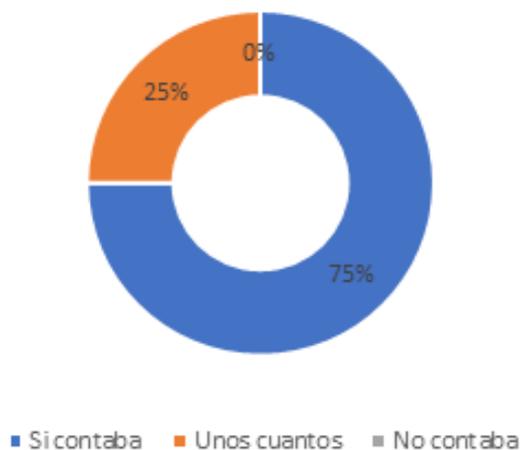


Figura 17. Resultados en diagrama circular de la pregunta ocho del cuestionario de la oferta exportable.

Respecto a la pregunta 9, tal como se observa en la Figura 18, antes del año 2019, las empresas exportadoras de jengibre, el 75% realizaba capacitaciones inductivas a todo el personal, en cambio, el restante solo algunas capacitaciones inductivas.

P9: ¿El personal administrativo y de proceso recibían capacitaciones inductivas?

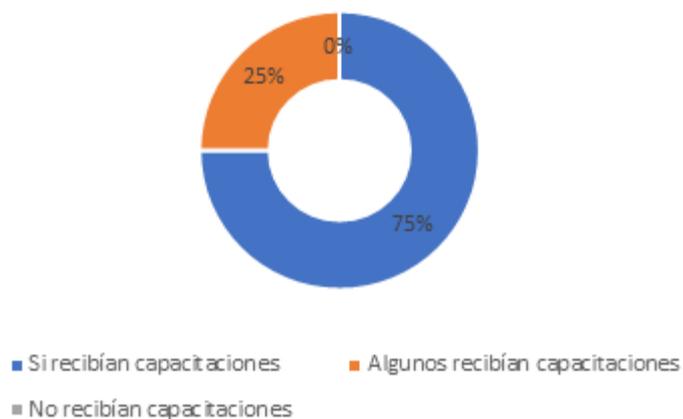


Figura 18. Resultados en diagrama circular de la pregunta nueve del cuestionario de la oferta exportable.

4.3. Triangulación de datos recogidos

En este apartado se realizará la triangulación de datos, de los resultados obtenidos de las técnicas de información de los sujetos informantes y objetos de estudio.

4.3.1. Triangulación de los resultados de los sujetos informantes.

Se detalla la triangulación de datos de las entrevistas sobre la capacidad exportadora y encuestas sobre la oferta antes del año 2019, realizadas a los sujetos informantes.

4.3.1.1. Triangulación de los resultados de la entrevista a los sujetos informantes sobre la capacidad exportadora.

En la Tabla 29 se especifica, la triangulación de las entrevistas realizada a los sujetos informantes sobre la capacidad exportadora.

Tabla 29

Triangulación de los resultados de las entrevistas de los sujetos informantes.

Categorías	Cód	Elisur Organic S.A.C	JCH Organic S.A.C	La Campaña Perú S.A.C	Nativa Organics S.A.C	Convergencias	Divergencias	Conclusión
Capacidad de gestión administrativa	Gal	(...) aperturamos después de 30 días nuestras operaciones implementando procedimientos de control sanitario, incluso nosotros mismos armamos nuestro plan de control COVID sin que ese momento todavía nos lanzarán la normativa de cómo implementarnos ¿no? (...) nosotros lo difundimos, la cultura exportadora, en cada apertura de campaña, porque el	<u>Hubo cambios, todo lo que es tema estructural, oficinas más amplias, más ventilaciones [...]</u> no tuvimos trabajo remoto, <u>trabajamos desde la oficina [...]</u> <u>obtuvimos los permisos necesarios y las vacunas al día para no tener ningún problema [...]</u> <u>para el COVID-19. [...]</u> <u>obtuvimos charlas sobre el proceso de exportaciones [...]</u> <u>todo lo que es el</u>	[..] <u>tuvimos que ajustar toda la realidad, [...]</u> <u>hubo control de que las personas no podían entrar sin sus análisis y tener medidas de control para que puedan ingresar [...]</u> <u>con nuestros propios recursos teníamos adecuar todo eso [...]</u> no es que el estado [...] nos ha dicho. [...] como empresa [...] <u>cumplir los requisitos de lo que la emergencia sanitaria nos ha tenido que</u>	[..] Nos agarró desprevenido generalmente, [...] cuando se decretó esto, [...] <u>todos hicimos teletrabajo [...]</u> <u>al final tuvimos que trabajar [...]</u> <u>con un servidor a distancia [...]</u> <u>a través de Anydesk [...]</u> <u>y TeamViewer. [...]</u> <u>eso es para el tema administrativo. [...]</u> <u>Para el tema de exportaciones [...]</u> <u>operativamente [...]</u> <u>tenía que ser presencial [...]</u> <u>se sacaron todos los permisos necesario, los pases y los demás para poder trabajar [...]</u> <u>hacer el tema de</u>	Hubo <u>planificación con proactividad en el planeamiento</u> ante la emergencia sanitaria por el Covid-19. Implementando el <u>trabajo remoto</u> en el área administrativo, <u>usando las TIC</u> , y al nivel operativo con procedimientos de <u>Higiene y Seguridad</u> en el trabajo impuesto por el estado. Adaptaron la <u>cultura exportadora</u> , a través de <u>capacitaciones</u>	Una empresa <u>no aplico trabajo remoto</u> , <u>planificaron con antelación los permisos necesarios para trabajar presencialmente</u> en el área <u>administrativa</u> .	<u>La planificación del desarrollo de actividades con proactividad en el planeamiento es importante para enfrentar cualquier factor externo, que afecte a la organización. Para la integración de la empresa es importante la cultura exportadora a través de capacitaciones</u> en todas las áreas de la empresa.

	<p><u>personal es variable y tenemos un personal fijo que es la parte administrativa.[...]</u> <u>hubo trabajo remoto [...]</u> que fue como cuatro meses [...] muchos se comunicaron con nosotros y <u>cuáles eran los procedimientos para retomar en labores presenciales.</u></p>	<p><u>mercado internacional.</u></p>	<p><u>pedir [...]</u> en ese tiempo. [...] <u>Siempre ha habido trabajo remoto en la empresa [...]</u> y en plena <u>pandemia también hubo</u></p>	<p><u>protocolos [...]</u> para seguir funcionando en el tema de alimentos [...] <u>cumplir todo eso en la operación de exportación.[...]</u> Cada área <u>exponía cuál era su funcionamiento dentro de la empresa, administración, área de planta y demás, todos hacían una presentación explicando a las otras áreas como eran los procesos [...]</u> para que todos tengan la mirada general de la compañía, [...] <u>hicimos eso como una inducción por temporada.</u></p>	<p><u>anualmente, a todas las áreas de la empresa,</u></p>		
Ga2	<p>(...) nosotros <u>implementamos procedimientos al nivel administrativo y al nivel operativo [...]</u> <u>saneamientos también contamos</u></p>	<p><u>Contamos con todos los manuales necesarios por área [...]</u> para sus <u>respectivos manejos [...]</u> y lograr nuestro <u>objetivo. [...]</u></p>	<p>Si claro, <u>acá hay varios manuales porque nosotros trabajamos con certificados [...]</u> como <u>exportamos jengibre orgánico, comercio</u></p>	<p>[...] <u>nosotros tenemos manuales de procedimientos, estamos certificados ISO 9001, eh y varios procesos que tiene dentro de la compañía, [...]</u> <u>te ayuda a tener claro</u></p>	<p>Las empresas cuentan con <u>manuales de procedimientos, implementado al nivel administrativo y operativo, para que</u></p>	<p>Una empresa no fue afectada en las operaciones de producción</p>	<p>Al tener <u>manuales de procedimientos, lo implementaron para afrontar los acontecimientos negativo externo, adaptándose a los</u></p>

<p><u>poder velar y controlar las operaciones, los servicios de operaciones sanitarios, porque están trabajando con alimentos y al nivel administrativo contamos con un procedimiento [...] un flujo de trabajo entre gerencia y diferentes áreas.</u></p>	<p>Nosotros no fuimos afectados mucho por el COVID-19 [...] al contrario obtuvimos mayor control de personal, [...] control médico, para no tener un infectado. [...] En el tema administrativo hubo capacitaciones sobre prevención del COVID-19, capacitaciones sobre higiene y seguridad.</p>	<p><u>justo y con varios certificados, tenemos auditoria, [...] nos dicen como tu sustentas que haces todo esto, [...] el manual dice cómo hacer desde la A hasta Z.[...] a la empresa le ha costado, [...] ha invertido para que eso exista. [...] En planilla está la gente, [...] Entonces se ha tenido que buscar una cultura organizacional [...] tienes que ir formando profesionales y traer gente de Lima.</u></p>	<p><u>cuáles son los procesos.[...] Están en planilla, se paga horas extra, [...] seguro médico, bono beta y con eso se ha incrementado.[...] Era parte del proceso las capacitaciones constantes [...] sobre el tema [...] para poder tener autorización del Ministerio de Salud y seguir trabajando.</u></p>	<p>no les afecte en sus operaciones de exportación, y lo adaptaron y actualizaron ante la emergencia sanitaria, con capacitaciones constantes contra el COVID-19. También, tuvieron capacitaciones de inducción, formando una cultura organizacional en la empresa. El personal está en planilla, con todos sus beneficios laborales del régimen agrario.</p>	<p>del producto, en cambio <u>tuvieron más control sobre el personal operativo.</u></p>	<p>cambios con <u>capacitaciones constantes.</u> Asimismo, <u>formaron una cultura organizacional en la inducción de los trabajadores.</u> También, todos sus trabajadores están en planilla en el régimen agrario con todos sus <u>beneficios laborales, teniendo una formalización laboral permite que la empresa obtenga todos los permisos necesarios ante las instituciones, para seguir operando.</u></p>
--	--	--	--	---	---	---

Ga3	<p><u>[..] nosotros creemos fielmente que la relación de confianza es lo principal dentro del negocio [...]</u></p> <p><u>Participamos en ferias que reúnen a nuestros cliente de todo Europa y visitamos sus almacenes, también lo recibimos aquí, generamos este vínculo de cercanía, conocen nuestra finca, nuestro modelo de trabajo, al equipo y estamos bastante abierto de mostrar la trazabilidad que es importante en ventas [...]</u></p> <p><u>también ayudamos con los problemas</u></p>	<p><u>Todos los mercados son diferentes [...]</u></p> <p><u>todos tienen una ideología diferente, entonces hay que tratarlo de diferentes formas [...]</u></p> <p><u>este Estados Unidos, es exigente en calidad, [...]</u></p> <p><u>entonces nos enfocamos más en temas de calidad [...]</u></p> <p><u>en Europa, para ellos es el precio [...]</u></p> <p><u>tratamos de minimizar los costos para llegar a ese mercado.</u></p>	<p><u>[..] Italia y Alemania quieren productos de calidad, [...]</u></p> <p><u>entonces, ellos quieren que le provean ese jengibre se también serio, entonces hay una retroalimentación. [...]</u></p>	<p><u>[..] eran reuniones virtuales, ya no se podían hacer visitas[.] nos reuníamos básicamente para ver que está pasando como venía después del trabajo que se generaba ciertas variaciones en la demanda [...]</u></p> <p><u>prácticamente era poder estar en contacto con ellos [...]</u></p> <p><u>frecuentemente. [...]</u></p> <p><u>para poder resolver problemas básicamente operativos logístico o de mercado.</u></p>	<p><u>El vínculo y la cercanía con los clientes es necesario, participando en ferias internacionales el sector, para cumplir con los requerimientos que exige cada uno, como en la calidad del producto o en el precio. Adaptar esos requerimientos es importante para desarrollar confianza.</u></p> <p><u>También, el contacto después de la venta para resolver los problemas que pudieran en las documentaciones.</u></p>	<p><u>Una empresa se limitó en la interacción con el cliente, para comunicarse solo virtualmente.</u></p>	<p><u>Cumplir los requerimientos de cada mercado, es una estrategia para la retención de los clientes, generando una relación confianza entre ambas partes, participando en ferias del sector.</u></p> <p><u>Asimismo, el servicio posventa permite resolver los problemas documentario que pudieran tener los clientes.</u></p>
-----	--	---	--	---	---	---	--

		<u>documentarios de destino para evitar tanto dolores de cabeza.</u>						
Capacidad de gestión productiva y logística	PI1	[...] nosotros iniciamos con el <u>jengibre exportar 100% orgánico, todas nuestras fincas están certificadas orgánicas. [...] para cada año nosotros hablamos [...] tenemos una escuela de campo “Ina Quipatsi” para poder capacitar e informar al agricultor y mostrar la realidad del mercado al agricultor[...] en esa escuela el agricultor se prepara si es factible o no ampliar</u>	[..] en el tema de pandemia no hubo mucha planificación [...] ese año estuvo bien en el mercado [...] para el siguiente año si hubo mucha planificación [...] se trató de incentivar un poco más [...] el cultivo para todos los productores [...] para tener más capacidad de compra. [...] tenemos una trazabilidad desde ingreso del producto [...] hasta la planta y hasta la salida del contenedor [...] y	Hemos <u>planificado [...] como siempre, [...] el año donde hubo COVID [...] el precio ha sido fuerte, [...] hubo una demanda mundial [...] todos sembraron, no solo en el Perú, también Brasil y otros países, al final hubo sobreoferta y el kion era demasiado barato. [...] Cuando se exporta kion orgánico, [...] todas tienen documentación, sino documenta es algo falso, si o si ya tiene</u>	[..] el <u>tema de planificación se hace [...] de manera mensual o ajuste semanal para ver lo que está pasando y controlando en productos perecibles la demanda, [...] en eso de la pandemia se afectó la demanda de manera positiva. [...] planificamos muchas veces porque había demanda, y nosotros teníamos restricciones operativas en planta y campo, ahí fue bastante duro y chocante, [...] teníamos reducción de producción en 50%. [...] no llegabas a tiempo la demanda [...] tenías que</u>	<u>Planificaron la producción del cultivo de jengibre con más fuerza en pandemia, se crearon escuela de capacitaciones para la siembra en campo con la realidad del mercado internacional para que no falte producto y poder cumplir con la programación de pedidos que se establece semanalmente o mensualmente. Otros tuvieron que suspender sus</u>	Una empresa <u>planificó como siempre la producción del producto de exportación.</u>	La <u>planificación de la producción de jengibre les permitió cumplir con la programación de los pedidos con cada cliente, semanalmente y mensualmente, y además planificaron suspender su proceso de exportación y ajustar sus pedidos. Del mismo modo, controlaron la calidad del producto con los</u>

<u>la siembra al</u>	<u>hasta el puerto y</u>	<u>que tener. [..] todo</u>	<u>ajustar la salida de</u>	<u>procesos de</u>	<u>estándares de</u>
<u>siguiente año [...]</u>	<u>hacia el cliente, los</u>	<u>producto esta</u>	<u>exportación. [..] en el tema</u>	<u>producción, y</u>	<u>calidad y la</u>
<u>esta escuela nació</u>	<u>conocimientos de</u>	<u>competitivo. [..] Para</u>	<u>del ISO [..] tienes todo el</u>	<u>también tuvieron que</u>	<u>normativa orgánica</u>
<u>justo en el tiempo de</u>	<u>embarque, hacemos</u>	<u>el proceso de</u>	<u>proceso establecido,</u>	<u>ajustas sus pedidos.</u>	<u>a través de la</u>
<u>pandemia. [...]</u>	<u>controles de calidad</u>	<u>exportación, [..]</u>	<u>estándares establecidos, te</u>	<u>Del mismo modo,</u>	<u>trazabilidad del</u>
<u>nosotros aseguramos</u>	<u>en origen y también</u>	<u>exportamos kion</u>	<u>ayuda [..] a mantener la</u>	<u>implementaron y</u>	<u>producto, que</u>
<u>la calidad con la</u>	<u>en destino. [..]</u>	<u>fresco, [..] va</u>	<u>calidad constantemente, [..]</u>	<u>documentaron los</u>	<u>requieren</u>
<u>trazabilidad [...]</u>	<u>solamente tenemos</u>	<u>limpiecito en cajas,</u>	<u>por otro lado los objetivos</u>	<u>estándares</u>	<u>obligatoriamente</u>
<u>entonces con el</u>	<u>una máquina de</u>	<u>[..] lavadora nada</u>	<u>establecidos. [..] estamos</u>	<u>internacionales de</u>	<u>los clientes. En fin,</u>
<u>sistema interno</u>	<u>lavado, antes la gente</u>	<u>más, no hay</u>	<u>haciendo investigación</u>	<u>calidad y la</u>	<u>contaron con las</u>
<u>control [..] que el</u>	<u>lavaba a mano y</u>	<u>tecnología mucha.</u>	<u>interna con respecto a</u>	<u>normativa orgánica a</u>	<u>maquinarias</u>
<u>producto pueda</u>	<u>tenían problemas de</u>	<u>Todos esos</u>	<u>cambios en cuanto</u>	<u>través de la</u>	<u>necesarias para</u>
<u>cumplir con el</u>	<u>hongos [..] y también</u>	<u>certificados, todas</u>	<u>producción, empaque, pos-</u>	<u>trazabilidad del</u>	<u>cumplir con los</u>
<u>principal requisito</u>	<u>tenemos fajas de</u>	<u>esas condiciones de</u>	<u> cosecha, [..] y nuevos</u>	<u>producto, que es un</u>	<u>pedidos</u>
<u>que es los residuos,</u>	<u>proceso, [..] la</u>	<u>calidad ya han estado</u>	<u>insumos para usar dentro</u>	<u>requerimiento</u>	<u>establecidos.</u>
<u>producto orgánico.</u>	<u>maquina si se</u>	<u>adecuadas, [..] el</u>	<u>de nuestro proceso. [..]</u>	<u>importante para la</u>	
<u>[..] los precios se</u>	<u>malogra una, trabaja</u>	<u>problema del</u>	<u>Tenemos tambores</u>	<u>comercialización.</u>	
<u>triplicaron en el</u>	<u>la otra [..] por eso</u>	<u>COVID-19 era [..]</u>	<u>lavadores, cortadoras, tinas</u>	<u>Todas cuentan con</u>	
<u>campo por pandemia,</u>	<u>tenemos dos [..] pero</u>	<u>poner agua y jabón y</u>	<u>de desinfección, [..] secado</u>	<u>maquinarias para el</u>	
<u>[..] igual, el</u>	<u>normalmente no se</u>	<u> mascarilla [..] todos</u>	<u>de aire forzado, [..]</u>	<u>proceso del producto</u>	
<u>exportador no podía</u>	<u>malogra en mucho</u>	<u>los demás ya estaba</u>	<u>maquinas deshidratadoras,</u>	<u>a exportar.</u>	
<u>incrementar por que</u>	<u>tiempo.</u>	<u>con ISO 9001 o con</u>	<u>cortadoras [..] y selladoras.</u>		
<u>se tenía un programa</u>		<u>normas de calidad,</u>			

	<u>establecido, al menos</u>		<u>[...] era un pequeño</u>				
	<u>por periodos. [...].</u>		<u>adicional nomás</u>				
P12	-----	<u>[..] separamos los</u>	No, no contamos.	<u>[..] contamos con sistema</u>	<u>Cuentan con sistema</u>	<u>Una empresa</u>	<u>Implementaron un</u>
		<u>residuos, pero no</u>		<u>de sostenibilidad,</u>	<u>de sostenibilidad para</u>	<u>solo tiene</u>	<u>sistema de gestión</u>
		<u>tenemos un plan</u>		<u>prácticamente lo que</u>	<u>la producción del</u>	<u>implementad</u>	<u>medioambiental</u>
		<u>escrito.</u>		<u>hacemos es temas de</u>	<u>jengibre, en campo y</u>	<u>o</u>	<u>para cumplir con</u>
				<u>sostenibilidad, [...]</u>	<u>en la producción.</u>	<u>documentalm</u>	<u>las certificaciones</u>
				<u>generando cultivo orgánico</u>	<u>Efectúan las políticas</u>	<u>ente la</u>	<u>internacionales, y</u>
				<u>hace que sea más</u>	<u>de higiene y</u>	<u>política</u>	<u>también la</u>
				<u>sostenible [...] en temas de</u>	<u>seguridad, pero no lo</u>	<u>ambiental y</u>	<u>documentación y</u>
				<u>producción no hay uso de</u>	<u>registran.</u>	<u>poniendo en</u>	<u>ejecución de una</u>
				<u>pesticidas. [...] aparte</u>		<u>práctica en el</u>	<u>política ambiental</u>
				<u>nosotros [...] evitamos las</u>		<u>campo de</u>	<u>de higiene y</u>
				<u>quemas, [...] recirculación</u>		<u>cultivo.</u>	<u>seguridad en planta</u>
				<u>de agua [...] también el</u>			<u>y campo de cultivo.</u>
				<u>tema de reciclaje de</u>			
				<u>plásticos, reutilizamos las</u>			
				<u>cajas plásticas, jabas</u>			
				<u>reciclables, para no seguir</u>			
				<u>contaminando el medio</u>			
				<u>ambiente, [...] por el tema</u>			
				<u>de la pandemia se cortó, [...]</u>			
				<u>pero antes teníamos</u>			
				<u>políticas con respecto al</u>			

					<u>medio ambiente. [..]</u>			
					<u>pensamos retomar</u>			
					<u>al próximo año.[..] en cuanto</u>			
					<u>a sostenibilidad eso</u>			
					<u>estamos haciendo ahora</u>			
					<u>[..].</u>			
Capacidad de	Gm	[..] lo que <u>más</u>	<u>Exportamos jengibre</u>	<u>Nos dedicamos al</u>	<u>[..] no se hizo como estudio</u>	<u>El principal producto</u>	<u>Una empresa</u>	<u>Las empresas</u>
gestión de los	1	<u>buscaban era</u>	<u>cúrcuma, granadilla y</u>	<u>jengibre y a la</u>	<u>formal, ahora estamos</u>	<u>de exportación es el</u>	<u>hizo un</u>	<u>tienen una línea de</u>
mercados		<u>jengibre, era como</u>	<u>ajos, y nuestro</u>	<u>cúrcuma, y [..] cacao,</u>	<u>haciendo para</u>	<u>jengibre orgánico, es</u>	<u>estudio</u>	<u>productos de</u>
internacionales		<u>que el producto</u>	<u>principal producto es</u>	<u>y nuestro principal</u>	<u>programas[.] y demás que</u>	<u>lo que demandaban</u>	<u>mercado</u>	<u>exportación, pero,</u>
y logística		<u>estrella del Perú en</u>	<u>jengibre orgánico. [..]</u>	<u>producto es jengibre</u>	<u>nos piden hacer esto. [..] el</u>	<u>más en el mercado</u>	<u>internacional</u>	<u>su principal</u>
exportadora.		<u>crecimiento</u>	<u>Tiene que ver el</u>	<u>orgánico. [..] no se</u>	<u>estudio no lo haces como</u>	<u>internacional.</u>	<u>formal, las</u>	<u>producto de</u>
		<u>exponencial [..] ya</u>	<u>destino, hay</u>	<u>realizó un estudio de</u>	<u>formalmente, pero hay</u>	<u>Hicieron estudio de</u>	<u>demás</u>	<u>exportación es el</u>
		<u>que el jengibre tiene</u>	<u>mercados más</u>	<u>mercado, [..] el</u>	<u>demanda y estos son mis</u>	<u>mercado</u>	<u>empresas solo</u>	<u>jengibre orgánico,</u>
		<u>propiedades</u>	<u>complicados como</u>	<u>departamento de</u>	<u>costos, [..] todo fue mental</u>	<u>internacional y vieron</u>	<u>empezaron a</u>	<u>por sus altos</u>
		<u>funcionales que</u>	<u>enviar a Rusia y</u>	<u>marketing está en</u>	<u>básicamente. [..] Para otras</u>	<u>que la demanda era</u>	<u>comercializar</u>	<u>beneficios</u>
		<u>contribuye al sistema</u>	<u>Georgia, países no</u>	<u>inicios. [..]</u>	<u>empresas empezaron a</u>	<u>creciente por sus</u>	<u>el producto</u>	<u>medicinales.</u>
		<u>inmunológico, [..]</u>	<u>tan globalizados en</u>	<u>Participamos en feria</u>	<u>exportar a Centroamérica,</u>	<u>beneficios</u>	<u>exportable ya</u>	<u>Hicieron un estudio</u>
		<u>otros productos,</u>	<u>temas de jengibre [..]</u>	<u>[..] beneficios,</u>	<u>Rusia, [..] nosotros solo</u>	<u>medicinales, y hasta</u>	<u>que tenía</u>	<u>de mercado</u>
		<u>como el limón creció,</u>	<u>Hacemos un estudio</u>	<u>contactos, [..] estatus.</u>	<u>Estados Unidos. [..]</u>	<u>ahora se mantiene.</u>	<u>demanda en</u>	<u>internacional las</u>
		<u>visto como potencial</u>	<u>si nos pueden pagar o</u>		<u>Tenemos menciones de</u>	<u>También, el</u>	<u>el mercado</u>	<u>empresas</u>
		<u>en la selva, pero de</u>	<u>no. [..] nosotros</u>		<u>área de marketing para área</u>	<u>representante</u>	<u>local e</u>	<u>exportadoras de</u>
		<u>ahí decayó, el</u>	<u>promocionamos</u>		<u>comercial, [..] que es visitar</u>	<u>comercial de las</u>	<u>internacional.</u>	<u>jengibre a través de</u>
		<u>jengibre sigue</u>	<u>nuestra marca de</u>		<u>ferias internacionales [..]</u>	<u>empresas hace</u>		<u>la demanda del</u>

manteniéndose. [..]en el 2016, los indicadores de crecimiento de la demanda de jengibre eran bastante buena [...] la demanda era mayor a la oferta y tenía un papel de sobre crecimiento bastante alta. [..] en el 2020 sumamos al área de marketing [..] para desarrollar un plan estratégico y posicionar nuestra marca en el país a exportar. [..] las ferias internacionales, trajeron interacción con los clientes, incrementar cartera de cliente, posicionar nuestra marca [...]

negocio en las distintas ferias internacionales, [...] stand en [...] Europa y Estados Unidos, Canadá también. [...] Por el tema de la pandemia el precio subió y luego decayó. [...] al cliente le interesa conocer con que persona trabaja, porque creemos en la confianza [...] para fortalecer el negocio [...] lo que ha hecho las ferias [...] es ir a conocerlos directamente [...] como te hace una empresa más formal, se produce la confianza.

pero no tenemos un área de marketing como una persona encargada. [...] hubo una caída total de los precios debido a una sobreproducción, muchas empresas produjeron, [...] en el tema de la demanda creció por la pandemia, mucha gente que no consumía jengibre, empezó a consumir, [...] hay otros países que estaban también sembrando. [...] Las ferias era súper importante, [...] nosotros participamos tres o cuatro veces al año. [...] aunque por pandemia ya no es el mismo dinamismo en la participación de la gente, [...] se volvió más virtual. [...]

estudios si estos mercados son confiables en el tema del pago, ya que todo se trata de relación de confianza. Asimismo, participan recurrentes en feria internacionales en Estados Unido y Europa, donde les trae beneficio de posicionamiento de marca, aumento de la cartera de cliente, conocer a la competencia e interacción con los clientes.

producto, formalmente o informalmente, ya que cada año tenía una demanda creciente. Tienen representante comercial para para participar en la ferias internacionales en Europa y Estados Unidos, de lo cual, su objetivo es captar nuevos clientes potenciales e interactuar directamente con ellos, desarrollando su mix de marketing.

	<u>conocer el mercado</u>						
	<u>internacional [..]</u>						
	<u>y la competencia.</u>						
Gm	<u>Marítima, aérea pero</u>	[..] <u>más del 90% de</u>	Principal	[..] <u>básicamente es un tema</u>	<u>El principal medio de</u>	<u>Una empresa</u>	Comenzaron a
2	<u>poco volumen,</u>	<u>los envíos [..] es</u>	<u>exportación,</u>	<u>de venta directa, la venta lo</u>	<u>transporte de las</u>	<u>sigue</u>	<u>exportar</u>
	<u>[..]iniciamos con</u>	<u>marítimo [..] y aéreo.</u>	<u>marítima. [..]</u>	<u>hacemos nosotros mismos,</u>	<u>empresas es</u>	<u>trabajando</u>	<u>indirectamente a</u>
	<u>trader, eran términos</u>	[...] <u>al ser un</u>	<u>trabajamos</u>	[..] <u>la empresa tiene</u>	<u>marítimo, pero en</u>	<u>con</u>	<u>través de Traders y</u>
	<u>EXW, [..] nosotros</u>	<u>producto fuerte el</u>	<u>directamente. [..] No</u>	<u>subsidiarias en Estados</u>	<u>pandemia fue</u>	<u>comisionistas</u>	<u>agentes</u>
	<u>empezamos</u>	<u>jengibre, aguanta</u>	<u>trabajamos con</u>	<u>Unidos y Europa, que</u>	<u>también el aéreo.</u>	<u>que conocen</u>	<u>comisionados, de</u>
	<u>directamente con</u>	<u>tráficos largos. [...]</u>	<u>brókeres [..] principal</u>	<u>también importamos</u>	<u>Comenzaron a</u>	<u>el mercado</u>	<u>allí conocieron el</u>
	<u>Alemania e Italia</u>	<u>como toda empresa</u>	<u>destino de mercado,</u>	<u>directamente y vendemos</u>	<u>exportar</u>	<u>del jengibre</u>	<u>mercado,</u>
	<u>[...] de ahí ventas</u>	<u>empezamos a vender</u>	<u>Europa. [..]</u>	<u>directamente, lo</u>	<u>indirectamente a</u>	<u>en el exterior.</u>	<u>empezaron a</u>
	<u>FOB [..] nosotros</u>	<u>localmente a otras</u>		<u>distribuimos. [..] Nuestros</u>	<u>través de Traders y</u>		<u>certificarse y</u>
	<u>hemos mantenido</u>	<u>empresas</u>		<u>envíos es marítimo y</u>	<u>comisionistas en su</u>		<u>comenzaron a</u>
	<u>nuestro mercado en</u>	<u>comercializadoras,</u>		<u>durante pandemia fue</u>	<u>propio local, es decir</u>		<u>exportar</u>
	<u>Europa [...]</u> pero a	<u>luego conocimos el</u>		<u>aérea, [..] fue un boom,</u>	<u>ventas EXW.</u>		<u>directamente</u>
	<u>raíz de la pandemia</u>	<u>mercado, el producto</u>		<u>hicimos muchos envíos</u>	<u>Después,</u>		<u>contactando con los</u>
	<u>nuevos mercados se</u>	<u>y certificando [..]</u>		<u>aéreos, pero de ahí se hace</u>	<u>certificándose</u>		<u>clientes,</u>
	<u>abrieron hasta medio</u>	<u>vendemos solo</u>		<u>marítimo.</u>	<u>exportaron</u>		<u>asegurando un alto</u>
	<u>oriente [..] nosotros</u>	<u>exterior, nada local.</u>			<u>directamente y</u>		<u>nivel de confianza</u>
	<u>[..] con el área</u>	[..] <u>Yo veo un poco de</u>			<u>contactaron</u>		<u>entre ambas partes</u>
	<u>comercial hacemos</u>	<u>ventas con los</u>			<u>directamente con el</u>		<u>y control del</u>
	<u>todo el trabajo directo</u>	<u>clientes [..] y tenemos</u>			<u>cliente, con ventas</u>		<u>producto hasta</u>
	<u>hacia el importador</u>	<u>comisionistas en</u>			<u>FOB, evitando los</u>		<u>destino. Su</u>

	<u>[..] directamente a los distribuidores y ellos a los supermercados</u>	<u>Europa y Estados Unidos.[...] antes éramos JCH</u>			<u>bróker o comisionistas. Otros ya tenían subsidiarias en Estados Unido y Europa</u>		<u>principal medio de transporte es el marítimo, si hay una urgencia por necesidad de mercado, se envía por aéreo.</u>
	<u>[..] visitamos ferias internacionales a tener contacto con los clientes directamente, y conocer la competencia. [...]</u>	<u>Agroexportaciones, [...] y tuvimos problemas de certificación [...] y trabajamos con JCH Organic desde 2020. ahora es venta 100% directa.</u>					
Gm 3	<u>[...] los documentos de exportación, como el packing list, [...] facturas, las guías, el BL, certificado fitosanitario, el EURO 1 certificado de origen, [...]</u>	<u>[..] tenemos contratos con clientes [...] pactamos precio, fecha de envío, fecha de llegada, [...] fichas técnicas previo a la compra, escritos para no tener problema [...]</u>	Contenedor, 21 toneladas, 1440 cajas.	<u>[..] tenemos un área administrativa que hace todo esto [...] que nos permite tener beneficios [...] que dan las exportaciones [...] como Drawback y saldo a favor, y estar listo para fiscalización Sunat. [...] Tenemos certificación orgánica para Estados Unidos y Europa, [...] Global Gap, Grasp, Smeta,</u>	Cuentan con documentos de operación de exportación que son clave para la exportación directa, documentos que sustentan que el producto salga y llegue a destino sin ningún inconveniente, usando los términos	-----	<u>Tienen implementado sus documentaciones de operaciones de exportación, así mismo, certificaciones como sellos sostenibles y estándares internacionales de calidad como ISO 9001. Asimismo,</u>
	<u>[...] y COI [...] trabajamos con Control Unión. [...]</u>	<u>de ahí ya hacemos toda la documentación en temas de exportación. [...] en gran parte van</u>					

40 pies [...] tenemos en contenedores de volumen variable y 40', refrigerado, entre peso entre 19500 a 19584 kg, producto 21000 tn. [...] neto sin las cajas. [...]

Contamos con tenemos un área de capacitaciones en logística, donde certificaciones[...], un recolectan toda la área netamente en documentación [...]

certificaciones [...] como el BL,

tenemos GLOBAL certificados de G.A.P, orgánico para origen, fitosanitarios, Estados Unidos y todo eso. [...] mayoría Europa, HACCP,

GRASP [...] Flow [...] [...] tenemos de ventas es FOB

Kosher para la certificación

comunidad judía [...] orgánica, Global

y Demeter. [...] y G.A.P, HACCP,

con Incoterms FOB, Smeta, [...] Kosher, y CIF y CFR. otros más.

ISO e IBS. Tenemos desde comerciales

FOB, [...] CIF, [...] DDP. [...] internacionales FOB,

CIF y CFR, De igual forma, tienen certificados internacionales,

requerimientos que les pide el mercado objetivo. Finalmente ,tienen áreas de logística y de certificación.

tienen áreas especializadas en certificaciones y logística

exportadora que conocen los términos comerciales internacionales que es clave para el desarrollo de ventas.

Capacidad de gestión económica y financiera	Ef1	<p><u>[...] el flete marítimo en promedio esta 6800 USD a 7200 USD. Al nivel interno tenemos otro flete que es de packing a Callao, [...] está 2300 USD. [...]</u></p> <p>Los costos se incrementaron [...] se triplico los costos [...] aunque algunas navieras bajaron los costos [...] porque si sigue así, el exportador ya no va a tener la intención de seguir exportando.</p>	<p>En el tema de <u>transporte terrestre, logística integral y buenos depende [...] si vendes FOB, CFR o CIF, para que aumentes el flete [...] y seguro. [...].</u></p>	<p>China trae kion barato, [...] y nosotros estamos con precios caros, [...] nos hace menos atrayente, menos competitivo, [...] nos quita competitividad [...]</p>	<p><u>[...] Transporte terrestre es el más caro, [...] dependiendo el término de venta podría ser el flete marítimo, [...] es también fuerte para poder pagarlo [...] ahí viene el tema de agenciamiento aduanero[...]</u></p> <p><u>Si, el flete aumentó dos o tres veces [...] en temas de pandemia, [...] nos afectó en un inicio [...] el precio de venta absorbió esos incrementos [...] porque había gran demanda y los precios subieron.[...]</u></p>	<p>Cuentan con una <u>estructura de costos de exportación,</u> también dependiendo el tipo de Incoterms, los costos pueden subir, pero no les afecta mucho por la subida de precio del jengibre a nivel mundial. También, el <u>costo de la logística de exportación subió.</u></p>	<p>Una empresa cuenta con precios caros por la subida de costos de exportación, y les quita competitividad ante China, principal productor de jengibre al nivel mundial.</p>	<p><u>Conocer en que consiste su estructura de costos de exportación le permite seguir exportando ante la creciente subida de los precios del jengibre.</u></p>
	Ef2	<p><u>Nosotros iniciamos con apalancamiento financiero [...] el primer año, lo que se venía obteniendo como rentabilidad se</u></p>	<p><u>[...] tenemos inversión propia que ha sido generada por el tema de utilidades de hace 7 años [...] se ha ido reinvertiendo las</u></p>	<p>Nosotros iniciamos con <u>apalancamiento, [...] nos acogimos al Reactiva Perú, [...] digital, todos los</u></p>	<p><u>[...] los últimos meses ha sido complicado financieramente, [...] tenemos financiamiento con entidades bancarias y capital propio. [...] Nos</u></p>	<p>Las empresas iniciaron con <u>apalancamiento financiero, de allí reinvertieron sus utilidades.</u></p>	<p>Una empresa empezó con <u>inversión propia, sin apalancamiento financiero.</u></p>	<p>Para conseguir <u>financiamiento a la exportación</u> de sus productos, recurrieron al <u>apalancamiento</u></p>

<u>iba reinvertiendo para</u>	<u>utilidades. [..]</u>	<u>pagos en</u>	<u>acogemos al programa</u>	<u>Accedieron al</u>	<u>financiero para</u>
<u>poder crecer</u>	<u>también</u>	<u>transferencias.</u>	<u>Reactiva Perú y venimos</u>	<u>programa Reactiva</u>	<u>cubrir todos los</u>
<u>constante. [...]</u>	<u>financiamiento de</u>		<u>pagando las ultimas cuotas.</u>	<u>Perú, programa de</u>	<u>costos de</u>
<u>Accedimos al</u>	<u>bancos que ahora se</u>		<u>[..] Principalmente</u>	<u>apoyo financiero del</u>	<u>exportación, de allí</u>
<u>Reactiva Perú, es un</u>	<u>está haciendo, ya que</u>		<u>transferencia bancarias un</u>	<u>estado, esto les ayudo</u>	<u>reinvertieron sus</u>
<u>apoyo para capital de</u>	<u>tenemos su</u>		<u>95%, [..] cheques 3 a 4% y</u>	<u>a financiar los pagos</u>	<u>utilidades que se</u>
<u>trabajo, nos ha</u>	<u>confianza. [..] nos</u>		<u>si estamos en efectivo 1%,</u>	<u>al personal. También,</u>	<u>generó. Asimismo,</u>
<u>ayudado a</u>	<u>hemos acogido al</u>		<u>2% y después con tarjetas</u>	<u>su medio de pago es</u>	<u>acogerse a los</u>
<u>apalancarnos,</u>	<u>programa Reactiva</u>		<u>también.</u>	<u>por trasferencias</u>	<u>apoyos del estado</u>
<u>sostenernos, ¿no?</u>	<u>Perú, y estamos</u>			<u>bancarias, y forma de</u>	<u>es importante ante</u>
<u>[...] El pago todo es</u>	<u>pagando hace dos</u>			<u>pago depende del</u>	<u>cualquier factor</u>
<u>transferencias. [..]</u>	<u>meses. [..] El medio</u>			<u>mercado objetivo.</u>	<u>externo que afecte</u>
<u>Con cada cliente se</u>	<u>de pago es</u>				<u>directamente. Su</u>
<u>hace un contrato de</u>	<u>transferencia</u>				<u>principal medio de</u>
<u>compraventa, como</u>	<u>bancaria nomás. [..]</u>				<u>pago es por</u>
<u>los precios son</u>	<u>las formas de pago</u>				<u>transferencia</u>
<u>variables y volumen</u>	<u>son a veces depende</u>				<u>bancarias, y su</u>
<u>también, tenemos</u>	<u>mucho del mercado,</u>				<u>forma de pago es</u>
<u>órdenes de compra.</u>	<u>a veces es 100%</u>				<u>según negociación</u>
	<u>adelantado, o 50%</u>				<u>con el cliente.</u>
	<u>contradocumentos,</u>				
	<u>50 % contra 30 días</u>				
	<u>de arribo, o 90 días a</u>				
	<u>supermercados,</u>				

depende mucho del
cliente.

4.3.1.2. Resultados de la triangulación de la oferta exportable antes del año 2019 a los sujetos informantes.

En la Tabla 30 se especifica, la triangulación de la oferta exportable antes del año 2019, realizada a los sujetos informantes.

Tabla 30

Triangulación de los resultados de los cuestionarios de los sujetos informantes

Categoría	Cód	Elisur Organic S.A.C	JCH Organic S.A.C	La Campiña Perú S.A.C	Nativa Organic S.A.C	Convergencia	Divergencia	Conclusión
Oferta Exportable	Oe1	Contábamos con tecnología adecuada antes de la pandemia [...] el precio era alto, siempre el jengibre peruano costaba más, [...] el mercado quería siempre comprarnos a nosotros, [...] por sus propiedades, [...]	[...] a medida que hemos estamos avanzando con la empresa JCH Organic S.A.C, pues la demanda de todas las solicitudes de exportaciones a Europa, [...] hemos estado creciendo [...] uno exporta a la semana más de 10 de	[...] La exportación era continua, semanalmente, [...] cumplía con las exigencias, o sino no vendemos.	[...] teníamos conocimiento en exportación, [...] tenemos subsidiarias en Estados Unidos, Europa, entonces se creó el 2018-2019. [...] El precio venía, [...] es un tema cíclico [...] sube y baja, [...] si era un precio relativamente bueno. [...] teníamos programa con clientes establecidos,	Contaban con el volumen requerido, ya que el jengibre era demandando, también contaban con suficiente maquinaria para el proceso de producción. Asimismo, tenían las certificaciones	Una empresa ya conocía de exportaciones antes de exportar jengibre, incluso, cuenta con subsidiarias en los mercados objetivos.	Contaban con disponibilidad del producto, ya que era un producto competitivo el jengibre peruano, era demandado al nivel mundial. Asimismo, tenían las certificaciones básicas para exportación.

	Ahora no, ahora estamos iguales. [...] <u>La exportación en ese momento era menos, semanalmente.</u>	<u>contenedores a Europa.</u> [...] No tanto como como la de ahora, antes era semanalmente. [...] si cumplíamos las exigencias del mercado objetivo, [...] ahora más [...] por las nuevas normativas europeas.		<u>exportamos todo el año, todas las semanas tenemos salida.</u> [...] <u>veníamos trabajando bien en temas de exigencia.</u>	<u>básicas para entrar a los mercados objetivos.</u>		
Oe2	Con <u>financiamiento de bancos y recursos propios.</u>	[...] con <u>financiamiento y recursos propios.</u>	<u>Capital propio y préstamos bancarios.</u>	[...] También <u>teníamos financiamiento,</u> [...] <u>teníamos el equipo administrativo armado para la estructura de costos de exportación.</u>	Contaban <u>con financiamiento de bancos y capital propio, asimismo, un equipo armado para ver la estructura de costos de exportación.</u>	<u>Una empresa ya tenía un equipo administrativo para revisar los costos de exportación.</u>	Tenían <u>financiamiento a través de bancos e inversión con capital propio para cubrir la estructura de costos de exportación.</u>

Oe3	[..] Después de la pandemia hemos impulsado más la cultura exportadora, [..] unos cuantos manuales de procedimientos, [..] algunos si recibían capacitación y otros no.	A través de <u>ingenieros con experiencia que han venido laburando en la empresa, [..] nos transmite conocimiento a base de charlas[.] y contábamos con manuales de procedimientos.</u>	Si <u>desarrollamos la cultura exportadora</u> , no por lógica, [..] sino porque debíamos estar preparados.	Teníamos <u>cultura exportadora</u> , veníamos exportando hace tiempo. [..] <u>teníamos manuales de procedimientos, pero no estaban de todo organizado.</u> [..] <u>no</u> teníamos muchas capacitaciones como <u>ahora.</u>	Desarrollaron la <u>cultura exportadora</u> lentamente, a través de <u>capacitaciones a todos los trabajadores</u> , pero no era tan seguido. De igual forma, <u>contaban con pocos manuales de procedimientos.</u>	De una empresa, <u>solo algunos trabajadores recibían capacitaciones, no todos estaban informados de los objetivos.</u>	Tenían en claro que implementar <u>la cultura exportadora</u> a base de <u>capacitaciones, les permite prepararse ante el mercado internacional</u> , y también, la importancia de <u>manuales de procedimientos.</u>
-----	---	---	---	--	---	---	---

4.3.2. Triangulación de los resultados de los expertos sobre la capacidad exportadora.

En la tabla 31 se especifica, la triangulación de datos de las entrevistas realizadas a los expertos sobre la capacidad exportadora.

Tabla 31

Triangulación de los resultados de los expertos

Categoría	Cód.	Experto 1	Experto 2	Convergencia	Divergencia	Conclusión
-----------	------	-----------	-----------	--------------	-------------	------------

Capacidad de gestión administrativa	Ga1	[..] Entonces <u>es fundamental que, desde campo, proceso, personal, limpieza, administrativo, inclusivos vigilantes sepan que es, que certificaciones está empleando la empresa.</u>	[...] <u>La cultura exportadora implica, todo el conjunto de actividades académicas pedagógicas que debe realizar la institución</u> [..] a veces no están disponibles o están en un lugar alejados [..] <u>lo que le queda a la empresa es desarrollar su propia cultura exportadora</u> [..] <u>al interior de la empresa, [..] pues hay un gerente general que teniendo una visión en los mercados internacionales tiene que convocar [..] contratando algún experto [..] que conozca en temas de negocios internacionales y difunda la necesidad [..] en todos los colaboradores [..] hacia la conquista de los mercados internacionales [..] para alcanzar el objetivo.[..]</u>	La exposición de la <u>cultura exportadora a todos los colaboradores a través de capacitaciones es fundamental para el logro de objetivos.</u>	<u>La cultura exportadora lo debe realizar las instituciones del estado.</u>	<u>Para el logro de objetivos establecidos, es importante la cultura exportadora, que todos los trabajadores estén vinculados a través de capacitaciones.</u>
-------------------------------------	-----	---	--	--	--	---

Capacidad de los mercados internacionales y logística exportadora	Gm3	<p>Las exportaciones básicas [...] o en combo como lo pueden decir, [...] es el <u>orgánico</u>, [...] para la Unión Europea, <u>orgánico de Estados Unidos y orgánico en Perú</u>. [...] La otra normativa de sellos sostenibles es la norma Global G.A.P de buenas prácticas agrícolas, esos son, <u>lo básico que debe tener</u> [...] la empresa exportadora de kion. [...] Este año 2022 está entrando con fuerza el tema de la <u>inocuidad alimentaria</u>, [...] una <u>normativa que es el HACCP de buenas prácticas de manipulación del producto en planta de proceso</u> [...] lo <u>compradores o clientes se enfocan en eso y que el producto esté libre de pesticidas</u>. [...] Son las normativas <u>ahorita básicas para ser competitivo</u>. [...] <u>si hablamos de orgánico, va a depender de cada mercado lo que requiere</u>.</p>	<p><u>[...] los riesgos siempre están latentes, en toda operación de comercio internacional [...] hay un factor distancia que separa a las partes [...] sea en espacio marítimo, e inclusive terrestre, y como la mercancía ya no está en nuestra disposición [...] sino de terceros [...] este hará lo posible que no le pase nada a la mercancía, [...] pero por situaciones fortuitas o de fuerza mayor [...] o refrigeración, [...] ese producto va a llegar en mal estado [...] el cliente lo va a rechazar [...] se puede minimizar ese riesgo [...] a través de una póliza de seguro [...] hay que embarcarnos más en condiciones en cualquiera [...] de los Incoterms [...] aquí en Perú se perfecciona el tema en la transferencia de riesgos y a partir de ahí son los riesgos del comprador y si algo le pasa a la mercancía, él lo asume.</u></p>	<p>Al tener <u>un producto altamente competitivo, para entrar y mantenerse en el mercado internacional, las empresas deben contar con certificaciones orgánica de Europa y Estados Unidos</u>. También, deben <u>conocer sobre los Incoterms, para la transferencia de riesgos en la venta de la mercancía, ya que hay un factor distancia entre comprador y vendedor.</u></p>	<p><u>Para que sean competitivos en los mercados internacionales es importante contar con sellos sostenibles y estándares internacionales de calidad, desarrollando la relación de confianza. Igualmente, contar con personal capacitado que conozca de los Incoterms para la transferencia de riesgos en la venta del producto.</u></p>
---	-----	---	---	--	--

4.3.3. Triangulación de los resultados de la observación sobre la capacidad exportadora.

En la Tabla 32, se detalla la triangulación de los resultados de la observación de los objetos de estudio, sobre la capacidad exportadora.

Tabla 32

Triangulación de los resultados de la observación

Categoría	Cód.	Elisur Organic S.A.C	JCH Organic S.A.C	La Campiña Perú S.A.C	Convergencia	Divergencia	Conclusión
Capacidad de gestión administrativa	Ga1	<u>Tiene dos periódicos murales</u> , uno en la oficina administrativa y el otro en su planta de producción.	Tiene toda la <u>documentación que es requerido en el periódico mural.</u>	<u>Tiene periódico mural en la oficina administrativa.</u>	Las empresas en el área administrativa <u>cuentan con periódicos murales</u> mostrando sus publicaciones de información.	Una empresa tiene <u>dos periódicos murales</u> , uno en la <u>oficina administrativa</u> , y otro en la <u>planta de proceso.</u>	Las empresas <u>cuentan con un diseño organizacional</u> donde muestran la <u>visión, misión, políticas, y organigrama a través del periódico mural.</u>
	Ga2	Tiene oficina separadas por piso, el segundo es de área financiera y el cuarto piso es de área administrativo y logístico. También, cuenta con botiquines.	El área administrativa cumple con la separación correcta de las oficinas. Cuenta con la instalación de un extintor y un botiquín. También, con un buzón de quejas y sugerencias, que es accesible al área administrativa y del proceso de producción.	La oficina administrativa está separada según departamentos, con su respectivo espacio.	Tienen sus respectivas áreas separadas por departamento. De igual modo, cuentan con buzón de quejas y sugerencias, y extintores.	-----	Cuentan con un <u>diseño organizacional</u> , con sus respectivas áreas <u>funcionales</u> . Finalmente cuenta con un canal de <u>comunicación al contar con un buzón de quejas y sugerencia</u> , y

Capacidad de gestión productiva y logística	PI1	<p><u>La maquinaria está bien instalada para la accesibilidad de los encargados de los procesos de producción. Si cuenta en la planta de proceso de producción con las principales señalizaciones. La empresa cuenta con sus respectivas áreas de recepción de carga, lavado, picado, selección, monitoreo, cicatrizado, paletizado, despacho y monitoreo.</u></p> <p>Los trabajadores si cuentan con <u>la indumentaria correcta: cofia, guantes, mandiles, mascarilla, fajas y botas.</u></p>	<p><u>Cuenta con dos tambores de lavado en perfecto estado y la faja picadora. Tiene las señalizaciones correspondientes, como: Obligatorio lavarse las manos, atención desnivel, etc. Cuenta con una separación correcta de áreas en el proceso de producción: área de despacho de producto, almacén de jabas, área de lavado, área de picado, área de empaque, área de paletizado, área de almacén de materiales y área de despacho para la exportación. Los trabajadores si cuentan con la indumentaria</u></p>	<p><u>Cuenta con tambores de lavado en buen estado, con las señalizaciones correspondientes. Cuenta con una separación correcta de áreas en el proceso de producción: área de despacho de producto, área de calidad, área de empaque, área de paletizado, área de almacén de materiales y área de despacho del producto a exportar. Los trabajadores si cuentan con la indumentaria correcta: cofia, guantes, mandiles, mascarilla, fajas y botas. Cuenta con la infraestructura adecuada para el proceso de</u></p>	<p><u>Cuentan con las maquinarias correspondiente en buen estado para la producción, también cuentan con señalizaciones para prevención y control de riesgos en la planta de proceso. También, cumple con la indumentaria correcta para la manipulación del producto. Asimismo, cuentan con las áreas correspondiente de producción, al estar clasificadas.</u></p>	-----	<p><u>prevención de riesgos.</u></p> <p>Las empresas cuentan con <u>maquinarias de producción, también la prevención y control de riesgos</u> cuentan con la <u>indumentaria correcta.</u> Asimismo cuentan con <u>señalizaciones de Seguridad y Salud en el trabajo.</u></p>
---	-----	---	--	--	---	-------	---

		<u>Si cuenta, la planta del proceso de producción cuenta con la infraestructura adecuada y no están en construcción.</u>	<u>correcta: cofia, guantes, mandiles, mascarilla, fajas y botas. Cuenta con la infraestructura adecuada para cada área de proceso de producción.</u>	<u>producción, con una estricta seguridad de solo personal autorizado.</u>		
	PI2	<u>Si cuenta con tachos separados de orgánico, inorgánico y de desinfección.</u>	<u>Si cuenta, tiene tachos separados de orgánico, inorgánico y un tacho grande de descarte de restos de materiales que proviene del proceso de embalaje.</u>	<u>Si cuenta con tres tachos para su correcta separación.</u>	Las empresas tienen tachos separados para el cumplimiento de separación de residuos sólidos.	<u>La empresa cuenta con sistema de gestión medioambiental.</u>
Gestión de los mercados internacionales y logística exportadora	Gm1	<u>Si cumple, son cajas de cartón genéricas de doble corrugado, con peso de 30 libras. Cumple con las características organolépticas del jengibre, su aspecto físico es de una mano con ramificaciones, y no</u>	<u>Si cumple, son cajas personalizadas de cartón de doble corrugado, cajas plásticas de polipropileno, bolsas de PEBD, con peso de 30 libras. Cumple con las características organolépticas del jengibre, su aspecto físico es de una mano con</u>	<u>Si cumple con las cajas genéricas de cartón doble corrugado, cajas con peso de 30 libras. Cumple con las características organolépticas del jengibre, su aspecto físico es de una mano con ramificaciones, y no contiene materias</u>	Las empresas utilizan cajas de cartón doble corrugado y cajas plásticas de peso de 30 lb. También, el producto de exportación cumple con los estándares requeridos. Y tienen página web,	Una empresa no tiene página web. Las empresas cumplen con los estándares requeridos en el empaque del producto de exportación, también el producto cumple con las normas técnicas, siendo un producto

<u>contiene materias</u>	<u>ramificaciones, y no</u>	<u>extrañas. Cada pallet entra</u>	<u>Facebook y folletos</u>	competitivo.
<u>extrañas. Cada pallet</u>	<u>contiene materias</u>	<u>72 cajas de cartón doble</u>	<u>de promoción.</u>	<u>Finalmente cuentan</u>
<u>entra 72 cajas, lleva</u>	<u>extrañas. Cada pallet entra</u>	<u>corrugado y en plásticas</u>		<u>con materiales de</u>
<u>cuatro esquineros,</u>	<u>72 cajas de cartón doble</u>	<u>entra 80 cajas por pallet,</u>		<u>apoyo promocional.</u>
<u>media bolsa de grapas, y</u>	<u>corrugado y en plásticas</u>	<u>con sus respectivos</u>		
<u>zunchos. Si cuenta con</u>	<u>entra 80 cajas por pallet,</u>	<u>esquineros, media bolsa</u>		
<u>páginas web y folletos.</u>	<u>con sus respectivos</u>	<u>de grapas, y zunchos.</u>		
	<u>esquineros, media bolsa</u>	<u>Cuenta con una página</u>		
	<u>de grapas, y zunchos.</u>	<u>web y página de</u>		
	<u>Cuenta con una sola</u>	<u>Facebook.</u>		
	<u>página de Facebook.</u>			

4.4. Triangulación de la realidad

Se realizó la comparación entre los resultados de los instrumentos sobre la capacidad exportadora.

4.4.1. Triangulación 1: Contrastación entre entrevistas a los sujetos informantes y análisis documental.

Tal como se muestra en la Tabla 33, se hizo la contrastación de los resultados de la entrevista de los sujetos informantes y del análisis documental sobre la capacidad exportadora.

Tabla 33

Contrastación entre entrevistas a los sujetos informante y análisis documental

Categorías	Cód	Sujetos informantes	Análisis documental	Convergencia	Divergen cia	Conclusiones
Capacidad de gestión administrativa	Ga1	<u>La planificación del desarrollo de actividades con proactividad en el planeamiento es importante para enfrentar cualquier factor externo, que afecte a la organización. Para la integración de la empresa es importante la cultura exportadora a través de capacitaciones en todas las áreas de la empresa.</u>	<u>Las políticas de: a) anticorrupción y antisoborno, b) calidad e inocuidad, y c) de SST. Estas políticas mencionan la afirmación, declaración y garantía de los procesos por parte de la entidad y del cumplimiento de todos los colaboradores que lo conforman.</u>	<u>La planificación del desarrollo de actividades con proactividad en el planeamiento, se consideraron también las políticas de la empresa, ya que son estrategias para la planificación de un asunto, que puede ser un factor externo. También, estas políticas son indicadas a través de capacitaciones.</u>	-----	<u>La planificación de desarrollo de actividades con proactividad, también se consideraron las políticas de la empresa, para enfrentar cualquier facto externo con capacitaciones constantes entre todas las áreas de la empresa.</u>
	Ga2	<u>Al tener manuales de procedimientos, lo implementaron para afrontar los acontecimientos negativo externo, adaptándose a los cambios con capacitaciones constantes. Asimismo, formaron una cultura organizacional en la</u>	<u>Registro de formación: Este documento registra las capacitaciones de los sellos sostenibles y de los estándares de calidad que sebe aplicar desde el campo de cultivo hasta el despacho de exportación. Es decir, indaga las buenas prácticas con</u>	<u>Se brinda capacitaciones al personal sobre los sellos sostenibles, normativa orgánica, higiene en campo y planta. Es decir, para que todas las áreas estén comprometidas hacia el objetivo común. La implementación de los manuales</u>	-----	<u>Las capacitaciones sobre los sellos sostenibles, normativa orgánica, estándares de calidad, permite cumplir los objetivos trazados. También, al contar con manuales de procedimientos sobre la higiene sobre la indumentaria</u>

<p><u>inducción de los trabajadores.</u></p> <p>También, todos sus trabajadores están en planilla en el régimen agrario con todos sus <u>beneficios laborales</u>, teniendo una <u>formalización laboral</u> permite que la empresa obtenga todos los permisos necesarios ante las <u>instituciones</u>, para seguir operando.</p>	<p><u>enfoque orgánico para las actividades del jengibre y cúrcuma</u> bajo las normativas UE-NOP-RTPO-COR, además, los <u>pasos básicos de la higiene en campo y explicación del procedimiento</u>, también sobre la <u>indumentaria y vestuario de protección a todo el personal</u>.</p> <p><u>Registro de organigrama: Se implementa la división de las áreas conformadas</u>, por ejemplo: Gerente General, sistema de gestión de calidad, área de auditoría, centro de manipulación del producto, área de inspección y área Técnica.</p>	<p><u>de procedimientos sobre la higiene y la indumentaria de protección en la planta</u> de proceso permite que el personal esté preparado y no afecte a las operaciones de exportación.</p> <p>Se cuenta con un <u>registro de organigrama</u> especificando las áreas conformadas. En fin, esto permite desarrollar la <u>formalización laboral</u> de cada organización, al tener documentaciones sustentarias y pasos a seguir para mejorar la organización.</p>	<p><u>de protección, en plena emergencia sanitaria, en proceso</u>, permitió que el personal esté preparado para <u>cumplir con las operaciones de exportación</u>.</p> <p>De igual modo, cuentan con un <u>registro de organigrama especificando las áreas conformadas</u>. Finalmente, la <u>formalización laboral, es un factor importante para el avance de las operaciones de exportación</u>.</p>
--	--	---	---

Capacidad de gestión productiva y logística	PI1	<p>La <u>planificación de la producción</u> jengibre les permitió <u>cumplir con la programación de los pedidos con cada cliente</u>, semanalmente y mensualmente, y además <u>planificaron suspender su proceso exportación</u> y <u>ajustar sus pedidos</u>. Del mismo modo, <u>controlaron la calidad del producto con los estándares de calidad y la normativa orgánica</u> a través de la <u>trazabilidad del producto</u>, que requieren obligatoriamente los clientes. En fin, <u>contaron con las maquinarias necesarias para cumplir con los pedidos establecidos</u>.</p>	<p><u>Documentación de los procesos de producción de exportación</u>: Guía de carga, manipulación de carga, empaque del producto y diagrama de flujo.</p>	<p>La <u>documentación de los procesos de producción</u> permite <u>planificar la producción con la programación de pedidos establecidos</u>. Es decir; <u>la guía de carga cuanta carga de jengibre está entrando y cuanto falta</u>; la <u>manipulación de carga</u>, permite la <u>elaboración del producto</u>; el <u>empaque del producto</u>, permite <u>ver cuantas cajas finales sale de una carga</u>; y el <u>diagrama de flujo</u>, permite la <u>realización de todo el proceso de exportación</u>. Asimismo, que <u>todas las operaciones cumplan con los estándares de calidad y normativa orgánica solicitada</u>. Finalmente, <u>contar con todas las maquinarias, para cumplir la programación de los pedidos</u>.</p>	<p>-----</p> <p>Las <u>documentaciones de los registros y manuales de procedimientos</u>, les permite <u>cumplir con la planificación de la producción acorde con la programación de los pedidos establecidos por el cliente</u>. Asimismo, <u>estos procesos deben cumplir los estándares internacionales de calidad y normativa orgánica, que es un sello sostenible</u>. Finalmente, <u>cuentan con las maquinarias, necesarias para cumplir la programación de los pedidos</u>.</p>
Capacidad de gestión de los mercados	Gm 3	<p><u>Tienen implementado sus documentaciones de operaciones de exportación</u>, así mismo,</p>	<p><u>Documentación de sustentación de exportación y otros documentos requeridos</u>: Guía de remisión,</p>	<p>Las <u>empresas cuentan con documentos de operaciones de exportación para la Sunat y para el</u></p>	<p>-----</p> <p>Las <u>empresas cuentan con documentos de operaciones de exportación sustentarias</u></p>

internacionales y logística exportadora		<p><u>certificaciones como sellos sostenibles y estándares internacionales de calidad como ISO 9001.</u> Asimismo, tienen <u>áreas especializadas en certificaciones y logística exportadora que conocen los términos comerciales internacionales</u> que es clave para el desarrollo de ventas.</p>	<p>Factura comercial, Bill of Lading, Packing list, certificado fitosanitario, certificado de origen, sellos sostenibles y ficha técnica del empaque.</p>	<p><u>cliente final.</u> De igual modo, cuentan con <u>certificados de estándares internacionales de calidad y fichas técnica de exportación.</u> Finalmente tienen un <u>área especializada en logísticas de exportación que conocen los términos comerciales internacionales para la negociación con el cliente.</u></p>	<p><u>ante la Sunat, también con sellos sostenibles y estándares internacionales requerido por el cliente.</u> En cuanto a los <u>términos comerciales internacionales,</u> tienen un <u>área que se encarga en las negociaciones con el cliente.</u></p>
Capacidad de gestión económica y financiera	Ef2	<p>Para conseguir <u>financiamiento a la exportación de sus productos,</u> recurrieron al <u>apalancamiento financiero</u> para cubrir todos los costos de exportación, de allí <u>reinvertieron sus utilidades</u> que se generó. Asimismo, <u>acogerse a los apoyos del estado es importante ante cualquier factor externo que afecte directamente.</u> Su <u>principal medio de pago es por transferencia bancarias,</u> y su</p>	<p><u>Factura comercial: Se efectúa los términos de pago entre el vendedor y comprador, se especifica: que el comprador o el importador efectuará al vendedor en dos partes: a) 50% antes del embarque, y b) 50% 14 días después de la llegada de la mercancía en el puerto de destino. La cancelación de la mercancía se debe realizar en los datos bancarios del vendedor.</u></p>	<p>La <u>forma de pago entre el comprador y vendedor se especifica en la factura comercial,</u> según las <u>condiciones pactadas.</u> Reciben <u>el pago en dos partes, 50% antes del embarque y 50% después de la llegada de la mercancía.</u> El pago <u>se realiza por transferencia,</u> según lo especificado en el documento.</p>	<p>----- La <u>forma de pago y el medio de pago se especifica en la factura comercial, según lo pactado por cada comprador o cliente.</u></p>

forma de pago es según
negociación con el cliente.

4.4.2. Triangulación 2: Contrastación entre los resultados de la triangulación 1 y los resultados de la observación.

Tal como se muestra en la Tabla 34, se hizo la contrastación de los resultados de la triangulación 1 y de los resultados de la observación sobre la capacidad exportadora.

Tabla 34

Contrastación de la triangulación 1 y los resultados de la observación

Categorías	Cód	Triangulación 1	Observación	Convergencia	Divergencia	Conclusiones
Capacidad de gestión administrativa	Ga1	<u>La planificación de desarrollo de actividades con proactividad, también se consideraron las políticas de la empresa, para enfrentar cualquier facto externo con capacitaciones constantes entre todas las áreas de la empresa.</u>	<u>Las empresas cuentan con un diseño organizacional donde muestran la visión, misión, políticas, y organigrama a través del periódico mural.</u>	<u>Cuentan con un diseño organizacional con sus respectivas áreas funcionales, también, en se observa que tienen un periódico mural donde está publicado la visión, misión, políticas el organigrama y otras publicaciones.</u>	-----	<u>Las empresas tienen un diseño organizacional implementado, que les permite alcanzar sus objetivos propuestos, a través de la misión, visión, y políticas de cada empresa.</u>

Ga2	<p><u>Las capacitaciones sobre los sellos sostenibles, normativa orgánica, estándares de calidad, permite cumplir los objetivos trazados. También, al contar con manuales de procedimientos sobre la higiene sobre la indumentaria de protección, en plena emergencia sanitaria, en proceso, permitió que el personal esté preparado para cumplir con las operaciones de exportación.</u></p> <p><u>De igual modo, cuentan con un registro de organigrama especificando las áreas conformadas. Finalmente, la formalización laboral, es un factor importante para el avance de las operaciones de exportación.</u></p>	<p><u>Cuentan con un diseño organizacional, con sus respectivas áreas funcionales. Finalmente cuenta con un canal de comunicación al contar con un buzón de quejas y sugerencia, y prevención de riesgos.</u></p>	<p><u>Cuentan con un diseño organizacional especificando las áreas funcionales, asimismo se registra en un organigrama.</u></p> <p><u>También, implementan los manuales de procedimientos como el canal de comunicación al contar con un buzón de quejas y sugerencias, y además, sobre la prevención de riesgos a través de capacitaciones.</u></p>	<p><u>Tienen diseño organizacional a través de las áreas funcionales de la empresa, asimismo, tienen publicado un organigrama donde se especifica los cargos de cada cabeza de área. También, implementan los manuales de procedimiento que se tiene registrado, a través de capacitaciones para el cumplimiento de las actividades.</u></p>
Capacidad de gestión productiva y logística	<p><u>Pl1 Las documentaciones de los registros y manuales de procedimientos, les permite cumplir con la planificación de la producción acorde con la programación de los pedidos establecidos por el cliente. Asimismo, estos procesos deben cumplir los</u></p>	<p><u>Las empresas cuentan con maquinarias de producción, también la prevención y control de riesgos cuentan con la indumentaria correcta. Asimismo cuentan con</u></p>	<p><u>Tienen documentado sus manuales de procedimientos para las operaciones de producción, como prevención y control de riesgos con la indumentaria de personal para cumplir con las medidas establecidas, también</u></p>	<p><u>Las empresas tienen documentado sus manuales de procedimientos para el proceso del producto de exportación. Es decir, implementan la prevención y control de riesgos con la</u></p>

<u>estándares internacionales de calidad y normativa orgánica, que es un sello sostenible. Finalmente, cuentan con las maquinas, necesarias para cumplir la programación de los pedidos.</u>	<u>señalizaciones de Seguridad y Salud en el trabajo.</u>	<u>cuentan con las respectivas señalizaciones de Seguridad y Salud en el trabajo. Finalmente, utilizan maquinarias para cumplir con la programación de pedidos</u>	<u>indumentaria del personal, así mismo, tienen señalizaciones de salud y seguridad en el trabajo. También, tienen implementado sus maquinarias de producción.</u>
--	---	--	--

4.4.3. Triangulación 3: Contrastación entre los resultados de la triangulación 2 y los resultados de las entrevistas a expertos.

Tal como se muestra en la Tabla 35, se hizo la contratación de los resultados de la triangulación 2 y de los resultados de las entrevistas a expertos sobre la capacidad exportadora.

Tabla 35

Contrastación de la triangulación 2 y de los resultados de las entrevistas a expertos

Categorías base	Cód.	Triangulación 2	Resultados de expertos	Convergencia	Divergencia	Conclusiones
Capacidad de gestión administrativa	Ga1	<u>Las empresas tienen un diseño organizacional implementado, que les permite alcanzar sus objetivos propuestos, a través</u>	<u>Para el logro de objetivos establecidos, es importante la cultura exportadora, que todos los trabajadores estén</u>	<u>Al tener diseño organizacional, les permite que todos los colaboradores estén al tanto de los objetivos trazados, al igual</u>	-----	<u>La cultura exportadora a través de capacitaciones del personal, y el diseño organizacional son importantes son</u>

de la misión, visión, y políticas
de cada empresa.

vinculados a través de
capacitaciones.

que la cultura exportadora,
que se da por
capacitaciones.

importantes para las
empresas para el logro de
objetivos.

4.5. Sistema de categorización emergente

Después de la triangulación de datos de las técnicas, se describe las categorías emergentes, donde se detalla los aportes o contribución de la capacidad exportadora a la oferta exportable de las empresas exportadoras de jengibre.

4.5.1. Categorías emergentes de la capacidad de gestión administrativa.

En la figura 19, se muestra la aplicación de análisis del software Atlas.ti de la capacidad de la gestión administrativa de los cuatro objetos de estudio, a través de las entrevistas de los sujetos informantes y expertos, observación y revisión documentaria; surgió subcategorías nuevas precisas que contribuyeron a la oferta exportable, que son: (a) la planificación de desarrollo de actividades, (b) manuales de procedimientos, (c) diseño organizacional, (d) cultura exportadora, (e) cultura organizacional, y (f) formalización de la empresa. Excepto por una subcategoría, que es satisfacción del cliente, que cumple precisamente con la subcategoría de la teoría de la capacidad de gestión administrativa.

En resumen, la planificación de desarrollo de actividades para no detener todo el proceso de exportación como la producción del producto y las actividades administrativas, fue crucial en la proactividad en el planeamiento, para la adaptación de una nueva coyuntura a nivel nacional y mundial causada por la pandemia del Covid-19 en el año 2020. Por lo tanto, a través de las entrevistas y análisis documental se permitieron encontrar, que las empresas implementaron capacitaciones sobre la prevención del COVID-19, por la declaración de emergencia sanitaria en el Perú, como el procedimiento de higiene y seguridad para la prevención de salud, de lo cual, hubo dos situaciones diferentes de implementación en el área administrativa: (a) los que aplicaron teletrabajo, que es una modalidad no presencial, utilizando las TIC desde sus hogares para cumplir sus labores, y (b) los que tuvieron que asistir presencialmente adaptando su espacio laboral con los protocolos impuesto por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

Asimismo, por medio de las entrevistas y análisis documental, se encontró que cuentan con los documentos de manuales de procedimientos; la opinión de los expertos también señala la importancia de que todos los que participan en la empresa directamente o indirectamente deben conocer sobre la implementación de los procedimientos que emplea la empresa, ya que esto ayuda a cumplir los objetivos trazados de cada área, asimismo, es necesario incidir, que tienen un buzón de quejas y sugerencias, que es un canal de comunicación con accesibilidad de todos los trabajadores.

Por otra parte, por medio de análisis documental y observación, permitieron encontrar, que tienen un diseño organizacional, con un periódico mural que esta puesto el organigrama, la visión, la misión, y la políticas de la empresa, de igual forma, tienen áreas funcionales que participan en el proceso de exportación; sin embargo, el área de marketing, principal área funcional para la internacionalización de las empresas, tuvo una respuesta de las empresas en dos grupos: (a) los que dejaron de lado completamente, y (b) los que recién están empezando a implementar esta área principal a partir del año 2020, cuando la demanda del producto principal aumentó. En cuanto al periódico mural, se observó dos situaciones: (a) los que pusieron en sus oficinas, y (b) los que pusieron en la entrada, a la vista de toda la organización.

Igualmente, las entrevistas y análisis documental permitieron encontrar que difunden la cultura exportadora en cada apertura de campaña anualmente, a través de capacitaciones, dirigido a todos los colaboradores y proveedores del producto, registrando sus capacitaciones, con el nombre del documento *Formación del personal*, por consiguiente, esta capacitación fomenta la integración de la empresa en todas las áreas funcionales. También, la cultura organizacional, se está vitalizando a base de esta formación, generando una mejor comunicación entre los colaboradores; y los expertos también señalaron que una capacitación continua hacia los colaboradores es fundamental para una buena gestión en la empresa, ya que

contar con profesionales especializados mejora la competitividad de la empresa. En cuanto, a la formalización de las empresas agroexportadoras, se encontró por medio de la entrevista que cumplen con los beneficios laborales del régimen agrario, a todos sus colaboradores generando una buena imagen internacional, que le sirve para la certificación de condiciones laborales.

Finalmente, la subcategoría de satisfacción del cliente, que cumple precisamente en la teoría y en esta investigación, que al tener un producto altamente demandado y con pedidos crecientes, decidieron mejorar su servicio de posventa, ya que siempre hay dudas por parte de ellos en temas documentarios que genera inconveniencias al momento de liberar el producto en destino. También, fomentaron la relación de confianza en la entrega de productos según como ellos lo requieran o exigen, así mismo, manejaron una estrategia de retención de clientes potenciales, participando en las ferias internacionales e interactuando directamente con ellos.

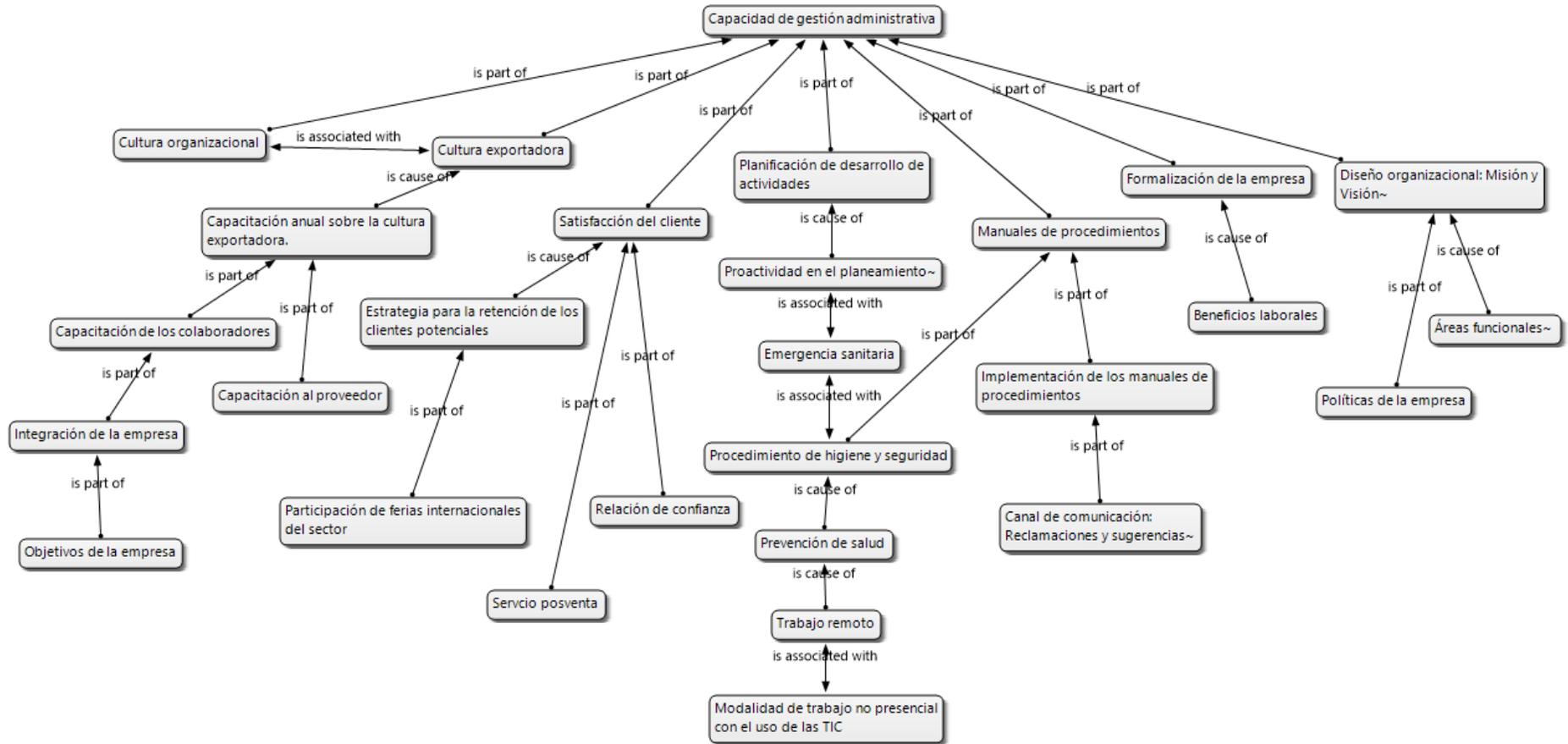


Figura 19. Categorías emergentes de la capacidad de gestión administrativa.

4.5.2. Categorías emergentes de la capacidad de la gestión productiva y logística.

En la figura 20, se muestra la aplicación de análisis del software Atlas.ti de la capacidad de la gestión productiva y logística de los cuatro objetos de estudio, a través de las entrevistas a los sujetos informantes, entrevistas a expertos, observación y revisión documentaria, de lo cual surgió subcategorías nuevas precisas, que son: (a) la planificación de la producción, (b) documentación de los procedimientos, (c) prevención y control de riesgos, (d) implementación de los estándares internacionales de calidad y certificaciones internacionales, (e) trazabilidad del producto, y (f) maquinarias de producción. Excepto por una subcategoría, que es el sistema de gestión medioambiental, se consideró ya que es preciso con la teoría y con lo investigado.

En resumen, la planificación de la producción de toda la cadena productiva de exportación, permitió cumplir con la programación de los pedidos de exportación establecidos, de lo cual se incrementó ante la demanda del producto debido a sus propiedades medicinales benéficas frente al COVID-19, la entrevista permitió encontrar que en los pedidos de exportación hubo dos posicionamientos: (a) los que ajustaron o limitaron sus pedidos, y (b) los que suspendieron un mes sus procesos de producción antes de comenzar la campaña para crear su propio plan COVID-19. Por consiguiente, para la siguiente campaña las empresas exportadoras de jengibre planificaron con antelación su producción iniciando un programa de capacitación sobre la siembra del producto, esto es, para que no haya sobreoferta del producto en el mercado local y no afecte a los agricultores. Por otro lado, otras empresas exportadoras planificaron como siempre su producción del jengibre.

Asimismo, con los procedimientos definidos debidamente documentados como la prevención y control de riesgo, las empresas lo adaptaron contra el COVID-19 en el área de producción, donde dictaban capacitaciones sobre Seguridad y Salud en el trabajo, esto se detectó con el análisis documentario, sobre todo para el personal operativo de producción para acatar la indumentaria correcta (cofia, guantes, mascarilla, mandiles, botas, etc.), también, esto

se detectó por medio de la observación. Además, los expertos también declaran la importancia de la documentación de los procedimientos para tener un orden en los procesos, facilitando las labores de los operarios de producción, y de cómo se ejecuta cada normativa establecida.

Por otro lado, las entrevistas permitieron encontrar que pusieron en funcionamiento los estándares internacionales de calidad, por ejemplo: a) el ISO, y b) HACCP en la producción de su producto final; estos son requisitos obligatorios de acuerdo con la voz de los expertos, que solicita el comprador para su decisión de negociar y de formar lazos a largo plazo con las empresas exportadoras de jengibre, ya que estos estándares se enfocan en el control de la calidad del producto en toda la trazabilidad del producto. Asimismo, al igual con los certificados internacionales, ya que, para cumplir con la normativa orgánica, principal certificado para empezar a exportar, es necesario que las empresas sean auditadas por una casa certificadora que se enfoca en la trazabilidad del producto que examina que el producto exportable sea netamente orgánico hasta la entrega del producto. Para la obtención de estos certificados internacionales, por lo que se encontró en el análisis documental, la empresa capacitó a todos sus colaboradores que participan en el proceso de exportación; y por la opinión de los expertos, ellos cuentan con un área exclusiva de para la gestión de certificaciones.

Igualmente, por medio de la observación y entrevista, se encontró que todas las empresas exportadoras de jengibre tienen maquinarias necesarias para ejecutar todo proceso de exportación para el producto final, y que tienen la capacidad de mantenimiento para que no perjudiquen y retrase el proceso de producción.

En fin, el sistema de gestión medioambiental, es una subcategoría precisa al igual que en la teoría e investigación, lo implementaron ya que es solicitada por las casas certificadoras, donde, se observó que separan sus residuos, reciclan los materiales usados en la producción, y por medio de la entrevista, especificaron que siguen las normas al no quemar y talar su campo de cultivo.

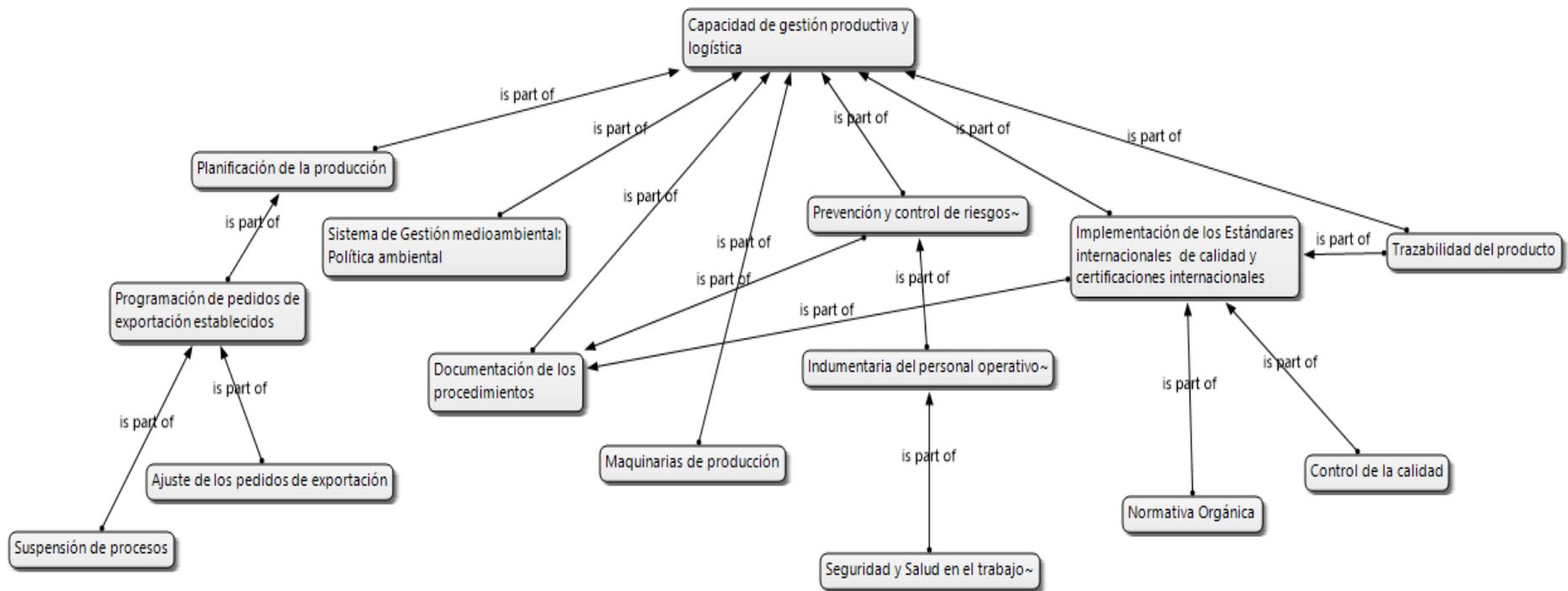


Figura 20. Categorías emergentes de la capacidad de la gestión productiva y logística.

4.5.3. Categorías emergentes de la capacidad de la gestión de los mercados internacionales y logística exportadora.

En la figura 21, se muestra la aplicación de análisis del software Atlas.ti de la capacidad de la gestión de los mercados internacionales y logística exportadora de los cuatro objetos de estudio, a través de las entrevistas a los sujetos informantes, entrevistas a expertos, observación y revisión documentaria, de lo cual surgió subcategorías nuevas precisas, que son: (a) estudio de mercado internacional, (b) principal producto de exportación, (c) documentos de operación de exportación, (d) barreras no arancelarias, (e) eventos comerciales internacionales, (f) material de apoyo promocional, (g) términos comerciales internacionales, y (h) medio de transporte internacional. Excepto por una subcategoría que es el canal de distribución, que va a acorde con la teoría de la capacidad exportadora y de los investigado.

En resumen, ante la emergencia sanitaria, el estudio del mercado internacional fue el primer paso para el comienzo de la exportación de las empresas donde tuvo una respuesta en dos agrupaciones: (a) los que no hicieron un estudio formal, por medio de la entrevista declararon que observaron su entorno comercial de que era un producto demandante al nivel internacional, y comenzaron a comercializar el producto y a vender localmente, de allí salieron a exportar por sus propios medios; y (b) los que realizaron un estudio de mercado formal para comenzar a exportar. Del mismo modo, de acuerdo con la voz de los expertos, señalaron que el jengibre es un producto altamente competitivo y demandado por sus múltiples beneficios medicinales que les permitió a las empresas un camino más fácil hacia la internacionalización, asimismo, formaron una base sólida para competir en el mercado internacional ante el repentino incremento de la demanda, y se volvió su principal producto de exportación, entre sus líneas de productos de exportación.

De igual forma, el canal de distribución, es una subcategoría precisa al igual que en la teoría e investigación, y que por medio de la entrevista se encontró que las empresas empezaron

a exportar indirectamente, comercializando el producto localmente a otras empresas que ya exportaban el producto, prácticamente empezaron a vender con el término comercial internacional EX WORKS, después, comenzaron a certificarse internacionalmente con los sellos sostenibles, que es un requisito principal para la entrada del producto al mercado objetivo, desarrollando y mejorando su canal de distribución. Por consiguiente, comenzaron a exportar directamente llegando a negociar con los mayoristas, distribuidores, centros comerciales aplicando los términos comerciales internacionales FOB, CFR, CIF; en la exportación directa tuvo una respuesta en dos agrupaciones: los que negocian directamente con el cliente sin intermediarios, y b) los que negocian a través de un intermediario como los agentes comisionistas; conviene especificar que ellos al exportar directamente tuvieron mejor control de calidad del producto hasta su destino.

Su principal medio de transporte es el marítimo, y el transporte aéreo para menor cantidad y urgencias de envió, como se dio en la emergencia sanitaria. De igual modo, se encontró por medio de la entrevista, que tienen subsidiarias en los mercados objetivos, entregando los productos en destino con transporte multimodal, en Incoterms DDP, mejorando la calidad de entrega y cercanía con el cliente en destino.

Además, a través de la entrevista se permitió encontrar que, al exportar directamente, desarrollaron los documentos de operación de exportación, estos son: (a) la factura comercial, (b) el conocimiento de embarque, (c) packing list, (d) certificado fitosanitario, y (e) certificado de origen, estos son documentos que se encontró igual por medio del análisis documentario, y los certificados mencionados son obligatorios. Del mismo modo, otros documentos y certificados internacionales son solicitados en el proceso de exportación, estos son los certificados internacionales y estándares internacionales de calidad, son principalmente conocidas como barreras no arancelarias, pero no son obligatorias estas normativas, sino, son exigibles por el cliente de manera directa. Estos son los principales certificados y estándares

internacionales que tienen estas empresas: (a) Orgánico, (b) USDA Organic, (c) Global G.A.P, (d) Grasp, (e) Flow Label Program, (f) Kosher, (g) Demeter, (h) Smeta, (i) HACCP, e (j) ISO.

Por medio de la entrevista se encontró, que antes de ingresar a los principales mercados de destino, participaron en eventos comerciales internacionales, identificaron las principales ferias internacionales del sector en Europa y Estados Unidos. También, la opinión de los expertos señala que esto es vital para la promoción de todas las empresas exportadoras de jengibre antes de comenzar a exportar, les da experiencia, es decir, comienzan a recaudar información sobre el sector y a contactar a los clientes potenciales dando un inicio en el proceso de negociación, efectivamente, esto les permite apertura nuevos mercados y seguir en contacto con los clientes potenciales ya que esto les genera más confianza y acercamiento en las negociaciones.

Finalmente, se observó que las empresas cuentan con páginas web, folletos donde promocionan su producto, datos de contacto, y otros aún no cuentan aún con esos materiales de apoyo promocional.

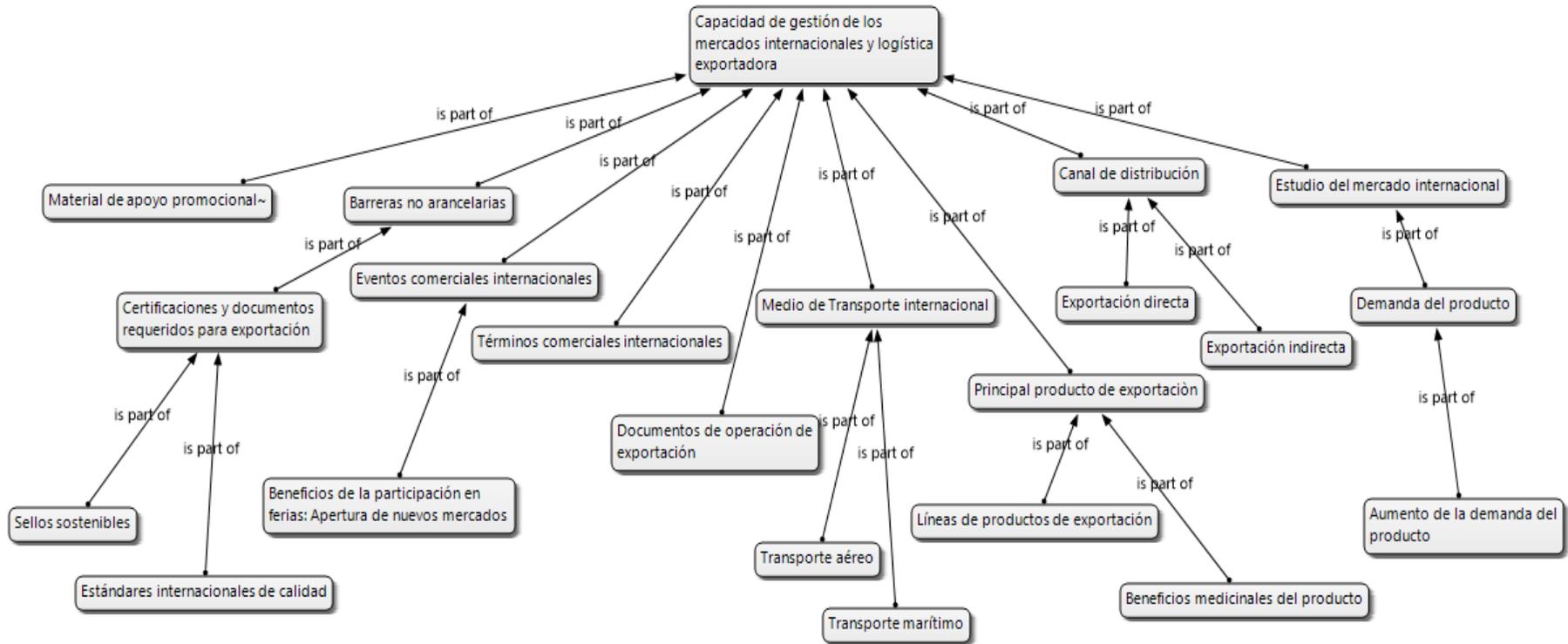


Figura 21. Categorías emergentes de la capacidad de la gestión de los mercados internacionales y logística exportadora.

4.5.4. Categorías emergentes de la capacidad de gestión económica y financiera.

En la figura 22, se muestra la aplicación de análisis del software Atlas.ti de la capacidad de la gestión económica y financiera de los cuatro objetos de estudio, a través de las entrevistas a los sujetos informantes y entrevistas a expertos, de lo cual surgió subcategorías nuevas precisas, que son: (a) financiamiento del estado, (b) forma de pago, (c) medio de pago, y (d) reinversión de las utilidades. Se mantiene dos subcategorías que son financiamiento a la exportación y estructura de costos de exportación ya que van acorde con la teoría, y de lo investigado.

En resumen, ante la emergencia sanitaria, las empresas exportadoras de jengibre fresco consiguieron financiamiento para el proceso de exportación a través del apalancamiento financiero, es decir, que las empresas al comenzar sus operaciones de producción tuvieron que poner su capital propio y también solicitar préstamos bancarios, desarrollando poco a poco un historial crediticio, posteriormente, de la ganancia de las ventas internacionales y locales, llegaron a reinvertir sus utilidades para todas las operaciones de exportación; esto se encontró por medio de la entrevista.

Del mismo modo, las empresas entrevistadas recibieron apoyo del programa Reactiva Perú, que es un programa de garantía del gobierno nacional para la continuidad en la cadena de pagos, esto les trajo beneficios a las empresas para cubrir sus pagos en la parte operativa del personal y otros costos como de producción, también, para cubrir los costos logísticos de exportación, aunque declararon que el flete marítimo no les afectó, ya que tenían una buena rentabilidad por la demanda y el alto precio, esto les favorecía, y también del tipo de Incoterms acordado.

Asimismo, la opinión de los expertos señala que es importante conocer toda la estructura de costos de exportación, como los costos logísticos, porque puede afectar la rentabilidad por algún sobrecargo no previsto en los despachos de exportación. Posteriormente,

por medio de las entrevistas, se encontró que las transferencias bancarias es el principal medio de pago de las empresas agroexportadoras, esto es muy común en el sector agroexportador de acuerdo con la voz de los expertos. En cuanto, en la forma de pago, depende de lo acordado con el cliente internacional, los más utilizados son: 100% adelantado, 50% contradocumentos y 50% 30 días después del arribo, o 90 días después del arribo; también los expertos señalan que todo es tema de confianza en acordar las formas de pago.

4.5.5. Categorías emergentes de la oferta exportable.

En la figura 23, se muestra las categorías de la oferta exportable agregando una subcategoría, que son las certificaciones internacionales, ya que son requerimientos obligatorios de los mercados internacionales para que el producto sea realmente exportable.

En resumen, la oferta exportable de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín antes del año 2019, por medio del cuestionario se encontró, que el jengibre era un producto demandante y competitivo al nivel mundial, y las empresas contaban con la disponibilidad del producto, también, tenían un producto con calidad y con las exigencias básicas requeridas por el mercado objetivo que comenzaron a exportar semanalmente, aunque, no era tan continua como en el comienzo de la pandemia del COVID-19. Hay que matizar, que estas exigencias por el mercado objetivo, son las certificaciones internacionales para la exportación, es decir, contaban con uno o dos sellos sostenibles para cumplir con la calidad del producto, que es un factor obligatorio para la comercialización del producto en el mercado objetivo.

Por otro lado, su capacidad de gestión tuvo un desarrollo tardío, por lo que se refiere a que no todos los trabajadores administrativos y operativos recibían capacitaciones inductivas, solo algunos recibían, por ende, la cultura exportadora estaba limitada respecto a los objetivos establecidos; por otra parte, tenían pocos manuales de procedimientos y no estaban debidamente documentados.

Efectivamente, para el financiamiento de todo el proceso de exportación, se encontró por medio del cuestionario que contaban con apalancamiento financiero, por lo tanto, contaban con una estructura de costos de exportación para alcanzar los objetivos establecidos.

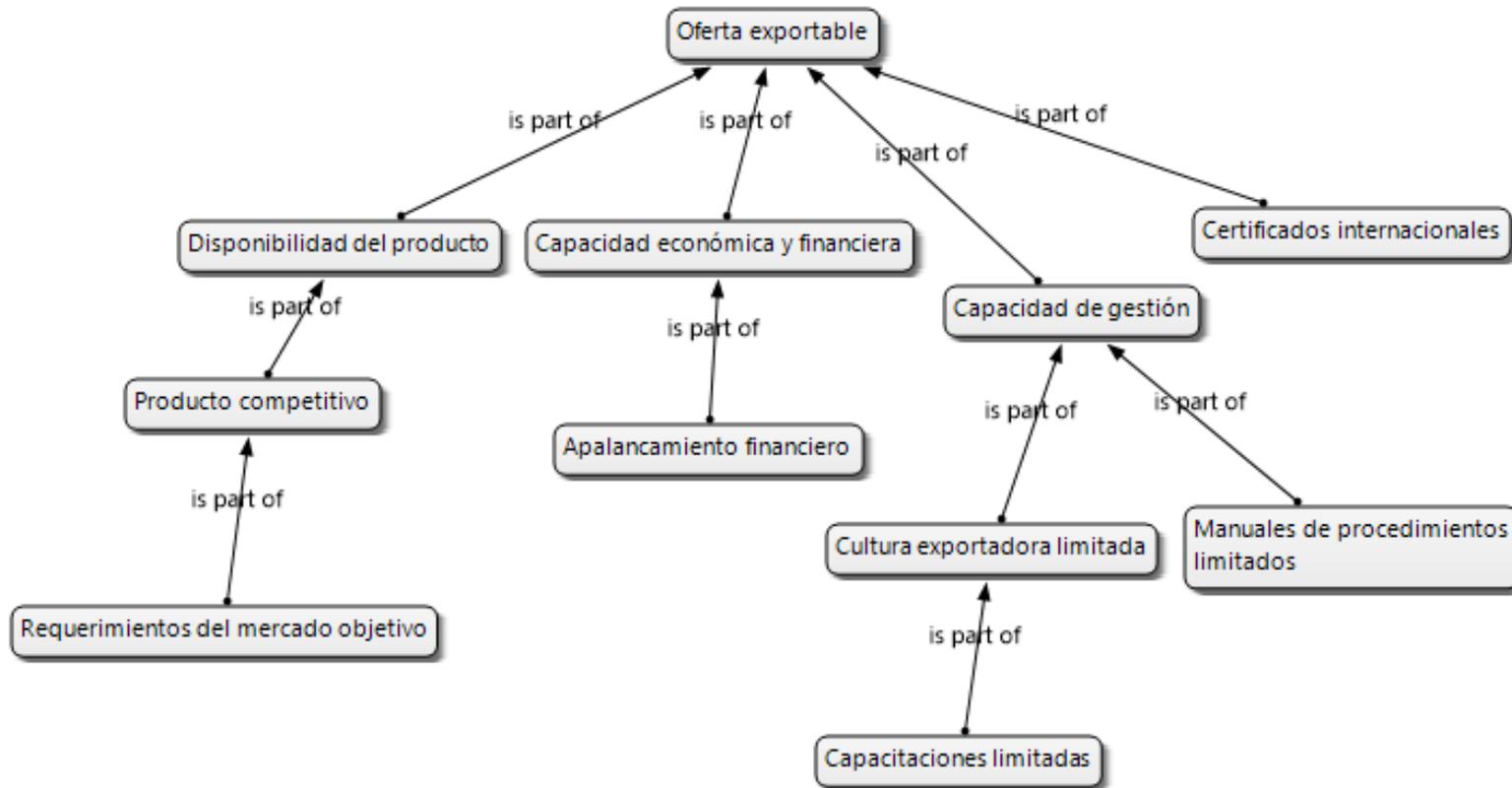


Figura 23. Categorías emergentes de la oferta exportable.

4.6. Interpretación de los hallazgos

4.6.1. Discusión de resultados.

Según Munarriz (2017), menciona que la capacidad de gestión empresarial, implica cuatro procesos que son la: a) programación, b) organización, c) ejecución, y d) control de actividades. Es decir, dirigir estos procesos permite considerar estas tres subcategorías: (a) la administración, (b) la organización, y (c) la satisfacción del comprador como aspectos clave para su desarrollo.

A diferencia de esta investigación, es recomendable nombrar capacidad de gestión administrativa de lo cual se debe incluir subcategorías precisas que determinen primero que deben tener una formalización empresarial, es decir, contar con todos los documentos registrados en las respectivas instituciones, esto es, ser una empresa legalmente confiable nacionalmente e internacionalmente, que cumple con las normas de su país, por ejemplo, los beneficios laborales a sus colaboradores; asimismo, el diseño organizacional es fundamental en una empresa, como la definición de las áreas funcionales que participan en el proceso de exportación, del mismo modo, la visión, la misión, el organigrama y las políticas de la empresa que permiten dar un amplio conocimiento sobre los objetivos de la empresa. También, contar con manuales de procedimientos e implementarlos, en las operaciones y en las actividades es un factor clave que encamina a los colaboradores a una mejora continua en los procesos a desarrollar, así mismo, tener un canal de comunicación a través del buzón de quejas y sugerencias permite desarrollar un mejor contacto entre empresa y trabajadores.

Asimismo, la planificación del desarrollo de actividades con proactividad es importante para el logro de las metas establecidas o asuntos inesperados ante cualquier factor externo, como la emergencia sanitaria, con la elaboración de procedimientos por ejemplo de higiene y seguridad, ya que es una base sólida para llevar a cabo en cada área funcional para la prevención de salud como la implementación del trabajo remoto, y la programación de capacitaciones

constantes; también, es preciso añadir la importancia de fortalecer la cultura organizacional, ya que cada empresa tiene sus creencias y valores, pero con un finalidad en común. Del mismo modo, el término cultura exportadora, ayuda a comprender a todas las áreas funcionales que lo integran, a través de capacitaciones que es clave para el desarrollo del proceso de exportación, es decir, facilita la adaptación ante los requerimientos de cada mercado objetivo que se actualizan periódicamente en el sector de agroexportación, llegando a lograr los objetivos de cada empresa.

Finalmente, la satisfacción del cliente es una subcategoría precisa que concuerda con esta investigación, para el sector de agroexportación, donde se debe generar estrategias según el destino de exportación, tipo de negociación que se da por cada cliente potencial como el acuerdo en los puntos de entrega, y en la solución de los documentos después de la entrega de la mercancía, fomentando la relación de confianza, al mismo tiempo, participando en ferias internacionales del sector para una mejor interacción con el cliente potencial.

El manual elaborado por PROMPERÚ, (2017), especifica que la capacidad de gestión productiva y logística, es importante reconocer la gestión en la producción y el control logístico para asegurar la entrega exitosa de productos o servicios a nuestros clientes. Es por ello, identificar las fortalezas y debilidades ayudará a mejorar y desarrollar nuevas estrategias que serán beneficiosas para el plan de exportación empresarial. Se pueden hallar oportunidades para mejorar como en estas subcategorías: (a) la producción, y (b) los sistemas de gestión medioambiental.

A diferencia de este manual, la capacidad de gestión productiva y logística cuenta con subcategorías precisas, que son la planificación de la producción, que es un factor importante para comenzar con el proceso de exportación del producto cumpliendo con la programación de los pedidos establecidos y optimizar el tiempo de entrega hacia el cliente previniendo percances

desde el comienzo de la producción, como la suspensión de los procesos. También, es importante los ajustes en los pedidos de exportación para cumplir con lo requerido.

Igualmente, es fundamental la documentación de los procedimientos para el funcionamiento correcto de la cadena de valor de producción, ya que permite a los colaboradores que manipulan directamente realizar sus labores operativas, tal como el diagrama de flujo que representa los pasos del proceso de exportación. También, es importante la prevención y control de riesgos en las empresas, como el procedimiento de Seguridad y Salud en el trabajo, que ayuda a identificar el espacio de riesgo del área producción, y se imponen medidas por medio de los procedimientos y capacitaciones sobre el EPP, para que los colaboradores no sufran riesgo en el espacio laboral, utilizando la indumentaria de protección correcta.

Por otro lado, es esencial la trazabilidad del producto, que es controlar la calidad del producto desde el campo hasta el despacho final de exportación, a través del desarrollo de los estándares internacionales de calidad y de las certificaciones internacionales, estas medidas buscan la inocuidad del producto satisfaciendo lo requerido por el cliente y generando confianza en la venta internacional del producto, es preciso mencionar que estos estándares y certificados internacionales son aplicables a nivel mundial. En fin, la trazabilidad del producto es importante para cumplir la normativa orgánica que es el principal certificado para la exportación de jengibre, esto es, cultivar libre de pesticidas y crear sostenibilidad en la empresa, por consiguiente, el jengibre certificado orgánico se convierte competitivo y demandante, debido a que es un hábito alimenticio para los consumidores finales de la Unión Europea y de los Estados Unidos, que buscan productos sostenibles en los principales mercados del sector de hortalizas.

Así mismo, las maquinarias requeridas de producción es clave para el proceso eficiente y eficaz en la planificación de la producción, aunque, no es fundamental que cuenten con maquinarias de alta tecnología ya que no es un producto con alto valor agregado.

Finalmente, en cuanto al Sistema de gestión medioambiental, es una subcategoría precisa que coinciden con el manual y con esta investigación, ya que cada agroexportadora desarrolla su propias acciones y procedimientos en las zonas que los rodea, también, es importante añadir que deben estar documentadas y actualizadas en las practicas acorde a lo requerido por cada certificación internacional que solicite.

El manual elaborado por PROMPERÚ, (2017), determina que la capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora, es el proceso de exportación que debe fortalecer dos aspectos: (a) el conocimiento del mercado internacional, para examinar la demanda; y (b) la distribución física internacional, para garantizar que los productos cumplan con los estándares requeridos por el mercado objetivo, es decir, que lleguen excelentes condiciones. Algunos aspectos claves dentro de esta gestión incluye tres subcategorías que son: (a) la investigación y desarrollo, (b) los canales de distribución, y (c) la logística de exportación.

A diferencia de este manual, en la capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora, se cuenta con subcategorías precisas, como el estudio del mercado internacional que se debe tener en cuenta antes de exportar, esto es, examinar que tan demandante es el producto que queremos exportar para no tener contratiempos al momento de entrar al mercado objetivo y reconocer a los clientes potenciales, también, definir el principal producto de exportación, y que beneficios cuenta dentro del mercado objetivo.

Así mismo, adaptarse a lo requerido por el mercado objetivo, contando con las certificaciones internacionales y documentos requeridos para exportación que son barreras no arancelarias obligatorios, en cambio otros no son obligatorios para entrar al mercado internacional y estas certificaciones sirven para el despacho en destino. Las certificaciones

internacionales como los sellos sostenibles y estándares internacionales de calidad son piezas clave para el reconocimiento del producto para los consumidores finales, conviene especificar, que sin estos certificados no se puede comercializar el producto al nicho de mercado y perjudica a los mayoristas, supermercados, etc.

Asimismo, la identificación de los principales eventos comerciales internacionales del sector del jengibre es fundamental que las empresas asistan a este tipo de eventos como asistentes, después, como participante en las ferias internacionales del sector, para tener conocimiento el desarrollo de estas actividades y tener presencia en los mercados internacionales, captando a los clientes potenciales formando acercamiento con los clientes. Participar, es súper importante para las empresas exportadoras de jengibre, ya que esto es un tipo de promoción del producto y comunicación con el cliente, y se debe tener contacto con los programas de apoyo de exportación, como PROMPERÚ, Adex, y otras entidades de promoción.

De igual modo, es esencial contar correctamente con todos los documentos de operación de exportación, es una diligencia clave para la llegada del producto sin contratiempo, que influye en el despacho de origen y destino, más aún, al exportar directamente permite a las empresas exportadoras de jengibre capacitarse que documentos son exigibles y cuales se tramitan con una autoridad gubernamental. Igualmente, conocer los términos comerciales internacionales más conocido como INCOTERMS son obligatorios en la condición de entrega del producto, y lo más usados en el sector de jengibre son: FOB, CFR, CIF y DDP.

También, es necesario incidir en el medio de transporte internacional, debido a que es una parte esencial en el transporte del producto, ya que esto evalúa el tiempo de entrega de las mercancías, tal como, el transporte marítimo que es el más usado en la distribución del producto del jengibre al ser un producto exportable fuerte y resistente, siendo idóneo para un tiempo de tránsito mayor; y el menos frecuente es el transporte aéreo para la entrega de menor volumen,

pero con un tránsito más corto, por cierto, pasarse a canal a transporte multimodal (Marítimo y terrestre), permite tener más control del producto y más cercanía con el cliente. En cuanto a los materiales de apoyo promocional, es esencial la participación en redes sociales con presentación de actividades, y tener folletos de presentación para la visita de cada cliente potencial.

Finalmente, los canales de distribución son iguales de precisas en la teoría y de esta investigación, de lo cual, es un ente clave para definir la entrada del producto al mercado objetivo, y poder trabajar con varios canales para poder llegar a los clientes, que son los mayoristas, retailers, supermercados, agentes comisionados, etc. Conviene añadir, que la exportación directa, permite tener el control del producto a las empresas exportadoras que la exportación indirecta, pudiendo examinar que puntos se debe mejorar en la cadena de suministros hacia el cliente potencial.

El manual elaborado por PROMPERÚ, (2017), establece que la capacidad de gestión económica y financiera es tener capital de inversión para llevar a cabo las acciones planificadas y determinar el nivel adecuado de endeudamiento explorando las opciones disponibles en el sistema financiero. Es decir, debemos analizar cómo gestionamos nuestros costos y presupuestos, así como determinar el financiamiento necesario para iniciar las actividades de exportación.

Al igual que el manual, en la capacidad de gestión económica y financiera estas subcategorías son precisas, que permite evaluar la estructura de costos de exportación de todo el proceso de exportación, para que las empresas exportadoras de jengibre analicen como conseguir financiamiento a la exportación para poder llegar al mercado objetivo, es por eso, contar con capital propio al inicio es importante para obtener los recursos para la exportación, después obtener la confianza bancaria para obtener apalancamiento financiero. Posteriormente, otra subcategoría precisa, es la reinversión de las utilidades que es una estrategia clave para el

financiamiento del proceso de exportación. También, es preciso agregar los programas de apoyo del estado, es una oportunidad para la obtención de financiamiento a largo plazo con garantía gubernamental para las empresas agroexportadoras.

También, otras subcategorías son los términos de pago, donde las empresas evalúan las condiciones para cubrir sus costos de producción de exportación y seguir operando, es decir, definir la forma de pago según el mercado a negociar para la liquidación de las transacciones y obtener el pago total de la mercancía. Así mismo, manejar mayormente el medio de pago internacional por transferencia bancarias es adecuado en el sector de exportación de alimentos fresco, muy pocas veces con cobranza documentaria o entre otros.

Según MIDAGRI, (s.f.), la oferta exportable no es solo contar con volúmenes del producto o bienes que cumplan con los requerimientos del mercado objetivo. También, debe contar con capacidad financiera, económica y gestión de la compañía.

Respecto a lo mencionado, la oferta exportable antes del año 2019 de las empresas exportadoras de jengibre, contaban con disponibilidad del producto, aunque, se debe agregar que se debía a que era un producto competitivo que cumplía los requerimientos básicos del mercado objetivo. También, el apalancamiento financiero es importante para el financiamiento de todas las estructuras de costos de exportación y contar con recursos propios. Así mismo, en la capacidad de gestión tenían capacitaciones limitadas desarrollando una cultura exportadora un poco restringida entre todos los colaboradores, al igual que en el uso de los manuales de procedimientos en sus operaciones de exportación. Es importante añadir a esta investigación, la importancia de los certificados internacionales para ser competitivo al nivel internacional.

De igual modo, esta investigación propone que no solo debe contar con la disponibilidad del producto y con las capacidades económicas, financiera y de gestión. Es decir, el logro de la oferta exportable tiene fundamento con cuatro capacidades de exportación que son la: (a) gestión administrativa, (b) gestión productiva y logística, (c) gestión de los mercados internacionales y logística exportadora, y

(d) gestión económica y financiera. Estas cuatro capacidades mencionadas son el paquete completo que contribuyen a la oferta exportable, para comenzar a exportar y adaptarse a las necesidades de los clientes potenciales. Conviene especificar que estas capacidades son diseñadas y ejecutadas en el corto plazo; sin embargo, logran el objetivo estratégico previsto en el largo plazo.

4.6.2. Hallazgos principales.

Las categorías a posteriori de las cuatro capacidades de exportación, tal como se muestra en la Figura 24, contribuyen favorablemente a la oferta exportable de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín, para una internacionalización a largo plazo.

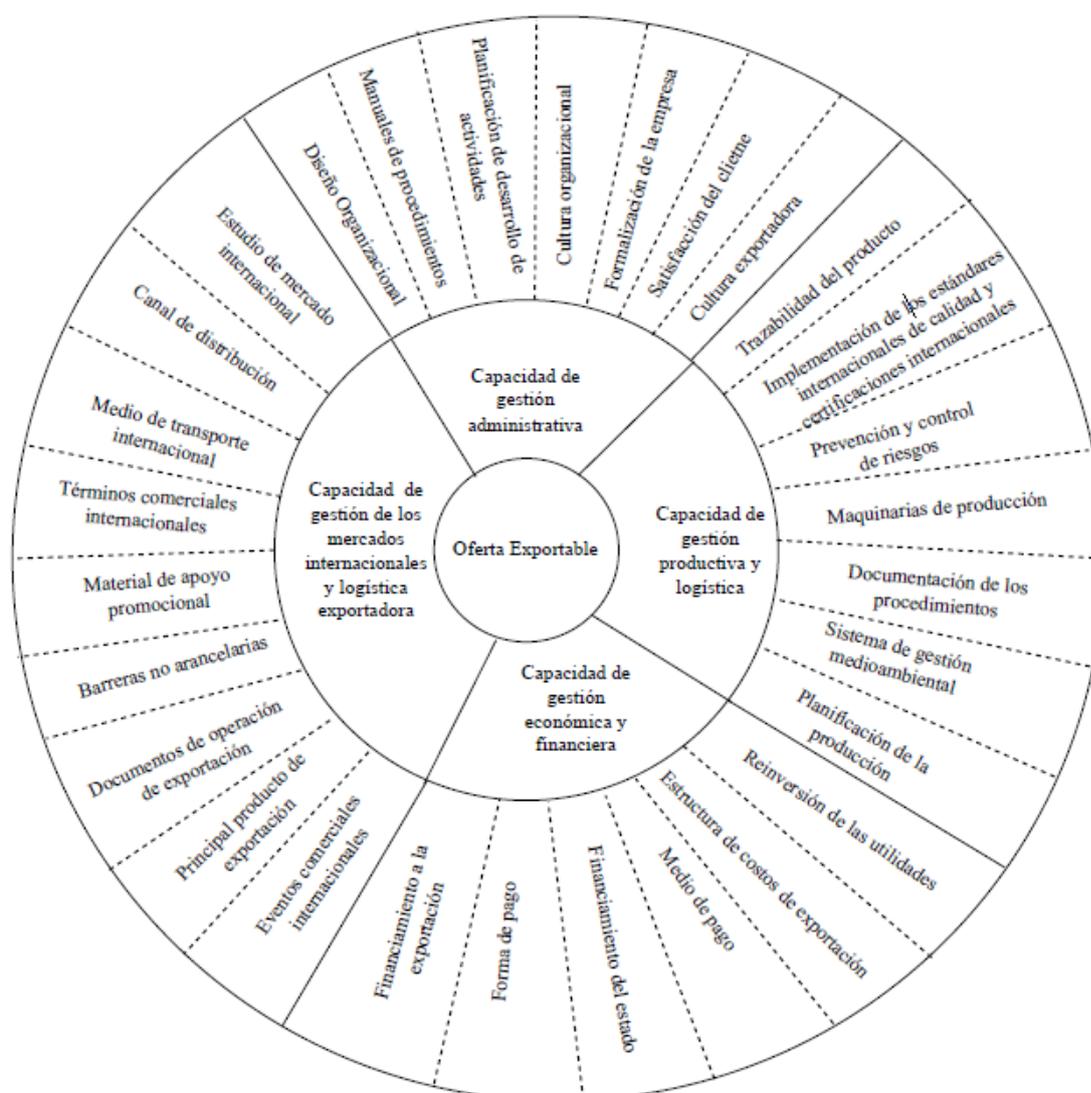


Figura 24. Categorías emergentes de la capacidad exportadora que contribuyen a la oferta exportable

Conclusiones

1. Respecto a la descripción de las condiciones de la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín antes del año 2019; como resultado se obtuvo a manera de resumen que contaban con disponibilidad del producto por la demanda al nivel internacional, pero tenían limitaciones en sus capacidades de gestión, económico y financiero, igualmente, en las certificaciones internacionales, es decir, contaban con pocos sellos sostenibles. Estos hallazgos permiten generar la siguiente proposición (Zetterberg, 2018), para estudios posteriores: Si la disponibilidad del producto incrementa favorablemente, entonces también la oferta exportable variará favorablemente, pero solo si llega a aplicar las cuatro capacidades de exportación de esta investigación que son la: (a) capacidad de gestión administrativa, (b) la capacidad de gestión productiva y logística, (c) la capacidad de los mercados internacionales y logística exportadora, y (d) la capacidad de gestión económica y financiera, que han sido factores importantes en la actividad empresarial de las empresas evaluadas.

2. Al categorizar la capacidad de gestión administrativa que contribuyeron al incremento de la oferta; como resultado se obtuvo a manera de resumen que las subcategorías como: (a) la cultura exportadora, (b) la cultura organizacional, (c) satisfacción del cliente, (d) planificación de desarrollo de actividades, (e) manuales de procedimientos, (f) formalización de la empresa, y (g) el diseño organizacional, son esenciales para las resoluciones en las actividades administrativas de las empresas exportadoras de jengibre evaluadas, pero que fueron puesta a prueba en condiciones de emergencia sanitaria producto de la pandemia global. Estos hallazgos permiten generar la siguiente proposición (Zetterberg, 2018), para estudios posteriores: Si la oferta exportable de las empresas exportadoras de jengibre se quiere incrementar, entonces deben desarrollar su capacidad de gestión administrativa, pero solo si se mantienen constante las subcategorías de la capacidad de gestión administrativa de esta investigación.

3. Esta investigación se propuso identificar la capacidad de gestión productiva y logística que contribuyeron al incremento de la oferta; como resultado se obtuvo a manera de resumen que las subcategorías como: (a) la planificación de la producción, (b) sistema de gestión medioambiental, (c) documentación de los procedimientos, (d) maquinarias de producción, (e) prevención y control de riesgos, (f) implementación de los estándares internacionales de calidad y certificados internacionales, y (g) la trazabilidad del producto, son fundamentales en la dirección productiva y logística de las empresas exportadoras de jengibre evaluadas, pero que fueron puesta a prueba en condiciones de emergencia sanitaria producto de la pandemia global. Estos hallazgos permiten generar la siguiente proposición (Zetterberg, 2018), para estudios posteriores: Si las empresas exportadoras de jengibre quieren incrementar su oferta exportable, entonces deben progresar su capacidad de gestión productiva y logística, pero solo si se mantienen constante las subcategorías de la capacidad de gestión productiva y logística de esta investigación.

4. Respecto a la distinción de la capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora que contribuyeron al incremento de la oferta; como resultado se logró diferenciar las subcategorías como: (a) el estudio de mercado internacional, (b) canal de distribución, (c) principal producto de exportación, (d) medio de transporte internacional, (e) términos comerciales internacionales, (f) documentos de operación de exportación, (g) barreras no arancelarias, (h) eventos comerciales internacionales, y (i) material de apoyo promocional, son esenciales para la ejecución de la gestión de los mercados internacionales y logística exportadora de las empresas exportadoras de jengibre evaluadas, pero que fueron puesta a prueba en condiciones de emergencia sanitaria producto de la pandemia global. Estos hallazgos permiten generar la siguiente proposición (Zetterberg, 2018), para estudios posteriores: Si las empresas exportadoras de jengibre quieren acrecentar su oferta exportable, entonces deben progresar su capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora, pero

solo si se sostienen constante las subcategorías de la capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora de esta investigación.

5. Respecto a la interpretación de la capacidad de gestión económica y financiera que contribuyeron al incremento de la oferta; como resultado se obtuvo a manera de resumen que las subcategorías como: (a) el financiamiento a la exportación, (b) estructura de costos de exportación, (c) financiamiento del estado, (d) forma de pago, (e) medio de pago, y (f) reinversión de las utilidades son primordiales en la actividad económica y financiera de las empresas examinadas, pero que fueron puesta a prueba en condiciones de emergencia sanitaria producto de la pandemia mundial. Estos hallazgos permiten generar la siguiente proposición (Zetterberg, 2018), para estudios posteriores: Si el financiamiento a la exportación se mantiene constante, entonces su contribución será favorable a la oferta exportable; siempre en cuando la estructura de costos de exportación, forma de pago, medio de pago, y la reinversión de las utilidades se mantengan controladas.

6. Esta investigación se propuso analizar de qué manera la capacidad exportadora contribuyo al incremento de la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022; como resultado se obtuvo a manera de resumen que la capacidad exportadora contribuye al incremento a la oferta con cuatro capacidades exportadoras que son: (a) la capacidad de gestión administrativa, (b) la capacidad de gestión productiva y logística, (c) la capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora, y (d) la capacidad de gestión económica y financiera, estos son factores claves para la internacionalización de las empresas analizadas, y que fueron puesta a prueba en condiciones de emergencia sanitaria producto de la pandemia global. Estos hallazgos permiten generar la siguiente proposición (Zetterberg, 2018), para estudios posteriores: Si las empresas exportadoras de jengibre quieren incrementar su oferta exportable a largo plazo, entonces deben implementar las cuatro capacidades de exportación de esta investigación.

Recomendaciones

1. Se recomienda a las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín que antes de lanzarse a los mercados internacionales con un producto, es indispensable contar con: (a) la disponibilidad del producto, (b) la capacidad de gestión administrativa, (c) la capacidad de gestión productiva y logística, (d) la capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora, y (e) la capacidad de gestión económica y financiera, es decir, estas acciones son propias de la capacidad exportadora y de la oferta. Efectivamente se logrará internacionalización exitosamente y disminuirá el riesgo que existe en los mercados internacionales.

2. Se recomienda a las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín enfocarse en su capacidad de gestión administrativa cómo: (a) la cultura exportadora, para la integración de la empresa con capacitaciones constantes y alcanzar los objetivos; (b) la cultura organizacional, para el reconocimiento de su identidad empresarial; (c) la satisfacción del cliente, para formar una relación de confianza con el cliente como la participación en ferias internacionales; (d) la planificación de desarrollo de actividades, para planificar exitosamente con proactividad la planificación ante cualquier factor externo e interno; (d) los manuales de procedimientos, para la ejecuciones de las actividades; (e) formalización de la empresa, para generar confianza nacionalmente e internacionalmente siendo una empresa atractiva y confiable; y (f) el diseño organizacional, para cumplir su misión, visión y políticas en conjunto con todas sus áreas funcionales. Desarrollar estas subcategorías de esta investigación les permitirá ser competentes a largo plazo en los mercados internacionales.

3. Se recomienda a las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín enfocarse en su capacidad de gestión productiva y logística cómo: (a) la planificación de la producción, para la programación de pedidos; (b) sistema de gestión medioambiental, para cumplir con la política ambiental que es una pieza principal para las empresas agroexportadoras; (c)

maquinarias de producción, para el proceso del producto; (d) prevención y control de riesgos, para cumplir con la Seguridad y salud en el trabajo por parte de los operarios de producción como la indumentaria del personal operativo; (e) implementación de los estándares internacionales y certificaciones internacionales, para cumplir con los requisitos del mercado objetivo en el proceso del producto como el control de calidad y la normativa orgánica; y (f) la trazabilidad del producto. Ejecutar estos métodos les permitirá ser competentes y confiables a largo plazo en los mercados internacionales.

4. Se recomienda a las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín enfocarse y reconocer su capacidad de gestión de los mercados internacionales como: (a) el estudio de los mercados internacionales, para estudiar la demanda del producto exportable; (b) canal de distribución, para lanzarse de la exportación indirecta a la directa; (c) principal producto de exportación, para el enfoque de las empresas en el principal producto; (d) medio de transporte internacional, para escoger el mejor transporte del producto exportable por su rendimiento; (e) términos comerciales internacionales; (f) documentos de operación de exportación; (g) barreras no arancelarias, para no tener problemas con los documentos exigibles y obligatorios a la hora de entrar al mercado objetivo; (h) eventos comerciales internacionales, participar en ferias internacionales trae beneficios como la apertura de nuevos mercados; y (i) material de apoyo promocional. Ejecutar estas categorías le permitirá al exportador ser competente y capaz a largo plazo en los mercados internacionales.

5. Se recomienda a las empresas exportadoras de jengibre enfocarse en su capacidad de gestión económica y financiera como el (a) financiamiento a la exportación, con capital propio y préstamos bancarios; (b) financiamiento del estado, acogerse a los programas del estado; (c) forma de pago; (d) medio de pago, con la utilización de transferencia bancarias; (e) estructura de costo de exportación; y (f) reinversión de las utilidades. Ejecutar estas subcategorías de la capacidad económica y financiera les permitirá costear todo el proceso de exportación que

conlleva, como, en los pagos a sus proveedores de materia prima y materiales de exportación para que no tengan retraso en la elaboración del producto exportable.

6. Esta investigación recomienda para que la oferta pueda incrementarse con una buena gestión a largo plazo, debe contar con cuatro capacidades de exportación: (a) capacidad de gestión administrativa, (b) capacidad de gestión productiva y logística, (c) capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora y (d) la capacidad de gestión económica y financiera. Esto en conjunto forma una base sólida para la internacionalización de las empresas hacia el mercado objetivo.

Referencias

- Agraria.pe. (22 de setiembre de 2020). La pandemia ha disparado la demanda de jengibre peruano. *Agraria.pe*. Recuperado de <https://www.agraria.pe/noticias/la-pandemia-ha-disparado-la-demanda-de-jengibre-peruano-22536>
- Agraria.pe. (19 de marzo de 2020). *Oportunidades para el ajo y jengibre peruano*. *Agraria.pe*. Recuperado de <https://agraria.pe/noticias/oportunidades-para-el-ajo-y-jengibre-peruano-21110>
- Aguirre, H., & Martinez, L. M. (2022). Capacidad exportadora de las empresas de mates burilados del anexo de Cochabamba para ampliar la exportación al mercado de Estados Unidos (Tesis). Universidad Continental, Huancayo, Perú. Recuperado de: https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11067/2/IV_FCE_315_TE_Aguirre_Martinez_2022.pdf
- Asociación de Exportadores, & Ministerio de Comercio y Turismo. (2021). *Perfil Mercado: Jengibre a Viena, Austria*. Recuperado de <https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2021/05/Perfil-Mercado-de-Jengibre-a-Austria.pdf>
- Bancomext. (2014). *Oferta Exportable*. Gobierno de Mexico. Recuperado de <https://www.bancomext.com/glosario/oferta-exportable>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Recuperado de https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2016N1_CSC098_11_57094.pdf
- Carvalho, L., & Macedo, A. P. (2020). Inovação e capacidade exportadora: evidências para empresas brasileiras. *Economia e Sociedade*, 29(1), 53–84. doi: 10.1590/1982-3533.2020v29n1art03
- Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales. (2022). *Jengibre: Panorama*

mundial y nacional. Recuperado de https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2022/01/CIEN_NSIM1_Enero_2022_Jengibre-1-1-1.pdf

Cerquin, C. V., & Oruna, Y. G. (2019). La capacidad exportadora de la empresa Consorcio Reciclador del Norte S.A.C. ubicada en el Milagro, Huanchaco para la exportación de PET molido reciclado al mercado de Chile, Trujillo-2019 (Tesis). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú. Recuperado de <https://hdl.handle.net/11537/15137>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2017). *Manual Planex: Plan de Negocio Exportador*. Recuperado de https://issuu.com/promperu/docs/manual_planex

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2002). *Globalización y desarrollo humano*. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11362/2724>

Cutipá, A. M., Escobar, F., Carpio, A., & Fernández, R. F. (2022). Capacidad de innovación y su influencia en el nivel de innovación de micro y pequeñas empresas exportadoras de artesanía textil del sur de Perú. *Investigación y Desarrollo*, 30, 96–126. doi: 10.14482/indes.30.2.658.406

Gestión. (29 de julio de 2019). EE.UU. paga más por el jengibre peruano que por el importado desde China y Brasil. *Redacción Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/ee-uu-paga-jengibre-peruano-importado-china-brasil-274336-noticia/>

Hernández, R., & Mendoza, C. P. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas Cuantitativa Cualitativa y Mixta. doi:1022201/fesc.20072236e.2019.10.18.6

Ioan, D. S. (2013). Elaboración de una metodología para medir la capacidad exportadora de las PYME's en Venezuela. *Compendium*, 15(28), 23–42. Recuperado de http://www.ucla.edu.ve/dac/compendium/Revista28/Compendium_28_2.pdf

- Katayama, R. J. (2014). *Introducción a la investigación cualitativa*. Recuperado de <https://educar.ec/jornada/Introduccion-a-la-Investigacion-Cualitativa-Roberto-Katayama.pdf>
- Kawulich, B. B. (2005). La observación participante como método de recolección de datos. *Fqs*, 6(2), 32. Recuperado de <http://www.qualitative-research.net/fqs/>
- Macario, C. (1998). Chile: De las políticas de subsidio a las exportaciones a las políticas de desarrollo de la competitividad. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*, 1, 46. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11362/34634>
- Martínez, H. (2012). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México, México: Cengage Learning Editores.
- Maynez, A. I., Valles, L., & Hernández, J. A. (2018). Capacidades organizacionales y ventaja competitiva: análisis en empresas mexicanas exportadoras de autopartes. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 6(17), 17–33. doi: 10.22201/enesl.20078064e.2018.17.63960
- Minervini, N. (2014). *Ingeniería de la Exportación. Cómo elaborar planes innovadores de exportación*. Recuperado de <https://sellomercosurcultural.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/06/ingenieraexportacion.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2014). *Comercio Exterior : texto educativo - material de apoyo*. Recuperado de <https://www.coursehero.com/file/73382091/Comercio-Exterior-MinCoEx-Per%C3%BApdf/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2020). *Envíos de fruta y jengibre mantienen al alza agroexportaciones no tradicionales*. Gob.Pe. Recuperado de

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/184055-envios-de-fruta-y-jengibre-mantienen-al-alza-agroexportaciones-no-tradicionales>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, & Ministerio de Educación. (2007). *Guía de comercio exterior para la educación secundaria (Ciencias sociales-Educación para el trabajo)*. Recuperado de <https://repositorio.minedu.gob.pe/handle/20.500.12799/3621>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (n.d.). *¿Que podemos exportar?*. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. Recuperado de <https://www.midagri.gob.pe/portal/181-exportaciones/que-podemos-exportar>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. (2020). *El jengibre o kion peruano, una estrella que vuelve (Zingiber officinale)*. Recuperado de <https://repositorio.midagri.gob.pe/bitstream/20.500.13036/1515/1/El%20jengibre%20o%20ki%20peruano%20una%20estrella%20que%20vuelve.pdf>

Ministerio de Economía y Finanzas. (31 de diciembre de 2021). Arancel de Aduanas 2022. *El Peruano*. Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2676619/DS404_2021EF.pdf.pdf

Ministerio de Salud. (2020). *Decreto Supremo*. Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/605928/DS_008-2020-SA.PDF?v=1587403441

Mora, R., Rodríguez, R., & Víquez, A. G. (2018). Dinámica exportadora en mipymes manufactureras y de servicio: Un estudio exploratorio de determinantes. *Pensamiento y Gestión*, 44, 261–287. doi: 10.14482/pege.44.10307

Munarriz, R. (2017). *Capacidad Exportadora*. Recuperado de <https://repositorio.promperu.gob.pe/items/682903d7-041a-4fc1-ae05-7459e14019d1>

- Orellana, L. (2001). *Estadística Descriptiva*. Recuperado de https://www.dm.uba.ar/materias/estadistica_Q/2011/1/modulo%20descriptiva.pdf
- Poder Ejecutivo. (6 de diciembre de 2013). Decreto legislativo N° 1156. *El Peruano*. Recuperado de <https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/DecretosLegislativos/01156.pdf>
- Proaño, A. (2017). *Cómo adecuar la oferta exportable de un producto para el mercado internacional*. Recuperado de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=6CCA6825-C3C0-43BE-997D-135339F52F90.PDF>
- Procolombia. (n.d.). *Oferta Colombiana en Exportaciones*. Procolombia. Recuperado de <https://www.colombiatrade.com.co/oferta-colombiana-en-exportaciones>
- Puente, A. A., & Silva, A. (2020). Factores que contribuyen al incremento de la exportación de jengibre fresco producido en la región Junín para el periodo 2012-2018 (Tesis). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10757/651575>
- Ricoy, C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Educação*. 31(1), 11-22. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1171/117117257002.pdf>
- Santos, Y. (2010). ¿Cómo se pueden aplicar los distintos paradigmas de la investigación científica a la cultura física y el deporte?. *PODIUM: Revista de ciencia y tecnología en la cultura física*. 11, 10. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6174061>
- Varguillas, C. (2006). El Uso de Atlas.ti y la creatividad del investigador en el análisis cualitativo de contenido UPEL. *Laurus*, 12, 73-87. Recuperado de

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76109905>

Verdellen, M. (29 de octubre de 2020). La escasez mundial de jengibre está aumentando su precio. *Freshplaza*. Recuperado de <https://www.freshplaza.es/article/9263077/la-escasez-mundial-de-jengibre-esta-aumentando-su-precio/>

Vinces, D. L. (2018). Diagnóstico de la Oferta Exportable de las PYMES de la provincia de Manabí (Tesis). Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador. Recuperado de <https://repositorio.ulead.edu.ec/bitstream/123456789/2262/1/ULEAM-ADM-0064.pdf>

Zetterberg, H. L. (2018). *Social theory and social practice*. Routledge.

Apéndice A. Matriz de consistencia

Título: Capacidad exportadora y su aporte a la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022.

Ámbito temático	Problema general	Propósito General	Propósitos específicos	Categorías	Subcategorías	Metodología
Capacidad exportadora	¿De qué manera la capacidad exportadora contribuyo al incremento de la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022?	Analizar de qué manera la capacidad exportadora contribuyo al incremento de la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022.	<p>Categorizar la capacidad de gestión administrativa que contribuyeron al incremento de la oferta.</p> <p>Identificar la capacidad de gestión productiva y logística que contribuyeron al incremento de la oferta.</p> <p>Distinguir la capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora que contribuyeron al incremento de la oferta.</p> <p>Interpretar la capacidad de gestión económica y financiera que contribuyeron al incremento de la oferta.</p> <p>Describir las condiciones de la oferta de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín antes del año 2019.</p>	<p>Capacidad de gestión administrativa</p> <p>Capacidad de gestión productiva y logística</p> <p>Capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora</p> <p>Capacidad de gestión económica y financiera</p> <p>Oferta exportable</p>	<p>Administración</p> <p>Organización</p> <p>Satisfacción del cliente</p> <p>Producción</p> <p>Sistema de gestión medioambiental</p> <p>Investigación y desarrollo</p> <p>Canales de distribución</p> <p>Logística exportadora</p> <p>Costos y presupuestos</p> <p>Financiamiento a la exportación</p> <p>Disponibilidad del producto</p> <p>Capacidad económica y financiera</p> <p>Capacidad de gestión</p>	<p>Paradigma</p> <p>Interpretativista</p> <p>Enfoque de investigación</p> <p>Cualitativo</p> <p>Método de investigación</p> <p>Inductivo</p> <p>Tipo de investigación</p> <p>Estudio de Caso</p> <p>Nivel de investigación</p> <p>Exploratorio-descriptivo</p> <p>Diseño de investigación</p> <p>No experimental</p>

Apéndice B. Guía de entrevista

Matriz de categorización de la guía de entrevista.

Categorías	Subcategorías	Cód.	Preguntas
Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo planificaron sus actividades administrativas ante esta situación, en el proceso de exportación del jengibre fresco? • ¿Cómo fue difundida la cultura exportadora en toda la empresa para lograr sus objetivos y sus metas en la exportación de jengibre fresco? • ¿La empresa aplico el trabajo remoto y nos podrías especificar en qué área se dio el trabajo remoto? y ¿La empresa trabajo todo el año 2020?
	Organización	Ga2	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se cuenta con manuales de procedimientos y cómo está ayudo al proceso de la organización en plena emergencia sanitaria? • ¿la cantidad de trabajadores se ha ido incrementando? ¿Nos podría detallar en cuánto se ha incrementado y en qué área se requirió más? ... ¿Y qué tipo de contrato tienen? • ¿Qué tipos de capacitaciones recibieron el personal de planta y los colaboradores administrativo para acatar estas medidas propuestas por el estado?
	Satisfacción del cliente	Ga3	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo la empresa manejo el servicio de postventa con el cliente para mejorar y fortalecer su relación con los clientes y está a su vez se genere la retención de los clientes?
Capacidad de gestión productiva y logística	Producción	PI1	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Ustedes que exportan más, jengibre orgánico fresco o jengibre convencional? • ¿Cómo ustedes planificaron su producción de jengibre en tiempos de pandemia y como está influyó actualmente? • ¿Se documenta todos los procesos de producción (procedimientos, instructivos, registros)? • ¿El cliente requirió otros productos? • ¿Cómo la empresa estableció un sistema que garantice un nivel de calidad constante del producto a exportar?

	Sistema de gestión medioambiental	Pl2	<ul style="list-style-type: none"> • Para el proceso de proceso de exportación ¿Qué tipo de maquinaria utilizan? ... Si se malogra ¿tienen la capacidad de cambiar la maquinaria? • ¿Ustedes cuentan con una política ambiental, de higiene y seguridad?
Capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora	Investigación y desarrollo	Gm1	<ul style="list-style-type: none"> • Antes de exportar a los mercados seleccionados ¿La empresa realizó un estudio de mercado? • ¿Cuáles han sido sus principales mercados de destino desde el inicio de la pandemia? ... ¿Y qué mercados nuevos se abrieron a raíz de este escenario pandémico? • ¿El departamento de mercadotecnia ha desarrollado el mix de marketing de las principales líneas y lo revisa con frecuencia (producto, precio, plaza y promoción)? • ¿En el caso del precio, como estaba el precio en el año 2020 y se ha mantenido hasta ahora? • ¿Han participado en ferias internacionales en las que puede exponer sus productos? ¿Nos podrías dar más información que beneficios les trajeron?
	Canales de distribución	Gm2	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Principalmente exportan por vía marítima, aérea o terrestre? • Cuéntanos, al comienzo de la venta de sus productos, ¿Empezaron a exportar directa o indirectamente? • ¿La empresa trabaja con agentes comerciales, comisionistas o brókeres?
	Logística exportadora	Gm3	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuenta con documentación sustentatoria de sus operaciones como: órdenes de compra, factura, informes de calidad, informes de trabajadas, ¿documentos de exportación? ... ¿Y para el caso del transporte de la mercadería, nos podrías explicar el proceso de empaque, embalaje y paletizado que conlleva el producto a exportar? • ¿Qué tipo de contenedor usan y cuantos kilos entra en ese envió? • ¿La empresa trabaja con normas y técnicas y estándares de calidad?

Capacidad económica y financiera	Costos y presupuestos	Ef1	<ul style="list-style-type: none">• ¿El personal de la empresa conoce de certificaciones y documentos requeridos para exportación?• ¿Qué tipo de Incoterms usan en su proceso de venta de exportación?• ¿Me podrías explicar cuáles son elementos de costos a considerar en la logística exportadora?• ¿Cómo afecta a su empresa el incremento de los costos logísticos?
	Financiamiento a la exportación	Ef2	<ul style="list-style-type: none">• ¿La empresa cuenta con capital propio o tiene apalancamiento financiero?• ¿La empresa se acogió al programa Reactiva Perú?• ¿Qué tipos de medios y formas de pago, utilizan?

Guía de entrevista

Presentación:

Reciban un cordial saludo, esta entrevista busca analizar de qué manera la capacidad exportadora contribuyo al incremento de la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022; por consiguiente, esta entrevista pretende obtener información a través de sus opiniones, documentación y experiencia empresarial de cómo manejaron y utilizaron sus capacidades exportadoras ante la emergencia sanitaria a nivel nacional e internacional que se dio a causa de la pandemia del COVID-19.

Datos del entrevistador:

Nombre y apellidos:

Facultad:

Escuela académica profesional:

Universidad:

Entrevistado:

Empresa:

Gerente General:

Confidencialidad:

Es importante resaltar que la información obtenida de dicho instrumento es única y exclusivamente con fines académicos.

Instrucciones:

Responda las preguntas con total sinceridad

Entrevistador: Para comenzar, ¿La empresa que productos exporta y cuál es su principal producto de exportación?

Entrevistador: ¿Y su principal producto de exportación es?

Ga1: Según el decreto supremo 008-2020 se declaró emergencia sanitaria al nivel nacional que dicta medidas de prevención y control del COVID-19. Donde se especifica que en todos los centros laborales públicos y privados se deben adoptar medidas de prevención contra el COVID-19 ¿Cómo planificaron sus actividades administrativas ante esta situación, en el proceso de exportación jengibre fresco orgánico?

Ga1: Ahora, para que la empresa desarrolle mejor su nivel de tareas es importante que la cultura exportadora sea ampliamente difundida en toda la empresa, ya que el que exporta es la empresa y no solo el departamento de exportación, Es por eso ¿Cómo fue difundida la cultura exportadora en toda la empresa y sus metas en la exportación de jengibre fresco?

Ga1: ¿En gestión administrativa hubo trabajo remoto?

Ga1: ¿Cuánto tiempo estuvieron en trabajo remoto?

Ga2: Para que todos los involucrados de la empresa sean conscientes de las distintas etapas del proceso para realizar determinadas tareas ¿Se cuenta con manuales de procedimientos y cómo está ayudado al proceso de la organización en plena emergencia sanitaria?

Ga2: Ante la demanda internacional en plena emergencia sanitaria. ¿la cantidad de trabajadores se ha ido incrementando?

Ga2: ¿Qué tipo de contrato tienen, están en planilla, tienen beneficios laborales?

Ga2: Ante la emergencia sanitaria propuesta por el estado, para la prevención y medidas contra la COVID-19. ¿Qué tipos de capacitaciones recibieron el personal de planta y los colaboradores administrativo para acatar estas medidas propuestas por el estado?

Ga3: En satisfacción del cliente, se sabe que el proceso de ventas internacionales es un tipo de “noviazgo” con el cliente, con reglas culturales diferentes y necesidades distintas, y la importancia del conocimiento mutuo entre importador y exportador. ¿Cómo la empresa manejo el servicio de postventa con el cliente y estas se genere una retención del cliente?

PI1: ¿Ustedes que exportan más, jengibre orgánico fresco o jengibre convencional?

PI1: Me comentaste que ustedes exportan más jengibre orgánico que jengibre convencional, ¿no?

PI1: ¿Cómo ustedes planificaron su producción de jengibre en tiempos de pandemia y como esta influyó actualmente?

PI1: ¿Se documenta todos los procesos de producción (procedimientos, instructivos, registros)?

PI1: Ante el boom del jengibre fresco que se dio en el año 2020, ¿el cliente requirió otros productos?

PI1: ¿Cómo la empresa estableció un sistema que garantice un nivel de calidad constante del producto a exportar?

PI1: Para el proceso de proceso de exportación ¿Qué tipo de maquinaria utilizan?

PI1: Si se malogra ¿tienen la capacidad de cambiar la maquinaria?

PI2: ¿Ustedes cuentan con una política ambiental, de higiene y seguridad?

Gm1: Antes de exportar a los mercados seleccionados ¿La empresa realizó un estudio de mercado?

Gm1: ¿Cuáles han sido sus principales mercados de destino desde el inicio de la pandemia?

Gm1: ¿A raíz de la pandemia se abrieron nuevos mercados?

Gm1: ¿El departamento de mercadotecnia ha desarrollado el mix de marketing?

Gm1: ¿Usted cuenta con un departamento de marketing que revisa con frecuencia los cuatros p (producto, precio, plaza y promoción)?

Gm1: En el caso del precio ¿Cómo estaba el precio en el año 2020 y se ha mantenido hasta ahora?

Gm1: ¿Han participado en ferias internacionales en las que puede exponer sus productos?

Gm1: ¿Nos podrías dar más información que beneficios les trajeron?

Gm2: ¿Ustedes principalmente exportan por vía marítima, aérea o terrestre?

Gm2: La forma de entrada de mercado es una de las decisiones más importante que una empresa debe tomar. Cuéntanos, al comienzo de la venta de sus productos como me comentaron que comenzaron a exportar en el 2016, ¿Empezaron a exportar directa o indirectamente?

Gm2: ¿La empresa trabaja con agentes comerciales, comisionistas o brókeres?

Gm3: ¿Cuenta con documentación sustentatoria de sus operaciones como: órdenes de compra, factura, ¿informes de calidad sobre las cajas y pallets?

Gm3: ¿Qué tipos de contenedor usan y cuantos kilos entra?

Gm3: Es uno de los parámetros importantes para determinar los precios de importación es el conocimiento y condiciones del comercio internacional. ¿El personal de la empresa conoce de certificaciones y documentos requeridos para exportación?

Gm3: ¿Qué certificaciones internacionales tiene la empresa para exportación?

Gm3: ¿Qué Incoterms usan en su proceso de venta de exportación?

Ef1: ¿Me podrías explicar cuáles son elementos de costos a considerar en la logística exportadora?

Ef1: A causa de la emergencia sanitaria al nivel mundial se genera la crisis de los contenedores. ¿Cómo afecta a su empresa el incremento de los costos logísticos?

Ef2: Al ser la exportación que produce resultados a mediano y largo plazo, que se requiere de persistencia, paciencia e inversión. ¿La empresa cuenta con capital propio o tiene apalancamiento financiero?

Ef2: Según el D. Leg.N°1455.- que crea el programa “REACTIVA PERÚ” para asegurar la continuidad en la cadena de pagos de corto plazo a sus trabajadores y proveedores ante el impacto del COVID-19. 30. ¿La empresa se acogió al programa Reactiva Perú?

Ef2: ¿Qué tipos de medios y formas de pago, utilizan?

Apéndice C. Guía de observación de las empresas exportadoras de jengibre

Matriz de categorización de la guía de observación

Categorías	Subcategorías	Cód.	Ítems
Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	<ul style="list-style-type: none"> Tiene periódico mural donde se visualiza su organigrama, misión, visión, horario laboral, publicaciones, etc.
	Organización	Ga2	<ul style="list-style-type: none"> La oficina administrativa ha implementado las capacitaciones y cumple con los protocolos de seguridad (extintores, botiquín de primeros auxilios, etc.) y prevención contra el COVID-19. Tiene implementado el buzón de quejas y sugerencias.
Capacidad de gestión productiva y logística	Producción	PI1	<ul style="list-style-type: none"> Tiene maquinaria de producción en buen estado. Tiene la planta de proceso de producción instalada señalizaciones de seguridad y salud en el trabajo. La empresa está organizada con sus respectivas áreas de proceso. El personal operativo cumple con la indumentaria correcta. La empresa cuenta con una infraestructura adecuada.
	Sistema de gestión de medioambiental	PI2	<ul style="list-style-type: none"> Cumple con la separación de los residuos sólidos.
Capacidad de los mercados internacionales y logística exportadora	Investigación y desarrollo	Gm1	<ul style="list-style-type: none"> El producto cumple con el correcto empaque. Hay evidencia del cumplimiento de la Norma Técnica Peruana [NTP] para el producto. El producto tiene una correcta manipulación de embalaje. Tiene la empresa un soporte promocional (Catalogo, páginas web, etc.)

Guía de observación

Tema por evaluar

Capacidad exportadora y su aporte a la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022.

Lugar de Observación:

Datos de observador:

Fecha de observación:

Definir la respuesta con: Si – No

Categorías	Ítem	Si	No	Observaciones
Capacidad de gestión administrativa	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene periódico mural donde se visualiza su organigrama, misión, visión, horario laboral, publicaciones, etc. • La oficina administrativa ha implementado las capacitaciones y cumple con los protocolos de seguridad (extintores, botiquín de primeros auxilios, etc.) y prevención contra el COVID-19. • Tiene implementado el buzón de quejas y sugerencias. 			
Capacidad de gestión productiva y logística	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene maquinaria de producción en buen estado. • Tiene la planta de proceso de producción instalada señalizaciones de seguridad y salud en el trabajo. • La empresa está organizada con sus respectivas áreas de proceso. • El personal operativo cumple con la indumentaria correcta. • La empresa cuenta con una infraestructura adecuada. • Cumple con la separación de los residuos sólidos. 			
Capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora	<ul style="list-style-type: none"> • El producto cumple con el correcto empaque. • Hay evidencia del cumplimiento de la Norma Técnica Peruana [NTP] para el producto. • El producto tiene una correcta manipulación de embalaje. • Tiene la empresa un soporte promocional (Catalogo, páginas web, etc.) 			

Apéndice D. Revisión documentaria

Matriz de categorización de la revisión documentaria

Categorías	Subcategorías base	Cód.	Documentos
Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de la empresa: <ul style="list-style-type: none"> ○ Política anticorrupción y antisoborno ○ Política de calidad e inocuidad ○ Política de SST
	Organización	Ga2	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de formación • Organigrama.
Capacidad de gestión productiva y logística	Producción	Pl1	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos de los procesos de exportación. <ul style="list-style-type: none"> ○ Factura comercial ○ Bill of Lading ○ Packing list ○ Certificado fitosanitario ○ Sellos sostenibles ○ Ficha técnica del empaque
Capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora	Logística exportadora	Gm3	<ul style="list-style-type: none"> • Documentación sustentatoria de exportación y otros documentos requeridos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Guía de carga ○ Manipulación de carga ○ Empaque del producto ○ Diagrama de flujo
Capacidad de gestión económica y financiera	Financiamiento a la exportación	Ef2	<ul style="list-style-type: none"> • Factura comercial

Instrumento de revisión documentaria

Capacidad Exportadora	Ítems	Nombre de Documento	Especificación
Gestión administrativa	Cuentan con políticas escritas por área		Se registran la formación del personal. (Capacitaciones) Organigrama
Gestión de mercados internacionales	Cuenta con documentación sustentatoria de exportación y otros documentos requeridos.		
Gestión productiva y logística	Se documenta todos los procesos de producción		
Capacidad económica y financiera	Términos de pago		

**Apéndice E. Cuestionario a los gerentes de las empresas exportadoras de jengibre de la
región Junín**

Matriz de categorización del cuestionario

Categoría	Subcategorías	Cód.	Pregunta
Oferta exportable	Disponibilidad del producto	Oe1	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Su producto ya contaba con sistemas de calidad y tecnología adecuada, para el proceso de exportación? • ¿El precio del producto de jengibre era competitivo al nivel internacional? • ¿Su exportación era continua? • ¿Su producto cumplía con las exigencias y requerimiento del mercado objetivo?
	Capacidad económica y financiera	Oe2	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Su empresa contaba con recursos propios para la exportación? • ¿Contaba con una estructura de costos de exportación?
		Oe3	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Antes del 2020 su empresa desarrolló la cultura exportadora? • ¿Su empresa contaba con manuales de procedimientos? • ¿El personal administrativo y de proceso recibían capacitaciones inductivas?

Instrumento del cuestionario

Reciba un cordial saludo, actualmente me encuentro desarrollando la tesis titulada “Capacidad exportadora y su aporte a la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022”, es por lo que deseo aplicar el presente cuestionario, agradezco de antemano su gentil colaboración.

En seguida, encontrará una serie de afirmaciones relacionadas a la oferta exportable de la empresa que se dio en el año 2019, seleccione por favor, la alternativa que más caracteriza a la condición de la empresa. En seguida, puede anotar comentarios que explican las razones de su respuesta.

Datos del entrevistador:

Nombres y Apellidos :

Facultad :

Escuela Académica Profesional :

Universidad :

Confidencialidad:

Es importante resaltar que la información obtenida de dicho instrumento es única y exclusivamente con fines académicos.

Cuestionario para describir las condiciones de la oferta exportable de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín antes del año 2019

Empresa:

Gerente general:

Marque con una "X" las respuestas que considera estar de acuerdo, según las alternativas mostradas en la rúbrica.

Subcategorías		Valor		
		1	2	3
Disponibilidad del producto	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Su producto ya contaba con sistemas de calidad y tecnología adecuada, para el proceso de exportación? • ¿El precio del producto de jengibre era competitivo al nivel internacional? • ¿Su exportación era continua? • ¿Su producto cumplía con las exigencias y requerimiento del mercado objetivo? 			
Capacidad económica y financiera	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Su empresa contaba con recursos propios para la exportación? • ¿Contaba con una estructura de costos de exportación? 			
Capacidad de gestión	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Antes del 2020 su empresa desarrolló la cultura exportadora? • ¿Su empresa contaba con manuales de procedimientos? • ¿El personal administrativo y de proceso recibían capacitaciones inductivas? 			

Rúbrica del cuestionario de la oferta exportable

Subcategorías	Núm. de Preguntas	Alternativas		
		1	2	3
Disponibilidad del producto	1	No contaba	Un poco	Si, ya contaba
	2	No era competitivo	Más o menos	Si, era competitivo
	3	Mensualmente	Quincenalmente	Semanalmente
	4	No cumplía	A veces	Si cumplía
Capacidad económica y financiera	5	No contaba con recursos propios	Con financiamiento de bancos	Con recursos propios y financiamiento
	6	No	Más o menos	Si
Capacidad de gestión	7	No tenía cultura exportadora	Un poco	Si tenía cultura exportadora
	8	No contaba	Unos cuantos	Si contaba
	9	No recibían capacitaciones	Algunos recibían capacitaciones	Si recibían capacitaciones

Apéndice F. Entrevista a expertos

Matriz de categorización de la entrevista del experto 1

Categorías	Subcategorías	Cód.	Preguntas
Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	¿Por qué es importante que todo el personal conozca de certificaciones para la exportación de jengibre fresco?
	Organización	Ga2	¿Por qué es importante que una empresa exportadora de jengibre cuente con manuales de procedimiento
Capacidad de gestión productiva y logística	Producción	PI1	¿Cuáles son los estándares de calidad en el proceso de producción para la exportación de jengibre fresco?
	Sistema de gestión medioambiental	PI2	¿Cómo implementar una política ambiental en la empresa exportadora de jengibre, para cumplir con las exigencias del mercado internacional?
Capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora	Investigación y desarrollo	Gm1	¿Son para todos los países, en especial Unión Europea o Estados Unidos o es según su normativa de cada país?
	Logística exportadora	Gm3	¿Qué tipos de certificaciones son importantes para la exportación de jengibre fresco orgánico?

Experto 1

Entrevistado: Perfecto, mi nombre es Blas Vitancio Rojas, soy Ingeniero Agrónomo de la Universidad Nacional Agraria de la Molina, actualmente como auditor de procesos de sellos sostenibles como Global GAP, eh con experiencia en manejo de certificaciones orgánicas, UTZ, C.A.F.E Practices y este otro tipo de normativa relacionada a estándares privados, ¿no?, como a veces unas empresas desarrollan su propio estándar, unas cafeterías y este como por ejemplo C.A.F.E Practices que es de Starbucks y van desarrollando sus diferentes estos ámbitos, su aspecto normativo para que puedan vender o comprar ese producto, ¿no?

Ga1: ¿Por qué es importante que todo el personal conozca de certificaciones para la exportación de jengibre fresco?

Ga2: ¿Por qué es importante que una empresa exportadora de jengibre cuente con manuales de procedimientos?

Pl1: ¿Cuáles son los estándares de calidad en el proceso de producción para la exportación de jengibre fresco?

Pl2: ¿Cómo implementar una política ambiental en la empresa exportadora de jengibre, para cumplir con las exigencias del mercado internacional?

Gm1: Coméntame, ¿Son para todos los países, en especial Unión Europea o Estados Unidos o es según su normativa de cada país?

Gm3: ¿Qué tipos de certificaciones son importantes para la exportación de jengibre fresco orgánico?

Matriz de categorización de la entrevista del experto 2

Categorías	Subcategorías	Cód.	Preguntas
Capacidad de gestión administrativa	Administración	Ga1	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo difundir la cultura exportadora en una empresa exportadora de jengibre, para un mejor desarrollo de nivel de tareas?
Capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora	Investigación y desarrollo	Gm1	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué otros factores, componentes, recursos o elementos consideran que han sido vitales o críticos para las empresas exportadoras de jengibre a lo largo de la pandemia; y cuáles considera que serían necesarios potenciarlo con prioridad para mantener todo lo logrado por estas empresas? ¿Por qué es importante que una empresa exportadora de jengibre debe trabajar con normas técnicas y estándares de calidad? ¿Por qué es importante contar con un plan de participación en eventos comerciales internacionales, por ejemplo, la participación en feria internacionales?
	Canales de distribución	Gm2	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son los beneficios de trabajar con agentes comerciales, comisionistas y brókeres, para obtener una ventaja estratégica?
	Logística exportadora	Gm3	<ul style="list-style-type: none"> ¿Por qué es importante evaluar los riesgos a los que está expuesto a causa de la exportación y que precauciones se debe tomar contra todos esos riesgos?
Capacidad económica y financiera	Costos y presupuestos	Ef1	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son los beneficios de conocer los elementos de costos a considerar en la logística exportadora?
	Financiamiento a la exportación	Ef2	<ul style="list-style-type: none"> ¿Esta forma de pago es segura y que forma de pago recomendaría utilizar en las transacciones comerciales?

Experto 2

Entrevistado: Qué tal, ¿Cómo estas Patricia?, te saluda el profesor Miguel Ángel Capuñay Reátegui, soy abogado y profesión especializado en negocios internacionales, con maestría también sobre la misma especialidad y aquí estoy ya a colaborar con el logro de tu objetivo profesional y académico.

Ga1: Muchas gracias profesor comenzamos con la entrevista, ¿Cómo difundir la cultura exportadora en una empresa exportadora de jengibre, para un mejor desarrollo de nivel de tareas?

Gm1: ¿Qué otros factores, componentes, recursos o elementos consideran que han sido vitales o críticos para las empresas exportadoras de jengibre a lo largo de la pandemia; y cuáles considera que serían necesarios potenciarlo con prioridad para mantener todo lo logrado por estas empresas?

Gm1: ¿Por qué es importante que una empresa exportadora de jengibre debe trabajar con normas técnicas y estándares de calidad?

Gm1: ¿Por qué es importante contar con un plan de participación en eventos comerciales internacionales, por ejemplo, la participación en feria internacionales?

Gm2: ¿Cuáles son los beneficios de trabajar con agentes comerciales, comisionistas y brókeres, para obtener una ventaja estratégica?

Gm3: ¿Por qué es importante evaluar los riesgos a los que está expuesto a causa de la exportación y que precauciones se debe tomar contra todos esos riesgos?

Ef1: ¿Cuáles son los beneficios de conocer los elementos de costos a considerar en la logística exportadora?

Ef2: En el tema de forma de pagos, todas las empresas exportadoras de jengibre a la que entrevistaste, mencionaron que reciben su pago a través de transferencia internacionales. ¿Esta

forma de pago es segura y que forma de pago recomendaría utilizar en las transacciones comerciales?

Apéndice G. Documentos de consulta

Decreto Supremo 008-2020-SA que declara Emergencia Sanitaria al nivel nacional.

MINISTERIO DE SALUD	No. 008-2020-SA
	
<h1>Decreto Supremo</h1>	
<p>DECRETO SUPREMO QUE DECLARA EN EMERGENCIA SANITARIA A NIVEL NACIONAL POR EL PLAZO DE NOVENTA (90) DÍAS CALENDARIO Y DICTA MEDIDAS PREVENCIÓN Y CONTROL DEL COVID-19</p>	
<p>EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA</p>	
<p>CONSIDERANDO:</p>	
<p>Que, la Organización Mundial de la Salud ha calificado, con fecha 11 de marzo de 2020, el brote del Coronavirus (COVID-19) como una pandemia al haberse extendido en más de cien países del mundo de manera simultánea;</p>	
<p>Que, los artículos 7 y 9 de la Constitución Política del Perú señalan que todos tienen derecho a la protección de su salud, la del medio familiar y la de la comunidad, y que el Estado determina la política nacional de salud, correspondiendo al Poder Ejecutivo normar y supervisar su aplicación, siendo responsable de diseñarla y conducirla en forma plural y descentralizadora para facilitar a todos el acceso equitativo a los servicios de salud;</p>	
<p>Que, los numerales II y VI del Título Preliminar de la Ley N° 26842, Ley General de Salud, establecen que la protección de la salud es de interés público, y que es responsabilidad del Estado regularla, vigilarla y promover las condiciones que garanticen una adecuada cobertura de prestaciones de salud a la población, en términos socialmente aceptables de seguridad, oportunidad y calidad, siendo irrenunciable la responsabilidad del Estado en la provisión de servicios de salud pública. El Estado interviene en la provisión de servicios de atención médica con arreglo a principios de equidad;</p>	
	<p>Que, asimismo, el numeral XI del Título Preliminar de la Ley antes mencionada ha previsto que el ejercicio del derecho a la propiedad, a la inviolabilidad del domicilio, al libre tránsito, a la libertad de trabajo, empresa, comercio e industria, así como el ejercicio del derecho de reunión, están sujetos a las limitaciones que establece la ley en resguardo de la salud pública;</p>
	<p>Que, el artículo 79 de la ley precitada contempla que la Autoridad de Salud queda facultada a dictar las medidas de prevención y control para evitar la aparición y propagación de enfermedades transmisibles. Todas las personas naturales o jurídicas, dentro del territorio, quedan obligadas al cumplimiento de dichas medidas, bajo sanción;</p>
<p>Que, conforme a lo establecido en la Primera Disposición Complementaria Final del Decreto Legislativo N° 1161, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Salud, el Ministerio de Salud es la Autoridad de Salud a nivel nacional, según lo establece la Ley N°</p>	

26842. Ley General de Salud, tiene a su cargo la formulación, dirección y gestión de la política nacional de salud y es la máxima autoridad en materia de salud. Su finalidad es la promoción de la salud, la prevención de las enfermedades, la recuperación de la salud y la rehabilitación en salud de la población;

Que, el Decreto Legislativo N° 1156, Decreto Legislativo que dicta medidas destinadas a garantizar el servicio público de salud en los casos que exista un riesgo elevado o daño a la salud y la vida de las poblaciones, tiene como finalidad identificar y reducir el potencial impacto negativo en la población ante la existencia de situaciones que representen un riesgo elevado o daño a la salud y la vida de las poblaciones y disponer acciones destinadas a prevenir situaciones o hechos que conlleven a la configuración de éstas;

Que, el literal e) del artículo 6 del citado Decreto Legislativo, concordante con el numeral 5.5 del artículo 5 de su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 007-2014-SA, establece como supuesto que constituye la configuración de una emergencia sanitaria, la declaración por parte de la Organización Mundial de la Salud de la ocurrencia de pandemia;

Que, es responsabilidad del Estado reducir el impacto negativo en la población ante la existencia de situaciones de riesgo elevado para la salud y la vida de los pobladores, así como mejorar las condiciones sanitarias y la calidad de vida de su población, y adoptar acciones destinadas a prevenir situaciones y hechos que conlleven a la configuración de éstas;

De conformidad con la Ley N° 26842, Ley General de Salud; el Decreto Legislativo N° 1161, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Salud, modificado por Ley N° 30895, Ley que fortalece la función rectora del Ministerio de Salud; y, el Decreto Legislativo N° 1156, Decreto Legislativo que dicta medidas destinadas a garantizar el servicio público de salud en los casos que exista un riesgo elevado o daño a la salud y la vida de las poblaciones;

Con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros;

DECRETA:

Artículo 1.- Declaratoria de Emergencia Sanitaria

1.1 Declárese en Emergencia Sanitaria a nivel nacional, por el plazo de noventa (90) días calendario, por la existencia del COVID-19, conforme a las razones expuestas en la parte considerativa del presente Decreto Supremo.

1.2 En un plazo no mayor de 72 horas, mediante Decreto Supremo, el Ministerio de Salud aprueba el Plan de Acción y la relación de bienes y servicios que se requieren contratar para enfrentar la emergencia sanitaria aprobada en el numeral 1.1 del presente artículo, el mismo que incluye al Seguro Social de Salud – EsSalud y las Sanidades de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional del Perú.

Artículo 2.- Medidas de prevención y control para evitar la propagación del COVID-19

2.1 En el marco de lo establecido en el artículo 79 de la Ley N° 26842, Ley General de Salud, se disponen las siguientes medidas para la prevención y control para evitar la propagación del COVID-19:

2.1.1 Puertos, aeropuertos y puestos de entrada terrestres

- a) Las instituciones públicas y privadas a cargo de la administración de puertos y aeropuertos deben adoptar las medidas que correspondan para disponer las medidas sanitarias necesarias para evitar la propagación del COVID-19 en los espacios que correspondan.





Decreto Supremo

Las instituciones públicas y privadas relacionadas al tema migratorio deben trabajar de manera articulada para lograr un control efectivo sanitario del flujo migratorio.

- b) Todas las personas que ingresen al territorio nacional deben presentar de manera obligatoria la Declaración Jurada de Salud del Viajero para prevenir el COVID-19, aprobada por Resolución Ministerial N° 086-2020/MINSA.
- c) Toda persona que ingrese al territorio nacional provenientes de países con antecedentes epidemiológicos y que se encuentren en la relación que elabore el Centro de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades – CDC del Ministerio de Salud, tales como la República Italiana, el Reino de España, República Francesa y República Popular de China, debe sujetarse a un periodo de aislamiento domiciliario por catorce (14) días. La lista de países es actualizada por el CDC y publicada en su página web y la del Ministerio de Salud.
- d) En caso presentar sintomatología de infección respiratoria, la persona en aislamiento domiciliario se debe comunicar con la autoridad sanitaria de la jurisdicción correspondiente para la adopción de las medidas necesarias.

2.1.2 Centros educativos

El Ministerio de Educación, en su calidad de ente rector, dicta las medidas que correspondan para que las entidades públicas y privadas encargadas de brindar el servicio educativo, en todos sus niveles posterguen o suspendan sus actividades. Estas medidas son de cumplimiento obligatorio.

2.1.3 Espacios públicos y privados

- a) En el caso de actividades o eventos que impliquen la concentración de personas en espacios cerrados o abiertos que ofrezcan mayores riesgos para la transmisibilidad del COVID-19, corresponde a la autoridad competente evaluar los riesgos para determinar la pertinencia de su realización.
- b) Todos los establecimientos comerciales y mercados deben coadyuvar en la prevención para evitar la propagación del COVID-19, implementando medidas de salubridad que faciliten el acceso de la población a sus servicios higiénicos, así como la de sus trabajadores.



2.1.4 Transporte

Todos los medios de transporte públicos y privados deben adoptar las medidas que correspondan para evitar la propagación del COVID-19.

2.1.5 Centros laborales

En todos los centros laborales públicos y privados se deben adoptar medidas de prevención y control sanitario para evitar la propagación del COVID-19.

2.2 Las instituciones públicas y privadas, el Ministerio de Defensa, el Ministerio del Interior, la sociedad civil y la ciudadanía en general deben coadyuvar en la implementación de la presente norma y de las disposiciones complementarias que se emitan.

2.3 Los Gobiernos Regionales y Locales adoptan las medidas preventivas para evitar la propagación del COVID-19 y coadyuvan al cumplimiento de las normas y disposiciones correspondientes emitidas por el Poder Ejecutivo.

Artículo 3.- Fortalecimiento de la gestión sanitaria internacional

3.1 El Ministerio de Salud implementa la Autoridad Sanitaria Internacional de alcance nacional para el fortalecimiento, control y vigilancia sanitaria de puertos, aeropuertos y puestos de control fronterizo, en el marco de la seguridad sanitaria.

3.2 Los Gobiernos Regionales, Locales y entidades privadas coadyuvan al cumplimiento de esta disposición.

Artículo 4.- Refrendo

El presente Decreto Supremo es refrendado por la Ministra de Salud, la Ministra de Trabajo y Promoción del Empleo, el Ministro de Transportes y Comunicaciones, el Ministro de Educación, el Ministro de Defensa y el Ministro del Interior.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los once días del mes de marzo del año dos mil veinte.




 MARTÍN ALBERTO VIZCARRA CORNEJO
 Presidente de la República


 CARLOS MARTÍN BENAVIDES ABANTO
 Ministro de Educación


 CARLOS MORÁN SOTO
 Ministro del Interior


 SYLVIA E. CÁCERES PIZARRO
 Ministra de Trabajo y Promoción del Empleo


 MARÍA ELIZABETH HINOJOSA PEREYRA
 Ministra de Salud


 WALTER MARTOS RUIZ
 Ministro de Defensa


 CARLOS LOZADA CONTRERAS
 Ministro de Transportes y Comunicaciones

Declaración Único de Aduanas (DUA) – 2020.

Elisur Organic S.A.C

40 - DUA PROV. DE EXPORTACION					
Aduana		CÃ³digo		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)	
MARITIMA DEL CALLAO		118		2 REGISTRO DE ADUANA	
NÃº Orden	DestinaciÃ³n	Modalidad	Tipo Despacho	NÃº DUA Prov.	NÃº DeclaraciÃ³n: 407630
406730	40	1	NORMAL	2020-407630	Fecha NumeraciÃ³n: 18/08/2020
1 IDENTIFICACION	1.1 Importador/Exportador				Sujeto a: VERDE
		ELISUR ORGANIC S.A.C.			
1.2 CÃ³digo y Documento de IdentificaciÃ³n		1.3 DirecciÃ³n de Importador/Exportador			1.4 Cod.Ubi.Geo.
4 - 20601116431		AV. MARGINAL 371 PICHANAQUL, CHANCHAMAYO, JUNIN			
3 TRANSPORTE	3.1 Empresa Transporte CÃ³digo		3.2 NÃº Manifiesto	3.3 VÃ­a Transporte CÃ³digo	
	- 5061		2020 - 1769	1 - MARITIMO	
3.4 Fecha Termin Desc/Embar		3.5 Empresa Transporte (T/R) CÃ³digo	3.6 Unidad Transporte (T/R)		3.7 Aduana D/S CÃ³digo
		-			
4 ALMACEN	4.1 DepÃ³sito Temporal CÃ³digo		4.2 DepÃ³sito A. Autorizado CÃ³digo		4.3 Plazo Solicitado
	- 3014		-		0
5 TRANSACCION	5.1 Entidad Financiera CÃ³digo			5.2 Modalidad CÃ³digo	
	-			OTRAS(ESPECIFIQUE) - 7	
6 VALOR ADUANA	6.1 Valor Clausula de Venta	6.2 ComisiÃ³n Exterior(Referencial)	6.3 Otros Gastos Deducibles	6.4 Total Ajustes	6.5 Valor Neto de Entrega(FOB)
	30240	0	3650	0	26590
8 DECLARANTE	8.1 Declarante (Tipo - Nro. de documento - RazÃ³n Social)				
	RUC 20480864469 - DESPACHOS ADUANEROS CHAVIMOCHIC SAC				
OTROS DATOS DILIGENCIA	Total Peso Neto	Total Peso Bruto	Total Bultos	Total U. FÃ¡sicas	Total U. Comercial.
	19584.0	21940.0	1440.0	19584.0	1440.0

DECLARACION : 118-2020-40-407630-00											
Aduana		Código		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A1)				2		REGISTRO DE ADUANA	
MARITIMA DEL CALLAO		118									
N° Orden		Destinación		Modalidad		Tipo Despacho		N° Orden de Embarque		N° Declaración: 407630	
406730		40		1		NORMAL		2020-407630		Fecha Numeración: 18/08/2020	
1 IDENTIFICACION		1.1 Importador/Exportador								Sujeto a: VERDE	
		ELISUR ORGANIC S.A.C.									
1.2 Código y Documento de Identificación				1.3 Dirección de Importador/Exportador				1.4 Cod.Ubi.Geo.			
4 - 20601116431				AV. MARGINAL 371 PICHANAQUI, CHANCHAMAYO, JUNIN							
7 DECLARACION DE MERCANCIAS		7.1 N° Serie/Total		7.2 Items Ejemplar B		7.3 N° Declaración Precedente Serie		7.4 N° Certificado Reposición Item		7.5 Cod.Apl.Ultr.	
		1									
7.6 Puerto de Embarque Código		7.7 Fecha Emb.		7.8 Documento Transporte Detalle		7.9 N° Certificado Origen Fecha		7.10 Cant. Unidad Comercial		7.11 Infor. Verificación / Cod.Exoneración	
		--/--/----		SMLU6254708A		0		1440		/	
7.12 Cantidad Bultos		7.13. Clase		7.14 Peso Neto Kilos		7.15 Peso Bruto Kilos		7.16 Cantidad Unidad FÁ-sica Unidad		7.17 Cantidad Unidad Equiv./Prod. Unidad	
1,440		CAJ		19,584.00		21,940.00		19584 - KG			
7.19 Subpartida Nacional DV		7.20 Tipo		7.21 Subpartida Naladisa/Nabandina DV		7.22 TM		7.23 TPI		7.24 TPN	
09.10.11.00.00				/		0		0		0	
7.25 Cod. Lib.		7.26 País Origen		7.27 País Adq/Dest.		7.28 Reg. Apl.					
0						13					
7.29 FOB Moneda Transacción Código		7.30 FOB US\$		7.31 Flete US\$		7.32 Seguro US\$		7.33 Ajuste Valor US\$		7.34 Valor Aduana US\$	
0 -		26590		0		0				26,590	
7.35 Descripción Mercancías		1. JENGIBRE FRESCO ORGANICO EN CAJAS									
		2. JENGIBRE FRESCO ORGANICO EN CAJAS									
		3. JENGIBRE FRESCO ORGANICO EN CAJAS									
		4. JENGIBRE FRESCO ORGANICO EN CAJAS									
		5. JENGIBRE FRESCO ORGANICO EN CAJAS									

JCH Organic S.A.C

40 - DUA PROV. DE EXPORTACION					
Aduana		CÃ³digo		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)	
MARITIMA DEL CALLAO		118		2 REGISTRO DE ADUANA	
NÃº Orden	DestinaciÃ³n	Modalidad	Tipo Despacho	NÃº DUA Prov.	NÃº DeclaraciÃ³n: 408467
406778	40	1	NORMAL	2020-408467	Fecha NumeraciÃ³n: 20/08/2020
1 IDENTIFICACION	1.1 Importador/Exportador				Sujeto a: VERDE
	JCH ORGANIC SOCIEDAD ANÃ³NIMA CERRADA				
1.2 CÃ³digo y Documento de IdentificaciÃ³n		1.3 DirecciÃ³n de Importador/Exportador		1.4 Cod.Ubi.Geo.	
4 - 20606088141		JR. 24 DE SETIEMBRE NRO. E-04 APV. LOS CEDROS JUNIN - CHANCHAMAYO - PICHANAQUI			
3 TRANSPORTE	3.1 Empresa Transporte CÃ³digo		3.2 NÃº Manifiesto	3.3 VÃ­a Transporte CÃ³digo	
	IAN TAYLOR Y CIA S.A.C. - 3406		2020 - 1811	1 - MARITIMO	
3.4 Fecha Termino Desc/Embar		3.5 Empresa Transporte (T/R) CÃ³digo	3.6 Unidad Transporte (T/R)	3.7 Aduana D/S CÃ³digo	
		-			
4 ALMACEN	4.1 DepÃ³sito Temporal CÃ³digo		4.2 DepÃ³sito A.Autorizado CÃ³digo		4.3 Plazo Solidtado
	- 4004		-		0
5 TRANSACCION	5.1 Entidad Financiera CÃ³digo			5.2 Modalidad CÃ³digo	
	-			OTRAS(ESPECIFIQUE) - 7	
6 VALOR ADUANA	6.1 Valor Clausula de Venta	6.2 ComisiÃ³n Exterior(Referencial)	6.3 Otros Gastos Deducibles	6.4 Total Ajustes	6.5 Valor Neto de Entrega(FOB)
	32400	0	2800	0	29600
8 DECLARANTE	8.1 Declarante (Tipo - Nro. de documento - RazÃ³n Social)				
	RUC 20480864469 - DESPACHOS ADUANEROS CHAVIMOCHIC SAC				
OTROS DATOS DILIGENCIA	Total Peso Neto	Total Peso Bruto	Total Bultos	Total U.FÃ¡sicas	Total U.Comercial.
	19584.0	22090.0	1440.0	19584.0	1440.0

DECLARACION : 118-2020-40-408467-00											
Aduana		Código		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A1)				2		REGISTRO DE ADUANA	
MARITIMA DEL CALLAO		118									
N° Orden		Destinación		Modalidad		Tipo Despacho		N° Orden de Embarque		N° Declaración: 408467	
406778		40		1		NORMAL		2020-408467		Fecha Numeración: 20/08/2020	
1	IDENTIFICACION	1.1 Importador/Exportador								Sujeto a: VERDE	
		JCH ORGANIC SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA									
1.2 Código y Documento de Identificación				1.3 Dirección de Importador/Exportador				1.4 Cod.Ubi.Geo.			
4 - 20606088141				JR. 24 DE SETIEMBRE NRO. E-04 APV. LOS CEDROS JUNIN - CHANCHAMAYO - PICHANAQUT							
7	DECLARACION DE MERCANCIAS	7.1 N° Serie/Total		7.2 Items Ejemplar B		7.3 N°mero Declaración Precedente Serie		7.4 N° Certificado Reposición Item		7.5 Cod.Apl.Ultr.	
		1									
7.6 Puerto de Embarque Código		7.7 Fecha Emb.		7.8 Documento Transporte Detalle		7.9 N° Certificado Origen Fecha		7.10 Cant. Unidad Comercial		7.11 Infor. Verificación / Cod.Exoneración	
		--/--/----		COSU6273350160		0		1440		/	
7.12 Cantidad Bultos		7.13. Clase	7.14 Peso Neto Kilos	7.15 Peso Bruto Kilos		7.16 Cantidad Unidad FÁ-sica Unidad		7.17 Cantidad Unidad Equiv./Prod. Unidad		7.18 Item CIP	
1,440		CAJ	19,584.00	22,090.00		19584 - KG					
7.19 Subpartida Nacional DV	7.20 Tipo	7.21 Subpartida Naladisa/Nabandina DV		7.22 TM	7.23 TPI	7.24 TPN	7.25 Cod. Lib.	7.26 País Origen	7.27 País Adq/Dest.	7.28 Reg. Apl.	
09.10.11.00.00		/		0	0	0	0			13	
7.29 FOB Moneda Transacción Código		7.30 FOB US\$		7.31 Flete US\$		7.32 Seguro US\$		7.33 Ajuste Valor US\$		7.34 Valor Aduana US\$	
0 -		29600		0		0				29,600	
7.35 Descripción Mercancías	1. JENGIBRE ORGANICO FRESCO EN CAJAS										
	2. JENGIBRE ORGANICO FRESCO EN CAJAS										
	3. JENGIBRE ORGANICO FRESCO EN CAJAS										
	4. JENGIBRE ORGANICO FRESCO EN CAJAS										
	5. JENGIBRE ORGANICO FRESCO EN CAJAS										

La Campiña Perú S.A.C

40 - DUA PROV. DE EXPORTACION						
Aduana		CÃ³digo		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)		
MARITIMA DEL CALLAO		118		2 REGISTRO DE ADUANA		
NÃº Orden	DestinaciÃ³n	Modalidad	Tipo Despacho	NÃº DUA Prov.	NÃº DeclaraciÃ³n: 401772	
406203	40	1	NORMAL	2020-401772	Fecha NumeraciÃ³n: 05/08/2020	
1 IDENTIFICACION		1.1 Importador/Exportador			Sujeto a: VERDE	
		LA CAMPIÑA PERU S.A.C.				
1.2 CÃ³digo y Documento de IdentificaciÃ³n		1.3 DirecciÃ³n de Importador/Exportador		1.4 Cod.Ubi.Geo.		
4 - 20568617267		JR. LAS FLORES VILLA CAPIRI ,RIO NEGRO,SATIPO,JUNIN				
3 TRANSPORTE		3.1 Empresa Transporte CÃ³digo		3.2 NÃº Manifesto	3.3 VÃ­a Transporte CÃ³digo	
		IAN TAYLOR Y CIA S.A.C. - 3406		2020 - 1655	1 - MARITIMO	
3.4 Fecha Termin Desc/Embar		3.5 Empresa Transporte (T/R) CÃ³digo		3.6 Unidad Transporte (T/R)		
		-				
3.7 Aduana D/S CÃ³digo		4.1 DepÃ³sito Temporal CÃ³digo		4.2 DepÃ³sito A.Autorizado CÃ³digo		
		- 3014		-		
4.3 Plazo Solicitado		5.1 Entidad Financiera CÃ³digo		5.2 Modalidad CÃ³digo		
0		-		PAGO AL CONTADO - 1		
6 VALOR ADUANA		6.1 Valor Clausula de Venta	6.2 ComisiÃ³n Exterior(Referencial)	6.3 Otros Gastos Deducibles	6.4 Total Ajustes	6.5 Valor Neto de Entrega(FOB)
		37440	0	0	0	37440
8 DECLARANTE		8.1 Declarante (Tipo - Nro. de documento - RazÃ³n Social)				
		RUC 20480864469 - DESPACHOS ADUANEROS CHAVIMOCHIC SAC				
OTROS DATOS DILIGENCIA		Total Peso Neto	Total Peso Bruto	Total Bultos	Total U.FÃ¡sicas	Total U.Comercial.
		19584.0	21850.0	1440.0	19584.0	1440.0

DECLARACION : 118-2020-40-401772-00											
Aduana		Código		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A1)				2		REGISTRO DE ADUANA	
MARITIMA DEL CALLAO		118									
N° Orden		Destinación		Modalidad		Tipo Despacho		N° Orden de Embarque		N° Declaración: 401772	
406203		40		1		NORMAL		2020-401772		Fecha Numeración: 05/08/2020	
1 IDENTIFICACION		1.1 Importador/Exportador								Sujeto a: VERDE	
		LA CAMPÑA PERU S.A.C.									
1.2 Código y Documento de Identificación				1.3 Dirección de Importador/Exportador				1.4 Cod.Ubi.Geo.			
4 - 20568617267				JR. LAS FLORES VILLA CAPIRI ,RIO NEGRO,SATIPO,JUNIN							
7 DECLARACION DE MERCANCIAS		7.1 N° Serie/Total		7.2 Items Ejemplar B		7.3 N° Declaración Precedente Serie		7.4 N° Certificado Reposición Item		7.5 Cod.Apl.Ultr.	
		1									
7.6 Puerto de Embarque Código		7.7 Fecha Emb.		7.8 Documento Transporte Detalle		7.9 N° Certificado Origen Fecha		7.10 Cant. Unidad Comercial		7.11 Infor. Verificación / Cod.Exoneración	
		--/--/----		SEAU911024668		0		1440		/	
7.12 Cantidad Bultos		7.13. Clase		7.14 Peso Neto Kilos		7.15 Peso Bruto Kilos		7.16 Cantidad Unidad Física Unidad		7.17 Cantidad Unidad Equiv./Prod. Unidad	
1,440		CAJ		19,584.00		21,850.00		19584 - KG			
7.19 Subpartida Nacional DV		7.20 Tipo		7.21 Subpartida Naladisa/Nabandina DV		7.22 TM		7.23 TPI		7.24 TPN	
09.10.11.00.00				/		0		0		0	
7.25 Cod. Lib.		7.26 Países Origen		7.27 Países Adq/Dest.		7.28 Reg. Apl.					
0						13					
7.29 FOB Moneda Transacción Código		7.30 FOB US\$		7.31 Flete US\$		7.32 Seguro US\$		7.33 Ajuste Valor US\$		7.34 Valor Aduana US\$	
0 -		37440		0		0				37,440	
7.35 Descripción Mercancías		1. JENGIBRE FRESCA EN CAJAS									
		2. JENGIBRE FRESCA EN CAJAS									
		3. JENGIBRE FRESCA EN CAJAS									
		4. JENGIBRE FRESCA EN CAJAS									
		5. JENGIBRE FRESCA EN CAJAS									

Nativa Organics S.A.C

40 - DUA PROV. DE EXPORTACION						
Aduana		Código		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)		
MARITIMA DEL CALLAO		118		2 REGISTRO DE ADUANA		
Nº Orden	Destinación	Modalidad	Tipo Despacho	Nº DUA Prov.	Nº Declaración: 404530	
406448	40	1	NORMAL	2020-404530	Fecha Numeración: 11/08/2020	
1 IDENTIFICACION		1.1 Importador/Exportador			Sujeto a: VERDE	
		NATIVA ORGANICS S.A.C.				
1.2 Código y Documento de Identificación		1.3 Dirección de Importador/Exportador		1.4 Cod.Ubi.Geo.		
4 - 20601225566		JR. JOAQUIN OLMEDO 262 URB. BREÑA ,BREÑA,LIMA,LIMA				
3 TRANSPORTE		3.1 Empresa Transporte Código		3.2 Nº Manifiesto	3.3 Vía Transporte Código	
		MEDITERRANEAN SHIPPING CO.PERU S.A.C. - 3402		2020 - 1699	1 - MARITIMO	
3.4 Fecha Termino Desc/Embar		3.5 Empresa Transporte (T/R) Código	3.6 Unidad Transporte (T/R)		3.7 Aduana D/S Código	
		-				
4 ALMACEN		4.1 Depósito Temporal Código	4.2 Depósito A.Autorizado Código		4.3 Plazo Solicitado	
		- 3014	-		0	
5 TRANSACCION		5.1 Entidad Financiera Código		5.2 Modalidad Código		
		-		OTRAS(ESPECIFIQUE) - 7		
6 VALOR ADUANA		6.1 Valor Clausula de Venta	6.2 Comisión Exterior(Referencial)	6.3 Otros Gastos Deducibles	6.4 Total Ajustes	6.5 Valor Neto de Entrega(FOB)
		30960	0	4100	0	26860
8 DECLARANTE		8.1 Declarante (Tipo - Nro. de documento - Razón Social)				
		RUC 20480864469 - DESPACHOS ADUANEROS CHAVIMOCHIC SAC				
OTROS DATOS DILIGENCIA		Total Peso Neto	Total Peso Bruto	Total Bultos	Total U.Fásicas	Total U.Comercial.
		19584.0	22090.0	1440.0	19584.0	1440.0

Aduana		Código		DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A1)			2		REGISTRO DE ADUANA		
MARITIMA DEL CALLAO		118									
N° Orden		Destinación		Modalidad		Tipo Despacho		N° Orden de Embarque		N° Declaración: 404530	
406448		40		1		NORMAL		2020-404530		Fecha Numeración: 11/08/2020	
1 IDENTIFICACION		1.1 Importador/Exportador								Sujeto a: VERDE	
		NATIVA ORGANICS S.A.C.									
1.2 Código y Documento de Identificación				1.3 Dirección de Importador/Exportador				1.4 Cod.Ubi.Geo.			
4 - 20601225566				JR. JOAQUIN OLMEDO 262 URB. BREÑA ,BREÑA,LIMA,LIMA							
7 DECLARACION DE MERCANCIAS		7.1 N° Serie/Total		7.2 Items Ejemplar B		7.3 N° Declaración Precedente Serie		7.4 N° Certificado Reposición Item		7.5 Cod.Apl.Ultr.	
		1									
7.6 Puerto de Embarque Código		7.7 Fecha Emb.		7.8 Documento Transporte Detalle		7.9 N° Certificado Origen Fecha		7.10 Cant. Unidad Comercial		7.11 Infor. Verificación / Cod.Exoneración	
		--/--/----		MEDUL2786506		0		1440		/	
7.12 Cantidad Bultos		7.13. Clase		7.14 Peso Neto Kilos		7.15 Peso Bruto Kilos		7.16 Cantidad Unidad FÁ-sica Unidad		7.17 Cantidad Unidad Equiv./Prod. Unidad	
1,440		CAJ		19,584.00		22,090.00		19584 - KG			
7.19 Subpartida Nacional DV		7.20 Tipo		7.21 Subpartida Naladisa/Nabandina DV		7.22 TM		7.23 TPI		7.24 TPN	
09.10.11.00.00				/		0		0		0	
7.25 Cod. Lib.		7.26 País Origen		7.27 País Adq/Dest.		7.28 Reg. Apl.					
										13	
7.29 FOB Moneda Transacción Código		7.30 FOB US\$		7.31 Flete US\$		7.32 Seguro US\$		7.33 Ajuste Valor US\$		7.34 Valor Aduana US\$	
0 -		26860		0		0				26,860	
7.35 Descripción Mercancías		1. JENGIBRE ORGANICO EN CAJAS									
		2. JENGIBRE ORGANICO EN CAJAS									
		3. JENGIBRE ORGANICO EN CAJAS									
		4. JENGIBRE ORGANICO EN CAJAS									
		5. JENGIBRE ORGANICO EN CAJAS									

Apéndice H. Hoja de vida de los expertos

Experto 1

Blas Vitancio Rojas

Email: blas.vitancio@gmail.com

Contacto: +51 990 662 904

Experiencia profesional:

Marine Consultants SAC

Enero 2021 – actualidad

Auditor GLOBALG.A.P. IFA FV 5.4-1-GFS.

Auditor en módulos adicionales a GG IFA FV (Add-on) GRASP, FSMA-PSR, COSTCO, ALBERT HEIJN.

Acerta Certificación, S.L.

Marzo 2019 – diciembre 2020

Auditor GLOBALG.A.P. IFA FV 5.3-GFS.

Auditor en módulos adicionales a GG IFA FV (Add-on) GRASP, FSMA-PSR, COSTCO, ALBERT HEIJN.

Bio Latina S.A.C

Mayo 2012 – enero 2019

Coordinador de certificaciones

Inspector orgánico (Perú, JAS, NOP-USDA y CEE)

Auditor GLOBALG.A.P. (QMS opción 2 y opción 1) y UTZ

Educación

Universidad Nacional Agraria La Molina

Ingeniero Agrónomo

Cursos

Experto en directrices para la auditoría de sistemas de gestión ISO 19011:2018

24 al 30 de setiembre de 2021

Dictado por Universidad Politécnica de Cataluña

Agroecología, transición hacia sistemas alimentarios sostenibles

01 al 09 de diciembre de 2021

Dictado por Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

Developing and Implementing HACCP Plans Course – International HACCP Alliance.

23 al 24 de febrero de 2021

Dictado por SM&R Training & Consulting

PSA Grower Training Course

21 de setiembre de 2019

Dictado por Produce Safety Alliance

Formación de Auditor Líder en Sistemas de Gestión de Calidad ISO 9001.2015

29, 30 de noviembre y 01, 02, 03 diciembre 2017

Dictado por SUDESCO.

Experto 2***Miguel Ángel Capuñay Reátegui***

Contacto: +51 951 087 458

Experiencia profesional:

Consultor en Negocios Internacionales

Asesor Legal en Los Olivos SAC

Asesor Legal en RAMSEY SA

Consultor para Adex, Promperú, MINCETUR, ESAN, Málaga Web & Asociados y CONAFU.

Docente a nivel posgrado en Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo de Chiclayo, Universidad Señor de Sipán de Chiclayo, Universidad Nacional de Trujillo y Universidad Ricardo Palma.

Educación

Estudios Doctorales en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Cataluña.

Master of Laws por la Universidad Estatal de Kiev “T.G. Shevchenko”

Maestría en Derecho Empresarial por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Segunda especialización en Comercio Exterior por Adex

Título profesional de Abogado por la UNMSM

Cursos

Herramientas para analistas de inteligencia de mercados internacionales.

Herramientas de inteligencia comercial para oportunidades de exportación e importación.

Proceso de internacionalización de las empresas, retos y oportunidades “ADN ADUANERO”.

Apéndice I. Solicitud de entrevista y carta de presentación

Solicitud de entrevista.



SOLICITUD DE ENTREVISTA

Yo Patricia Huaman Torres, bachiller de la carrera profesional de Administración y Negocios Internacionales, me presento y expongo:

He elegido el tema de investigación para la elaboración de una tesis, sobre el estudio “Capacidad exportadora y su aporte a la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022” el cual conduce a la obtención del título profesional. En tal sentido, y por ser parte relevante de la realidad social y económica de nuestra localidad, pido a su representada de cada área facilitar una entrevista presencial a fin de documentar y comprender la realidad de la empresas en mención y sus capacidades exportadoras; los datos serán tratados con total confidencialidad siguiendo un protocolo de consentimiento informado y solo con fines académicos; al finalizar la investigación, es mi compromiso poder facilitar recomendaciones y sugerencias de acuerdo a los análisis que se dará en la entrevista. La entrevista será anticipada una semana antes junto con la entrega de las preguntas, para acordar la hora de la entrevista.

Adjunto la guía de categorías semiestructurada que se espera será respondida el día de la entrevista.

Capacidades	Categorías	Técnicas
Capacidad de gestión administrativa	Administración Organización Satisfacción del cliente	Entrevista Cuestionario Revisión documentaria (capacitaciones, manuales, etc.) Observación directa (oficina administrativa)
Capacidad de gestión de los mercados internacionales y logística exportadora	Investigación y desarrollo de mercados. Canales de distribución Logística exportadora	Entrevista Cuestionario Revisión documentaria (normas técnicas) Observación directa
Capacidad de gestión económica y financiera	Costos y presupuestos Financiamiento a la exportación	Entrevista Cuestionario
Capacidad de gestión productiva logística	Producción Sistema de gestión medioambiental	Entrevista Revisión documentaria (Procedimiento y registros) Observación directa (Fotos de la planta de proceso)
Oferta exportable	Disponibilidad del producto Capacidad de gestión Capacidad económica y financiera	Cuestionario

Atentamente,



Patricia Huamán Torres



Asesor

Ma. Pedro B. Venegas Rodríguez

Carta de presentación.

JCH Organic S.A.C



Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional

Huancayo, 28 de setiembre de 2022

CARTA N° 01 - 2022 _ Coordinación de Investigación FCE-UC

Señor: Jorge E. Chang Palacios

Gerente de JCH Organic S.A.C

Presente. _

Es grato dirigirse la presente para saludarlo cordialmente; asimismo, presentarle a la egresada:

N°	Egresada
01	Patricia Huamán Torres

La egresada en mención tiene el propósito de realizar un trabajo de investigación, esto servirá para el desarrollo de la tesis bajo el título: "Capacidad exportadora y su aporte a la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022"

En tal sentido, solicito a usted con la generosidad que la caracteriza, se sirva brindar las facilidades que estime pertinente para que pueda desarrollar su investigación; pues confiamos que el trabajo desarrollado será de uso exclusivo académico y con reserva confidencial.

Sin otro en particular, le agradezco su gentil colaboración.

Atentamente,


 Ma. Pedro Bermejo Venegas Rodríguez
 Coordinador de Investigación para la FCE-UC

Arequipa
 Av. Los Incas B/N,
 José Luis Bustamante y Rivero
 (054) 412 000

Calle Alfonso Ugarte 607, Yanahuasi
 (054) 412 000

Huancayo
 Av. San Carlos 1080
 (014) 401 400

Cusco
 Uto, Manuel Prado - Loto B, N°7 Av. Collasuyo
 (084) 480 070

Sector Argallura KM. 10,
 carretera San Jerónimo - Saylla
 (084) 480 070

Umo
 Av. Alfredo Mendelso 520, Los Olivos
 (08) 283 2700

J. Junín 355, Vicalanca
 (08) 283 2700

Elisur Organic S.A.C



Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional

Huancayo, 28 de setiembre de 2022

CARTA N° 02 - 2022 _ Coordinación de Investigación FCE-UC

Señor: Kristel S. Camargo Paredes

Gerente de Elisur Organic S.A.C

Presente. _

Es grato dirigirle la presente para saludarlo cordialmente;asimismo, presentarle a la egresada:

N°	Egresada
01	Patricia Huamán Torres

La egresada en mención tiene el propósito de realizar un trabajo de investigación, esto servirá para el desarrollo de la tesis bajo el título: "Capacidad exportadora y su aporte a la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022"

En tal sentido, solicito a usted con la generosidad que la caracteriza, se sirva brindar las facilidades que estime pertinente para que pueda desarrollar su investigación; pues confiamos que el trabajo desarrollado será de uso exclusivo académico y con reserva confidencial.

Sin otro en particular, le agradezco su gentil colaboración.

Atentamente,

Ma. Pedro Berantes Venegas Rodríguez
Coordinador de Investigación para la FCE-UC

Arequipa

Av. Los Incas 570,
José Luis Bustamante y Rivero
(054) 412 030

Calle Alfonso Ugarte 607, Yanahuara
(054) 412 030

Huancayo

Av. San Carlos 1680
(094) 488 430

Cusco

Urb. Miraflores Prado - Loto B, N°7 Av. Collasuyo
(084) 480 070

Sector Argentinista KM. 10,
carretera San Jerónimo - Saylla
(084) 480 070

Lima

Av. Alfredo Mendola 520, Los Olivos
(01) 213 2790

J. Junín 355, Miraflores
(01) 213 2790

La Campaña Perú S.A.C



Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional

Huancayo, 20 de octubre de 2022

CARTA N° 03 - 2022 _ Coordinación de Investigación FCE-UC

Señor: Gilberto Grober Galindo Chacón

Gerente de La Campaña Perú S.A.C

Presente. _

Es grato dirigirle la presente para saludarlo cordialmente; asimismo, presentarle a la egresada:

N°	Egresada
01	Patricia Huamán Torres

La egresada en mención tiene el propósito de realizar un trabajo de investigación, esto servirá para el desarrollo de la tesis bajo el título: "Capacidad exportadora y su aporte a la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022"

En tal sentido, solicito a usted con la generosidad que la caracteriza, se sirva brindar las facilidades que estime pertinente para que pueda desarrollar su investigación; pues confiamos que el trabajo desarrollado será de uso exclusivo académico y con reserva confidencial.

Sin otro en particular, le agradezco su gentil colaboración.

Atentamente,


 Ma. Pedro Bernabé Venegas Rodríguez
 Coordinador de Investigación para la FCE-UC

Arequipa

Av. Los Incas B/N,
 2060 San Buenaventura y Rivera
 (054) 412 030

Calle Alfonso Ugarte 607, Yanahuara
 (054) 412 030

Huancayo

Av. San Carlos 1080
 (0104) 408 400

Cusco

Uco, Manuel Prado - Loto B, N°7 Av. Collasuyo
 (084) 480 070

Sector Argonauta KM. 10,
 carretera San Jerónimo - Saylla
 (084) 480 070

Umas

Av. Alfredo Mendelso 520, Los Olivos
 (08) 283 2700

J. Junín 355, Miraflores
 (08) 283 2700

Nativa Organics S.A.C



Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional

Huancayo, 4 de noviembre de 2022

CARTA N° 04 - 2022 _ Coordinación de Investigación FCE-UC

Señor: Richard Aldo Ramírez Yance

Gerente de Nativa Organics S.A.C

Presente. _

Es grato dirigirle la presente para saludarlo cordialmente; asimismo, presentarle a la egresada:

N°	Egresada
01	Patricia Huamán Torres

La egresada en mención tiene el propósito de realizar un trabajo de investigación, esto servirá para el desarrollo de la tesis bajo el título: "Capacidad exportadora y su aporte a la oferta de empresas exportadoras de jengibre de la región Junín 2020-2022"

En tal sentido, solicito a usted con la generosidad que la caracteriza, se sirva brindar las facilidades que estime pertinente para que pueda desarrollar su investigación; pues confiamos que el trabajo desarrollado será de uso exclusivo académico y con reserva confidencial.

Sin otro en particular, le agradezco su gentil colaboración.

Atentamente,


 Ma. Pedro Bernabé Venegas Rodríguez
 Coordinador de Investigación para la FCE-UC

Arequipa

Av. Los Incas S/N,
 José Luis Bustamante y Rivero
 (054) 402 000

Calle Alfonso Ugarte 607, Yanahuara
 (054) 402 000

Huancayo

Av. San Carlos 1680
 (014) 401 400

Cusco

Uco, Manuel Pardo - Lota B, N°7 Av. Collasuyo
 (084) 880 070

Sector Argemosa KM. 10,
 carretera San Jerónimo - Saylla
 (084) 880 070

Uta

Av. Alfredo Mendelola 520, Los Olivos
 (01) 203 2700

J. Junín 356, Miraflores
 (01) 203 2700

Apéndice J. Ficha de validación de experto



Universidad
Continental

Informe de opinión de expertos del instrumento de investigación

Apellidos y Nombres del Evaluador: Daniela Luciana Chang Palacios

Cargo del evaluador: Gerente General

Institución donde labora: Agroexportaciones Quipatsi S.A.C

N°	Criterio de evaluación	SI	NO
1.	Los ítems del instrumento de recolección de datos reflejan el contenido temático.	X	
2.	Los ítems están de acuerdo a las categorías y subcategorías planteados en la matriz de categorización.	X	
3.	Los ítems del instrumento permiten recoger información de acuerdo a los propósitos planteados.	X	
4.	El instrumento tiene estructura lógica.	X	
5.	Los ítems tienen una buena redacción.	X	
6.	Existe relación entre la subcategoría y la categoría de estudio.	X	
7.	Los ítems son suficientes.	X	

Sugerencia del experto:

En consecuencia, el instrumento puede ser aplicado.

Fecha: 23, de Setiembre de 2024

AGROEXPORTACIONES QUPATSI S.A.C.
Daniela Chang Palacios
DANIELA LUCIANA CHANG PALACIOS
GERENTE GENERAL

Firma y sello de experto

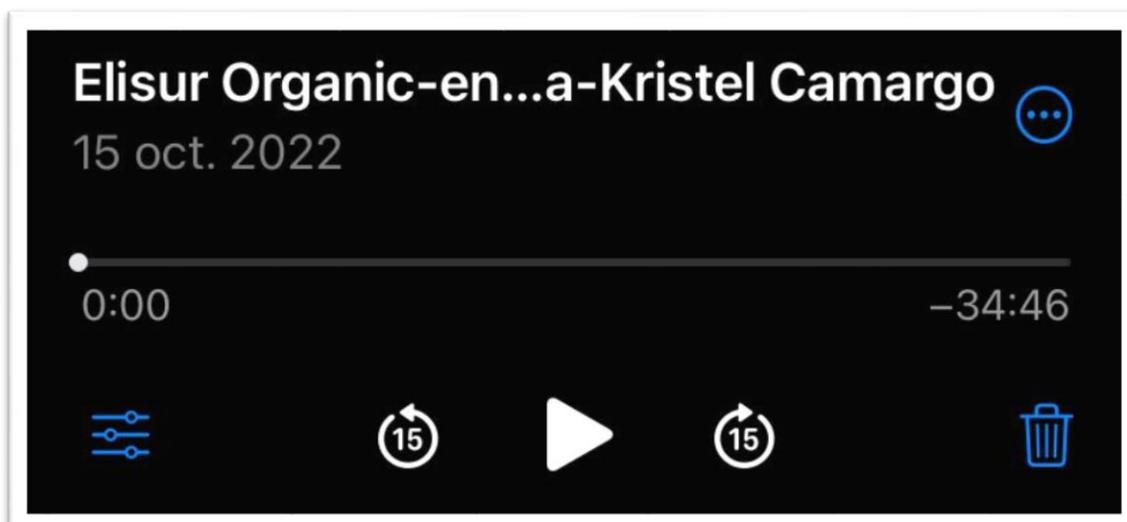
Apéndice K. Evidencia fotográfica de la investigación

Elisur Organic S.A.C

Oficina administrativa

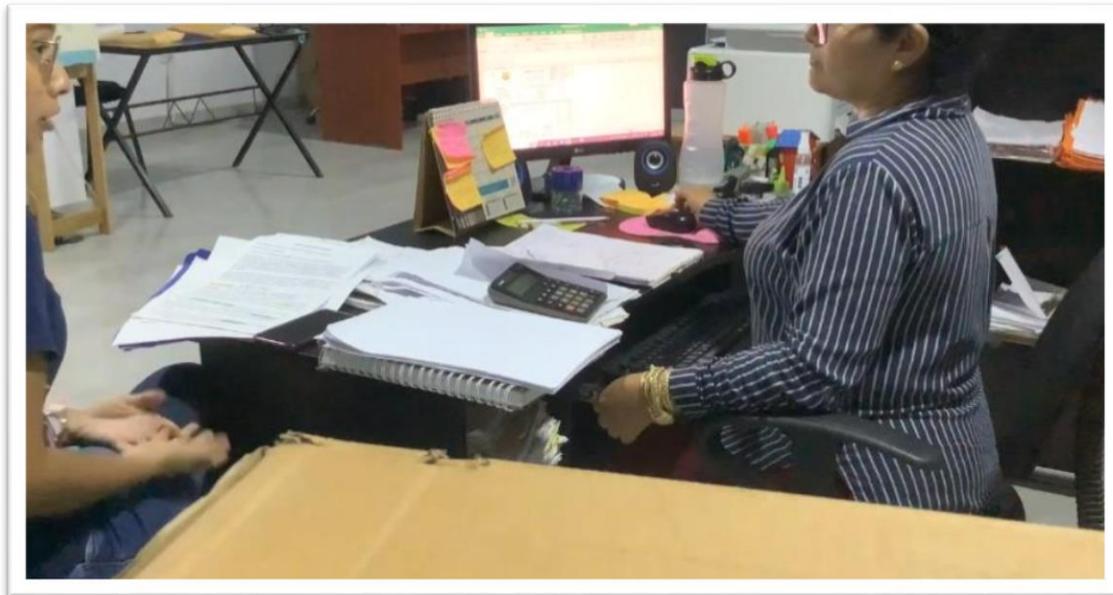


Captura del audio de la entrevista



JCH Organic S.A.C

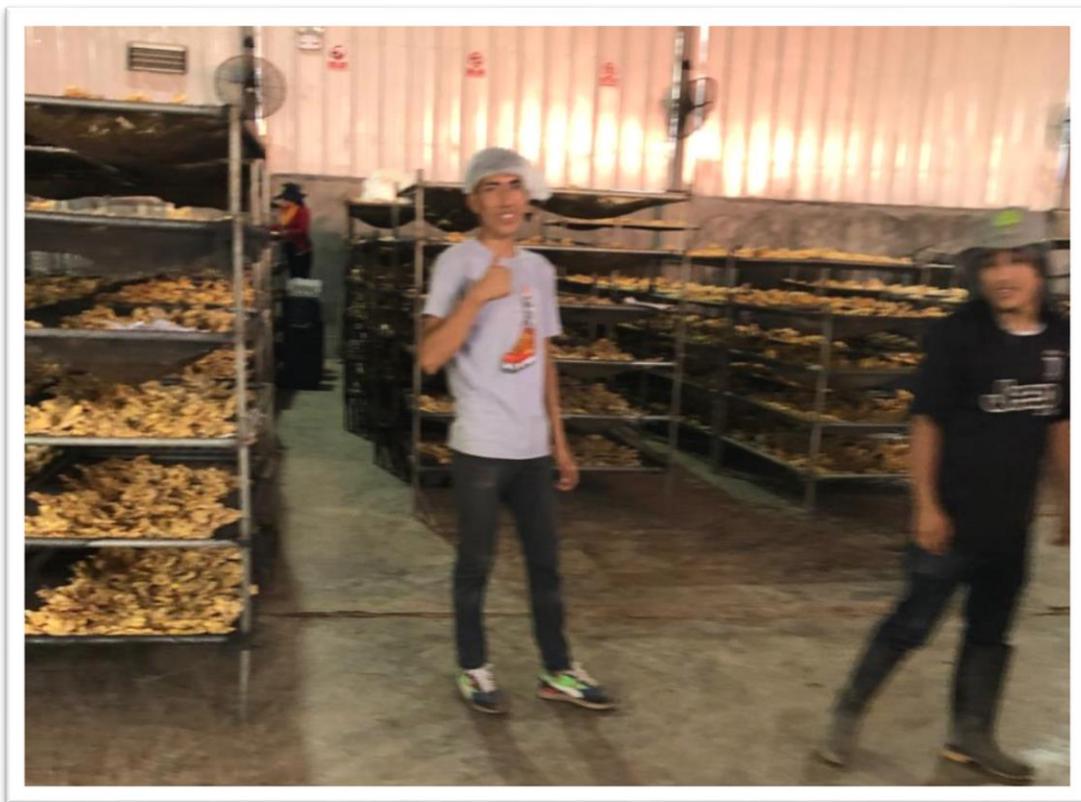
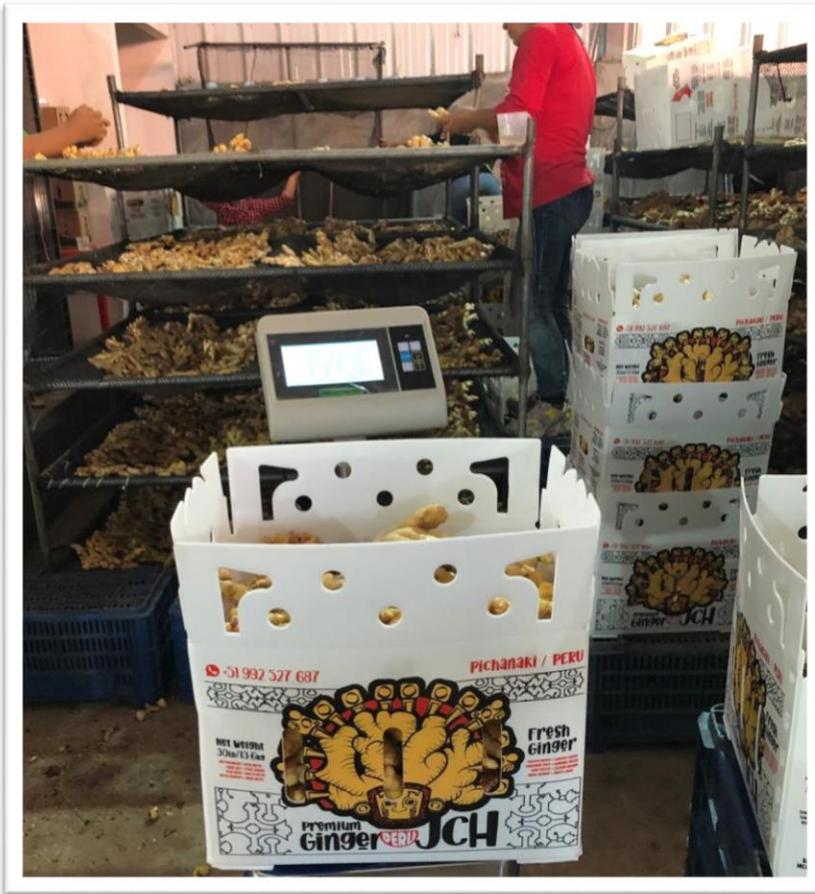
Oficina administrativa



Planta de proceso

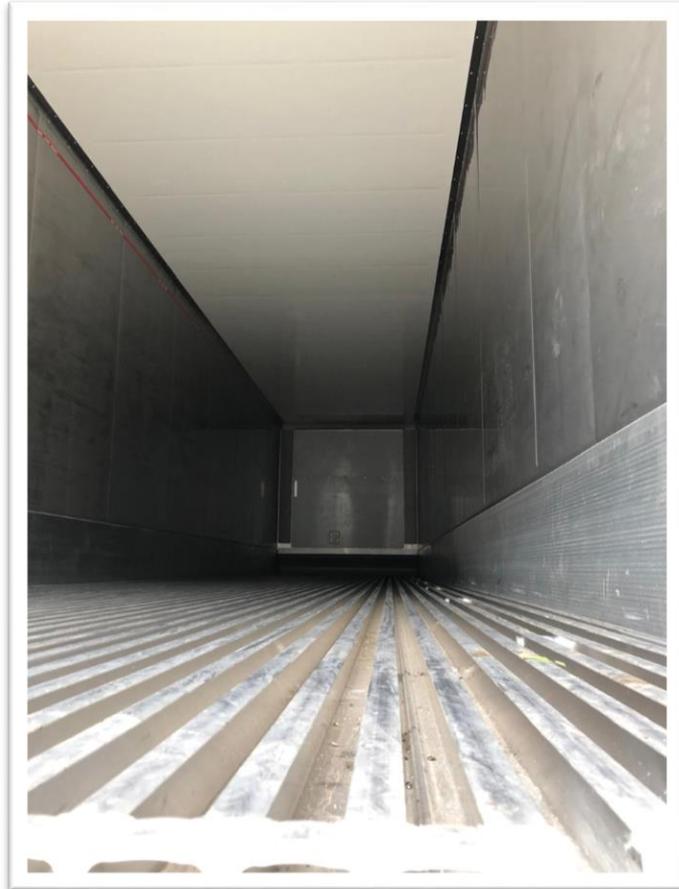






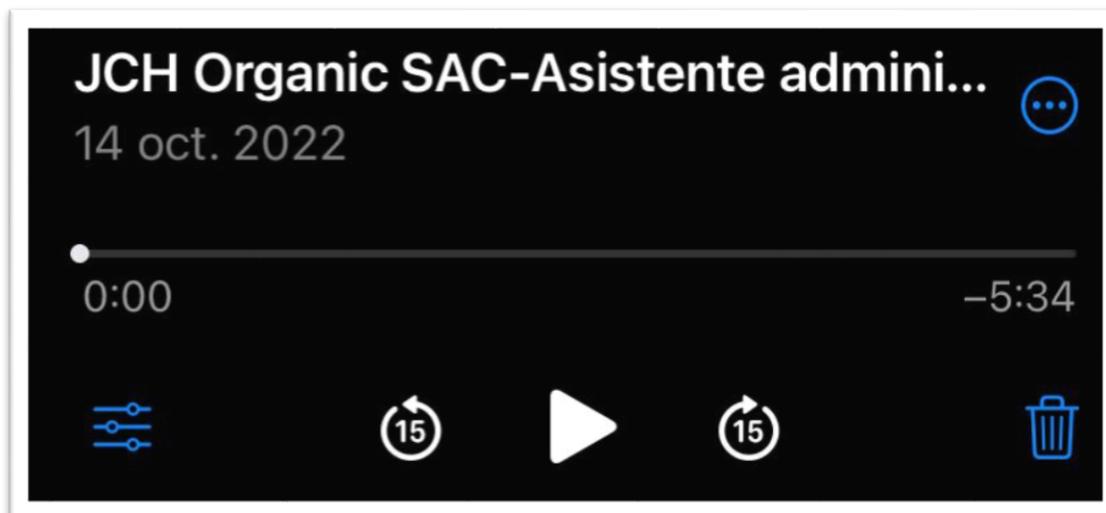






Captura del audio de la entrevista

Captura de audio de la encargada del área administrativa.



Captura de audio del Gerente General.



La Campiña Perú S.A.C

Planta de proceso de producción



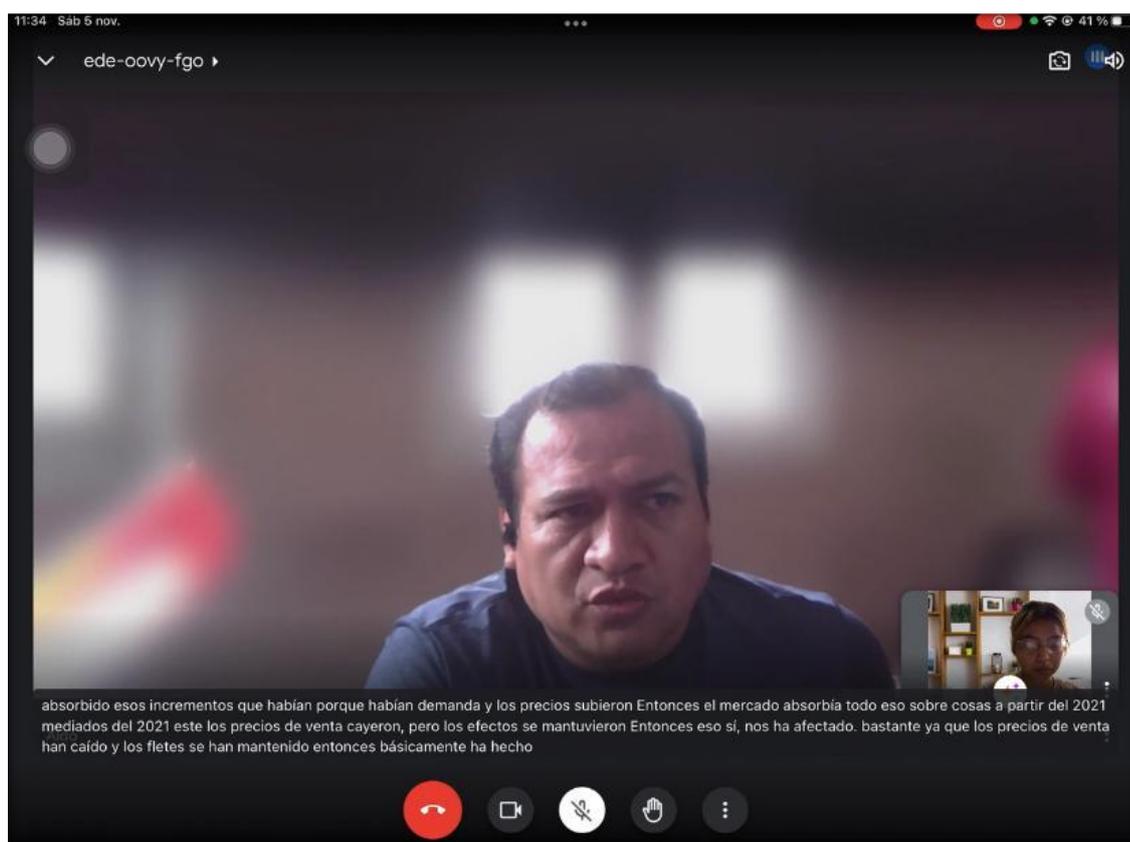


Audio de entrevista del Gerente General.



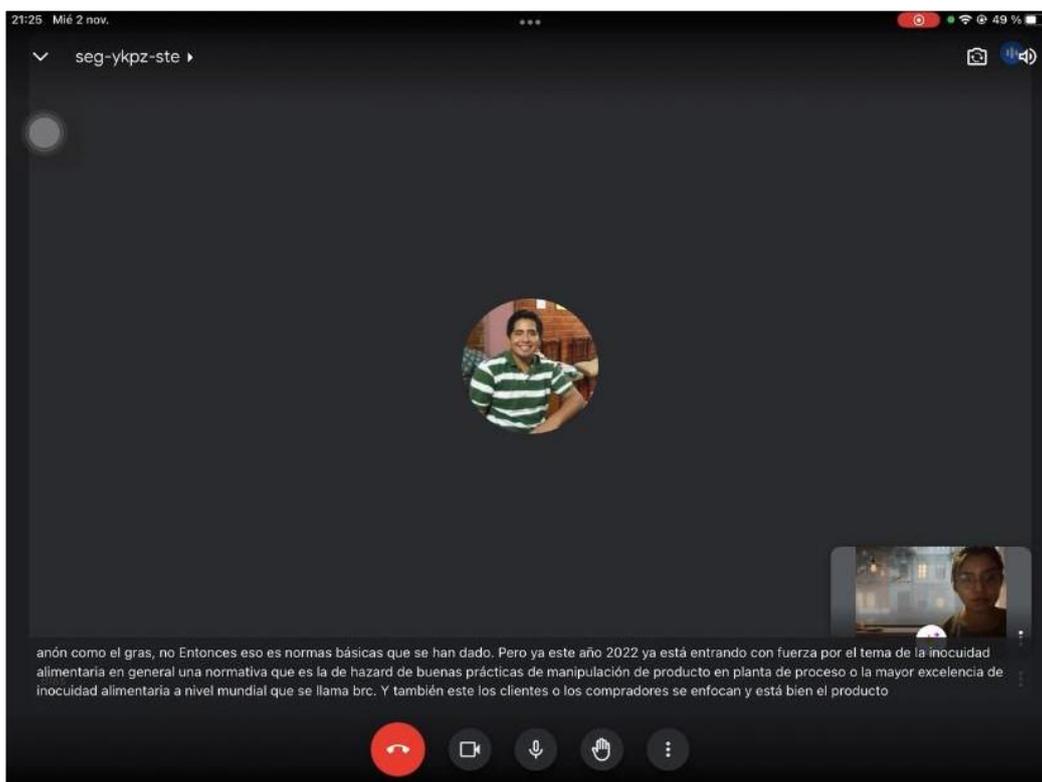
Nativa Organics S.A.C

Captura de pantalla de la entrevista virtual.



Evidencia de entrevista a los expertos.

Captura de pantalla de la entrevista virtual del primer experto.



Captura de pantalla de la entrevista virtual del segundo experto.

