



FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

**LA CAPACIDAD EXPORTADORA Y SU RELACIÓN CON
EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS
EXPORTADORAS DE JENGIBRE EN LAS PROVINCIAS
DE SATIPO Y CHANCHAMAYO EN EL AÑO 2020**

PRESENTADA POR
GERARDO MANUEL OSEJO BURGA
DAYSI RUTH SANTA CRUZ MEDINA
ASESORA
CORINA CRISTINA CLAUDET CARRANZA

TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

LIMA – PERÚ

2022



**Reconocimiento - Compartir igual
CC BY-SA**

El autor permite a otros transformar (traducir, adaptar o compilar) esta obra incluso para propósitos comerciales, siempre que se reconozca la autoría y licencien las nuevas obras bajo idénticos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**LA CAPACIDAD EXPORTADORA Y SU RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO
DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE JENGIBRE EN LAS
PROVINCIAS DE SATIPO Y CHANCHAMAYO EN EL AÑO 2020**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

GERARDO MANUEL OSEJO BURGA

DAYSY RUTH SANTA CRUZ MEDINA

ASESORA:

DRA. CORINA CRISTINA CLAUDET CARRANZA

LIMA – PERÚ

2022

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	7
ABSTRACT	8
RESUMEN DEL REPORTE DE SIMILITUD	9
CONSTANCIA DE REVISIÓN ANTIPLAGIO	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I	15
MARCO TEÓRICO	15
1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.1.1 Antecedentes Nacionales	15
1.1.2 Antecedentes Internacionales	18
1.2 BASES TEÓRICAS	21
1.2.1 Capacidad exportadora	21
1.2.1.1. Capacidad productiva	22
1.2.1.2. Capacidad comercial	22
1.2.1.3. Capacidad del producto	23
1.2.2 Crecimiento Empresarial	23
1.2.2.1 Activo total neto	25
1.2.2.2 Número de empleados	25
1.2.2.3 Volumen de ventas	26
1.2.2.4 Inversión	27
1.2.3 Exportación	28
1.2.3.1 Definición	28
1.2.3.2 Tipos de Exportaciones	30
1.2.3.3 Importancia de las exportaciones	33
1.2.3.4 Proceso de exportación	35
1.2.3.5 Limitaciones en las exportaciones	36
1.2.3.6 Incoterms:	37
1.2.4 Historia y origen del jengibre	39
1.2.4.1 Aspectos generales del jengibre.	40
1.2.4.2 Tipos de jengibre	41
1.2.4.3 Usos y propiedades del Jengibre	44
1.2.4.3.1 Uso medicinal	44
1.2.4.3.2 Uso gastronómico	45

1.2.4.4	Contraindicaciones del Jengibre	46
1.2.4.5	Composición química del jengibre	47
1.2.5	Región Junín	48
1.2.5.1	Historia y origen de la región Junín	48
1.2.5.2	Localización	49
1.2.5.3	Clima	51
1.2.5.4	Población	52
1.2.5.5	Demarcación Política	53
1.2.5.6	Actividad económica	55
1.2.6	Provincia de Chanchamayo	56
1.2.6.1	Aspectos generales	56
1.2.6.2	Localización	58
1.2.6.3	Clima	59
1.2.6.4	Población	59
1.2.6.5	Actividad Económica:	60
1.2.7	Provincia de Satipo	61
1.2.7.1	Aspectos generales	61
1.2.7.2	Localización	62
1.2.7.3	Clima	64
1.2.7.4	Población	64
1.2.7.5	Actividad económica	65
	CAPÍTULO II	66
	HIPÓTESIS Y VARIABLES	66
2.1	Formulación de la hipótesis	66
2.2	Variables de investigación	66
	CAPÍTULO III	68
	METODOLOGÍA	68
3.1	Diseño Metodológico	68
3.2	Diseño Muestral	70
3.3.	Técnica de recolección de datos	72
3.4.	Técnicas estadísticas para procesamiento de información	73
3.5	Aspectos éticos	74
	CAPÍTULO IV: RESULTADOS	76
4.1	Resultados de la Investigación	76
4.1.1	Descripción de la muestra	76
4.2.2	Estadística de fiabilidad	76

4.1.2 Prueba de normalidad	77
4.2 Resultados de la Contrastación de la Hipótesis	77
4.2.1 Subtítulo derivado de la hipótesis general:	78
4.2.2 Subtítulo derivado de la hipótesis específica 1:	79
4.2.3 Subtítulo derivado de la hipótesis específica 2:	80
CAPÍTULO V	83
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	83
5.1 Discusión de resultados obtenidos	83
CONCLUSIONES	86
RECOMENDACIONES	87
REFERENCIAS	88
ANEXOS	103
Anexo I: Matriz de Consistencia	103
Anexo II: Matriz de Operacionalización de variables	105
Anexo III: Cuadro de tabulación	113
Anexo IV: Instrumento de recopilación de datos	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tipos de exportaciones.....	31
Tabla 2 Incoterms 2020.....	36
Tabla 3 Tipos de Jengibre.....	41
Tabla 4 Población censada y tasa de crecimiento promedio anual según provincia de Junín 2017.....	51
Tabla 5 Distritos de las provincias del departamento de Junín.....	53
Tabla 6 Datos de altitud, superficie y densidad poblacional.....	56
Tabla 7 Empresas exportadoras de jengibre de la región Junín año 2020.....	68
Tabla 8 Prueba de Fiabilidad.....	74
Tabla 9 Prueba de normalidad: Kolmogórov.....	75
Tabla 10 Rango de correlación de Spearman.....	76
Tabla 11 Resultados de la hipótesis general.....	76
Tabla 12 Resultados de la hipótesis específica 1.....	77
Tabla 13 Resultados de la hipótesis específica 2.....	78
Tabla 14 Resultados de la hipótesis específica 3.....	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Composición de Zingiber Officinale (jengibre).....	46
Figura 2 Mapa del departamento de Junín.....	49
Figura 3 Mapa político de la provincia de Chanchamayo.....	57
Figura 4 Ubicación geográfica de los 08 distritos que conforman la provincia de Satipo.....	62

RESUMEN

El presente trabajo de investigación describe la importancia de la capacidad exportadora para el desarrollo y crecimiento de las empresas que exportan jengibre en la región de Chanchamayo y Satipo, puesto que es de gran importancia tanto en el ámbito económico como social de la región Junín, pues representa cerca del 1,65 del PBI (Producto Interno Bruto) y genera gran cantidad de plazas de empleo.

El objetivo del estudio es determinar la relación de la capacidad exportadora con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020 por lo que se busca identificar si el conocimiento de las capacidades del producto, comercial y productiva son causas que favorecen en el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en dichas provincias. La metodología utilizada fue de diseño no experimental, de tipo aplicada y enfoque cuantitativo. Se empleó como técnica para la recolección de datos la encuesta y el instrumento fue el cuestionario, el cual se encuentra conformado por 33 preguntas de tipo cerradas, y se utilizó como valor ordinal la escala de Likert.

Se obtuvo como resultado que la variable capacidad exportadora y la variable crecimiento empresarial se relacionan de manera negativa débil (-0.267) y significativa (0.030) en las empresas exportadoras de jengibre en la localidad de Satipo y Chanchamayo en el año 2020.

Finalmente se concluye que, el presente estudio aporta en gran manera a la comunidad científica y académica, ya que ha permitido dar a conocer la relación de la capacidad exportadora con el crecimiento empresarial en las empresas exportadoras de jengibre en Satipo y Chanchamayo en el año 2020.

ABSTRACT

This research paper describes the importance of export capacity for the development and growth of companies that export ginger in the region of Chanchamayo and Satipo, since it is of great importance both in the economic and social field of the Junín region, since it represents about 1.65 of GDP (Gross Domestic Product) and generates a large number of jobs.

The objective of the study is to determine the relationship of export capacity with the growth of ginger exporting companies in the provinces of Satipo and Chanchamayo in 2020, so it seeks to identify whether knowledge of product, commercial and productive capacities are causes that favor the growth of ginger exporting companies in these provinces.

The methodology used was non-experimental, applied type and quantitative approach. The survey was used as a technique for data collection and the instrument was the questionnaire, which is made up of 33 closed questions, and the Likert scale was used as an ordinal value.

It was obtained as a result that the export capacity variable and the business growth variable are negatively related weak (-0.267) and significant (0.030) in ginger exporting companies in the town of Satipo and Chanchamayo in 2020.

Finally, it is concluded that this study contributes greatly to the scientific and academic community, since it has allowed to publicize the relationship of export capacity with business growth in ginger exporting companies in Satipo and Chanchamayo in 2020.

RESUMEN DEL REPORTE DE SIMILITUD

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS FINAL OSEJO - SANTA CRUZ - AS
ESORA CORINA CLAUDET

RECuento DE PALABRAS

22570 Words

RECuento DE CARACTERES

134060 Characters

RECuento DE PÁGINAS

115 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

17.4MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 17, 2022 3:24 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 17, 2022 3:34 PM GMT-5

● 16% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 14% Base de datos de Internet
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 10% Base de datos de trabajos entregados

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)
- Bloques de texto excluidos manualmente

Resumen

CONSTANCIA DE REVISIÓN ANTIPLAGIO



OFICINA DE GRADOS Y TÍTULOS

CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO TURNITIN

FECHA	NOMBRE DEL DOCENTE	CORREO DEL DOCENTE
17/08/2022	DRA. CORINA CRISTINA CLAUDET CARRANZA	CCLAUDET@USMP.PE

NOMBRE DE LA TESIS
LA CAPACIDAD EXPORTADORA Y SU RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE JENGIBRE EN LAS PROVINCIAS DE SATIPO Y CHANCHAMAYO EN EL AÑO 2020

NOMBRE DEL ASESORADO(A)	TELÉFONO Y CORREO	ESCUELA PROFESIONAL
1) DAYSI RUTH SANTA CRUZ MEDINA	952715587 / daysiscm@gmail.com	Administración de Negocios Internacionales
2) GERARDO MANUEL OSEJO BURGA	980731366 / gerardo.osejo.burga8@gmail.com	

RESULTADO:

16% (EXCLUYENDO CITAS Y BIBLIOGRAFÍA)

CONCLUSIÓN:

LA TESIS SE ENCUENTRA APTA PARA CONTINUAR CON EL SIGUIENTE TRÁMITE.

DRA. CORINA CRISTINA CLAUDET CARRANZA.....
NOMBRE Y FIRMA DEL ASESOR
DNI: 08721200

DAYSI RUTH SANTA CRUZ MEDINA.....
NOMBRE Y FIRMA DEL ASESORADO
DNI: 48602684

GERARDO MANUEL OSEJO BURGA.....
NOMBRE Y FIRMA DEL ASESORADO
DNI: 74649633

REVISADO POR: MG. CARLOS ANTONIO ESCUDERO CIPRIANI

INTRODUCCIÓN

La comercialización y distribución de diversos productos ha permitido que Perú se consolide dentro del mercado internacional. Debido a la fecundidad del suelo y los variados microclimas, el país produce grandes cantidades de materias primas que son exportadas a otros países como Reino Unido, Estados Unidos de Norteamérica, entre otros.

El jengibre es uno de los productos estrella dentro de la gama de exportaciones peruanas, ya que es una especie de fácil procesamiento, el jengibre se produce en el departamento de Junín, obteniéndose el 90% de la producción en las provincias de Chanchamayo y Satipo, estas provincias disponen de excelentes condiciones geográficas y ambientales para su cultivo, pudiendo obtener cosechas durante todo el año y siendo la mayor fuente de trabajo en la zona; una vez obtenido el jengibre, este se puede comercializar en diversas presentaciones y con diversos fines. Las exportaciones de jengibre, en los últimos años, han aumentado significativamente permitiendo competir con grandes comercializadores como India y China, posicionándose como un producto de calidad y gran sabor.

Sin embargo, es en el año 2020 donde se registra un incremento exponencial en las exportaciones de dicho producto, devenidos por la crisis sanitaria del COVID 19, situación que ha puesto en jaque a grandes distribuidores como China y auspiciando las exportaciones de jengibre fresco peruano, logrando comercializar 24,2 mil toneladas en los meses de enero a agosto. (Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2020). El incremento en las exportaciones se debe a una serie de causas de índole interna y externa, sumadas a los cambios en el mercado global; teniendo en cuenta estos elementos resulta necesario

determinar cuáles son las causas, así como manifestar de qué manera favorecen en el aumento de las exportaciones.

Es por ello, que el objetivo principal de la investigación es determinar la relación de la capacidad exportadora con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020. Se busca Identificar que, el conocimiento de las capacidades del producto, comercial y productiva son causas que favorecen en el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en estas provincias.

La investigación de este tema resulta relevante y trascendental debido a que es importante que se evalúe de manera detallada y precisa cuales han sido los aspectos más relevantes de la capacidad exportadora y su relación con el crecimiento de las exportaciones de jengibre durante el periodo del 2020 en estas provincias; permitiendo que al conocer esta información, los empresarios agroeconómicos y exportadores, así como los diversos ministerios que abordan esta área, puedan ver en este estudio beneficios que les contribuyan para aprovechar diversos recursos y reforzar los conocimientos a través de capacitaciones y charlas a los agroexportadores.

Además, la investigación propuesta busca visibilizar la relación entre la capacidad exportadora y la exportación de jengibre, ya que esta última es de gran importancia tanto en el ámbito económico como social de la región Junín, pues representa cerca del 1,65 del PBI (Producto Interno Bruto) y genera gran cantidad de plazas de empleo.

En cuanto al alcance, esta investigación es de tipo descriptivo-correlacional, pues detalla la relación de la capacidad exportadora con el crecimiento de las empresas que exportan jengibre durante el periodo 2020 (aún con la gran

limitación que se presentó por la etapa de pandemia). Conviene mencionar, que la investigación se centrará en evaluar la relación de la capacidad exportadora con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre fresco en las regiones de Satipo y Chanchamayo teniendo alcance solo en la región de Junín, debido a que es el único departamento donde se produce jengibre.

En cuanto a la metodología, se aplicará un diseño no experimental, de tipo aplicada y enfoque cuantitativo, y se empleará como instrumento para la recolección de datos la encuesta y el instrumento utilizado será el cuestionario, el cual consta de 33 preguntas de tipo cerradas, para el cual se utilizará como valor ordinal la escala de Likert a las empresas exportadoras de jengibre en las zonas de Chanchamayo y Satipo.

Sin embargo, el estudio de este tema presenta limitaciones que no permiten desarrollarla de manera profunda, esto debido a las diversas restricciones propuestas por el ejecutivo nacional para limitar la creciente ola de COVID 19 en el país, además, aunque se cuenta con cifras actualizadas en cuanto al volumen de las exportaciones, no se cuenta con diversidad de fuentes que permitan obtener grandes porciones de información documental. En cuanto a la comunicación con empresas exportadoras de jengibre, al ser inaccesible la movilización hacia Chanchamayo y Satipo solo se dispone de comunicación por canales digitales siendo difícil acceder a las mismas.

Consecuentemente, resulta importante mencionar cómo está organizada la investigación partiendo de cinco capítulos divididos de la siguiente manera.

En el Capítulo I, se presenta el marco teórico el cual está conformado por los antecedentes nacionales e internacionales, las bases teóricas, así como los términos básicos utilizados en la investigación.

En el Capítulo II, se precisan las variables e hipótesis. De igual manera, se presentan las dimensiones e indicadores derivados de las variables.

En el Capítulo III, se describe la metodología de la investigación, integrada por el diseño metodológico, población, muestra y, para finalizar; las técnicas para la recolección y procesamiento de información.

En el Capítulo IV, se señalan los resultados obtenidos de la investigación.

En el Capítulo V, se presenta la discusión de los resultados donde se exponen y comentan los resultados obtenidos con relación a las bases teóricas propuestas en el capítulo I.

Finalmente, se enumeran las conclusiones, recomendaciones y referencias.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1 Antecedentes Nacionales

- Reyes y Santana (2020), realizaron la investigación titulada “Análisis de los factores: Calidad, capacitación y asociatividad que influyen en las exportaciones de café especial de Chanchamayo Junín, Perú en el periodo 2014-2018”. Dicha investigación tuvo como objetivo analizar diversos factores que influyeron en el crecimiento de las exportaciones de café en el periodo de investigación. El diseño metodológico empleado en esta investigación fue no experimental con un alcance correlacional de un enfoque mixto (cuantitativa y cualitativa), mediante entrevistas a experto, cuestionarios a las empresas exportadoras de café y recolectando datos llegaron a la conclusión que la capacitación, calidad y asociatividad son factores claves para el desarrollo del producto y su exportación.
- Álvarez (2020), realizó la investigación titulada “Determinación de la competitividad y los factores que afectan las exportaciones de jengibre peruano (2012 -2019)”. El presente estudio tuvo como objetivo analizar e identificar los principales factores que influyeron en las exportaciones de jengibre peruano, así como identificar si estos afectan su nivel de competitividad en los años 2012-2019. El diseño metodológico empleado fue no experimental de tipo correlacional y la muestra fue conformada por 32 datos de series trimestrales. Finalmente, se obtuvo como conclusión que presenta correlación entre las variables analizadas, sin embargo, los resultados también demostraron que la producción de jengibre no tiene

una relación influyente con la exportación en el periodo antes mencionado.

- Vega (2018), realizó la investigación titulada “La gestión del conocimiento y su relación con el crecimiento empresarial de las MiPymes exportadoras del sector calzado de la ciudad de Trujillo, año 2017”. Esta investigación tuvo como principal objetivo estudiar la correlación existente entre el crecimiento empresarial y la gestión del conocimiento de las pymes exportadoras de calzado de la ciudad de Trujillo durante el periodo del 2017. La metodología utilizada fue el diseño no experimental, transversal y correlacional. Como técnicas para la recolección de datos se hizo el uso de cuestionarios aplicados a la muestra escogida que englobó a 120 trabajadores de las MiPyme exportadoras. Como conclusión, este trabajo de investigación mostró una relación altamente positiva entre las variables de gestión del conocimiento y el crecimiento empresarial para las Mipyme.
- Carrasco (2018), realizó la investigación titulada “Factores limitantes y oportunidades para la exportación de jengibre en la Región Junín en el periodo 2013-2017”. Esta investigación tuvo como principal objetivo precisar la relación entre las oportunidades y factores limitantes para la exportación de jengibre en la región Junín entre los años 2013 al 2017. El diseño metodológico empleado para esta investigación fue cuantitativo, no experimental de tipo descriptivo correlacional y la recopilación de datos se obtuvo mediante datos estadísticos. Asimismo, tuvo como población y muestra a la región Junín, es por ello, que el análisis de los resultados obtenidos a través de la base de datos expo-facto de los periodos 2013-2017, permitió una evaluación clara y precisa. La investigación concluyó

que, los factores limitantes influyen de manera positiva y directa en las oportunidades para la exportación de jengibre en la región Junín en dichos periodos.

- Francia y Pacheco (2020), realizó la investigación titulada “Variables determinantes y relacionadas en las exportaciones de jengibre fresco (Partida Arancelaria 0910.11.00.00) de la República del Perú al Reino de los Países Bajos, comprendido en los años 2012 – 2019.” La investigación en mención tuvo como objetivo analizar las siguientes variables: Entorno macroeconómico, competencia internacional y gestión de inocuidad alimentaria en las exportaciones del jengibre fresco. Se empleó la metodología explicativa causal bajo un diseño mixto y transversal. En la recolección de datos se realizó entrevistas de tipo semiestructuradas, teniendo como muestra a expertos exportadores de jengibre y especialistas de organismos como SENASA y PROMPERU. Como conclusión, esta investigación arrojó que el entorno macroeconómico es una variable determinante de las exportaciones de jengibre fresco, mientras que la competencia internacional y gestión de inocuidad alimentaria son variables relacionadas a las exportaciones de jengibre fresco, los resultados indican que competencia internacional es la más relacionada, destacando dentro de ella el indicador características del producto.
- Quispe (2017), realizó la investigación titulada “Exportación de jengibre fresco orgánico al mercado de Berlín - Alemania”. Dicha investigación tuvo como objetivo determinar la factibilidad y viabilidad de la exportación del jengibre fresco orgánico hacia el mercado de Berlín-Alemania. El diseño

metodológico utilizado en esta investigación fue cuantitativo de tipo descriptivo, evaluando a través de entidades y fuentes relacionadas el producto, así como las normas técnicas y legales; considerando también una evaluación ambiental y social. Esta investigación tuvo como conclusión que, existe una viabilidad significativa de la exportación del jengibre gracias a la creciente oferta exportable de este tipo de producto en Perú y la creciente demanda de consumo en el mercado europeo de productos saludables y orgánicos.

1.1.2 Antecedentes Internacionales

- Laborde y Zambrano (2019), “Caracterización agro-socioeconómica del cultivo de jengibre (*Zingiber officinale*) y su contribución al empleo en el Recinto Cuatro Mangas del cantón Buena Fe”. Esta investigación tuvo como objetivo determinar los aspectos agrícolas y económicos del cultivo de jengibre, así como su influencia al aumento de puestos de trabajo en el Recinto Cuatro Mangas cantón Buena Fe. La metodología empleada para el presente trabajo fue inductiva, deductiva, analítica de tipo descriptivo. Como técnica para la recolección de datos se utilizó la observación directa y encuestas, las mismas que fueron aplicadas a 25 productores de jengibre del recinto Cuatro Mangas. La investigación concluyo que, en el aspecto agrícola, los productores en promedio siembran entre la mitad y una hectárea completa de jengibre, y suelen comercializar por quintal la mayoría ya que el costo de producción es menor si se comercializa en cajas. En el aspecto social y económico, los productores en su mayoría cuentan con estudios primarios, a su vez, un

alto porcentaje de estos productores (88%) posee casa propia, y no solo se dedican a la producción de jengibre, sino que también ejercen otro tipo de trabajos como lo son: La albañilería (24%) y tiendas de abasto (12%), generando un ingreso adicional.

- Miralles, et al. (2018), realizaron la investigación titulada “Crecimiento empresarial y políticas públicas de desarrollo regional en EUROACE” Esta investigación tuvo como objetivo principal analizar y estudiar a las empresas que muestran un alto nivel de crecimiento y cuáles son los puntos a considerar para incentivar y brindar su fácil inserción en el mercado, con la finalidad de mejorar la economía, por ende, un mayor porcentaje de empleos. La metodología empleada para esta investigación fue cuantitativa y cualitativa de tipo descriptivo. Como técnica para la recolección de datos se tomó la información de 14,538 empresas (con actividad en el periodo 2007 – 2015) con excepción de las microempresas debido a su alto registro de entradas y salidas por el periodo que se está analizando. Esta investigación tuvo como conclusión que las empresas que logran crecer más son las de mayor tamaño, por lo que se sugiere que las instituciones públicas apliquen e innoven con nuevas estrategias que ayuden al desarrollo empresarial y fomenten mayor empleo.
- Ormaza y Guerrero (2021), realizaron la investigación titulada “Gestión de calidad y crecimiento empresarial: Análisis bibliométrico”. La cual tiene como objetivo principal dar a conocer como el crecimiento empresarial es fuertemente influido por la gestión de calidad a través de un estudio de documentos científicos especializados que permita identificar la contribución científica en los distintos países y los principales tópicos y

variables, para su posterior aplicación del análisis bibliométrico. La metodología empleada fue cuantitativa, cualitativa, analítica y de tipo descriptivo. Asimismo, la técnica empleada para la recolección de datos fue basada en una muestra de artículos científicos conformada por 309 publicaciones para que se realice el análisis bibliométrico. Esta investigación tuvo como conclusión que la gestión de calidad sí es un factor determinante para incentivar el crecimiento de las empresas.

- Portilla (2014), realizó la investigación titulada “La demanda de jengibre en Cali - Colombia y su comercialización desde el Cantón el Carmen Provincia de Manabí.” Dicha investigación tuvo como objetivo principal determinar el consumo del mercado de Cali – Colombia para abastecerlos del producto de jengibre desde la provincia de Manabí, exactamente desde Cantón el Carmen. La metodología utilizada fue documental, por lo cual se recabó información de distintas fuentes como: Periódicos, revistas, libros, etc. Como conclusión esta investigación arrojó que las exportaciones de Jengibre cuentan con un alto consumo debido a que dicho producto es utilizado en diversas preparaciones de comidas en Colombia, además de ser altamente utilizadas en el sector agroindustrial.
- Mateus (2019), realizó la investigación titulada “Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de infusiones de jengibre con frutas deshidratadas ecuatorianas a Zaragoza – España.” Esta investigación tuvo como objetivo determinar la viabilidad económica y comercial de la exportación de infusiones de jengibre al mercado español, así como indicar los factores que aportan a la viabilidad

del plan de negocio. La metodología empleada fue tipo cuantitativa y cualitativa. Asimismo, como técnicas para la recolección de datos se hizo uso de entrevistas aplicadas a la muestra escogida que englobó a 20 personas residentes de Zaragoza, los cuales eran expertos y posibles clientes. Como conclusión la investigación arrojó que este plan de negocio de exportación de infusiones de jengibre es atractivo para el mercado español debido a los beneficios para la salud del consumidor, lo cual le da un valor agregado a este producto.

- Avellán y Navarro (2015), realizaron la investigación titulada “Desarrollo y promoción de una conserva artesanal a base de Jengibre (Zingiber Officinale).” Esta investigación tuvo como objetivo principal elaborar un plan para la producción de conserva artesanal a base de jengibre que en la actualidad es conocido como “gari”; además, de realizar un estudio de mercado que compruebe la viabilidad de comercialización de esta conserva artesanal hecha de jengibre. La metodología empleada fue tipo cuantitativa de carácter descriptiva. La técnica para obtener datos fue la encuesta a través de un cuestionario el cual será aplicado a la muestra de 320 consumidores ecuatorianos. Esta investigación tuvo como conclusión que, la comercialización de las conservas artesanales hechas de jengibre es viable y que en relación al análisis financiero realizado es rentable.

1.2 BASES TEÓRICAS

1.2.1 Capacidad exportadora

Según Stefan (2012), la capacidad exportadora es una fuente principal en toda empresa para medir el éxito que pueden tener para la debida internacionalización

y abastecer la demanda y/o necesidades de los clientes en el mercado exterior, siendo interpretado por el autor que el mejor indicador en el proceso de internacionalización es el desarrollo y almacenamiento de las capacidades exportadoras que posee una empresa. Para el desarrollo de la capacidad exportadora de una empresa y su futura internacionalización se deben considerar las diversas capacidades, entre ellas, la capacidad productiva, la capacidad comercial, el capital humano, y el producto que se proyecta internacionalizar, porque esto ayudará a dar una mejor visión y medición de la capacidad exportadora de la empresa.

1.2.1.1. Capacidad productiva

La capacidad productiva de una empresa según lo mencionado por Stefan (2012), hace referencia a la capacidad que tiene la empresa para producir como para almacenar, asimismo debe existir un constante desarrollo e investigación para así lograr mejorar y optimizar productos, procesos y equipos. De igual forma el proceso de producción debe tener un alto grado de innovación tecnológica, y tener establecidos los procedimientos, normas y controles de calidad eficientes; sumando a ello una evaluación constante a los proveedores homologados, asegurando que estos nos suministren productos de calidad.

1.2.1.2. Capacidad comercial

Hunt y Morgan (1995), citado por Stefan (2012) menciona que las actividades de mercadeo contribuyen generando valor a las empresas para crear capacidades exportadoras, pero sólo en la medida en que contribuyen a la habilidad de la empresa de producir eficientemente ofertas con valor para el mercado. Asimismo, indican que las marcas registradas favorecen en dar mayor valor a la

capacidad comercial de una empresa. No obstante, el valor de la marca y la reputación de una empresa representan un factor muy importante y decisivo en el proceso de comercialización e internacionalización de la misma (Bharadwaj et al., 1993 citado por Stefan, 2012).

1.2.1.3. Capacidad del producto

La capacidad de producto de una empresa según lo mencionado por Stefan (2012) indica que, para iniciar el proceso de una exportación es fundamental que se considere este punto como uno de los más importantes para realizar de manera acertada dicho proceso. Este autor menciona que si no se tiene definido de manera correcta el producto no se puede llevar a cabo una buena competencia en el mercado internacional, y debe considerarse que dicho producto debe ser de calidad para que la exportación pueda ser satisfactoria. Asimismo, menciona que la capacidad de producto se basa en tener en cuenta los siguientes aspectos: Calidad de productos según los estándares internacionales, capacidad de la empresa para transformar el producto, cantidad de productos exportables, ciclo de duración del producto a exportar, registro de marca del producto, siendo todos estos puntos muy importantes y considerados por el mercado global.

1.2.2 Crecimiento Empresarial

Según Aguilera y Puerto (2012) expresan que, el crecimiento empresarial es un conjunto de procesos que básicamente se enfocan en emplear los recursos con los que una empresa posee con el fin de disponerlas de la manera más óptima y aprovechándolas para que dicha empresa pueda figurar en el mercado como

una organización que se mantiene en constante crecimiento y con una posición sólida.

Asimismo, indican que, el crecimiento empresarial genera cambios muy positivos en la empresa, ya que permite que se enfrente hacia nuevos mercados con una mayor capacidad de desarrollo. Estos cambios positivos se miden a través del aumento de las cifras de los estados financieros, así como el personal que conforman las empresas, ya que son parte muy importante de que este desarrollo y crecimiento en nuevos mercados permanezca en constante avance.

Blásquez, et al. (2006), mencionan que el crecimiento empresarial no debe ser la única meta en la que las empresas deben enfocarse, sino por el contrario, que las metas que se trazan en el camino para lograr este crecimiento sirva para desarrollar una mayor capacidad tanto de producto como en el desarrollo de las personas, de tal manera que una meta logre alcanzar y trazar nuevos objetivos que permitan el constante crecimiento y desarrollo de habilidades con el fin de que la empresa sea capaz de enfrentarse ante un mundo en el que hoy en día existe tanta competencia.

Según Puerto, D. (2010), asocia al crecimiento empresarial con el aumento de las utilidades en un organismo, explica que toda entidad necesita de un sustento financiero, y esto se logra a través del aumento de la demanda ya sea de un servicio o de un producto según el rubro de la empresa. Este autor indica que, para lograr el crecimiento de una empresa, se deben enfocar en la expansión de nuevos mercados ya que considera como una excelente oportunidad de crecimiento y desarrollo de los recursos, lo cual conlleva a incrementar su capacidad productiva y recursos de capital.

1.2.2.1 Activo total neto

Según Correa, A. (1999), indica que el activo total neto es uno de los indicadores que usualmente se utilizan para medir la dimensión empresarial, puesto que ayuda a visualizar el potencial competitivo o productivo de una empresa. Este indicador hace referencia a todos los activos que posee la empresa, restando las deudas y/o cuentas por pagar, siendo contablemente, lo mismo que el patrimonio neto, reflejando el valor de la empresa.

Asimismo, el autor Trinidad, E. (2011), define al activo neto como el resultado total que posee la empresa, después de haber realizado el pago de todas sus obligaciones como tal. En otras palabras, define al activo neto como la cantidad que obtiene de los activos totales menos los pasivos totales de la empresa.

1.2.2.2 Número de empleados

El autor Álvarez, L. (2009), menciona que los empleados son la parte más importante para la composición y buen funcionamiento de una empresa, es por ello que se requiere que el trabajador o colaborador sea integrado de manera de que pueda sentirse identificado y sea un buen recurso (por sus habilidades, conocimiento y capacidades que posee) para la empresa.

Asimismo, señala que el trabajador es un ser social, que necesita de la seguridad y aceptación para desenvolverse, trazar sus metas y desarrollar las tareas exigidas por la empresa, lo cual es mucho más importante para el trabajador que el mismo incentivo salarial.

Por otro lado, este autor menciona que, el número de empleados es uno de los criterios frecuentemente usados con el fin de medir el crecimiento de una

empresa, siendo uno de los principales junto a cifra de ventas y activos ya que ayudan a dimensionar el tamaño de la empresa.

1.2.2.3 Volumen de ventas

Según Samaniego (2019) define a las ventas como un intercambio de bienes o servicios por dinero, asimismo menciona que tiene diversas definiciones ya que influye mucho en el contexto que se refiere. Por ejemplo, menciona que, en el ámbito legal, se define como la transferencia del derecho de posesión de un producto o bien a cambio de dinero, así también se puede definir desde un contexto financiero o contable como el importe a cobrar por la prestación de un servicio o la entrega de un producto.

El volumen de ventas es un factor esencial para que una empresa obtenga el crecimiento que busca, según Aguilera y Puerto (2012) mencionan al volumen de ventas como un factor variable ya que este se encuentra influenciado por los consumidores finales, y se debe a las preferencias, gustos, costumbres y percepción que puedan tener por el producto ofrecido. Asimismo, indican que es importante tener en cuenta que la responsabilidad social impulsa a la empresa a tener una buena imagen, de igual forma tiene incidencia en el posicionamiento de la marca obteniendo como resultado lealtad de compra con los clientes.

Aguilera y Puerto (2012) señalan que al incrementar las ventas de una empresa da como resultado un aumento en las utilidades de la misma, con ello, se puede dar una ampliación y desarrollo de la capacidad de la planta, por lo que también se debería brindar capacitación al capital humano y generando nuevos puestos de trabajo. Una empresa que influye de manera positiva en la sociedad, contribuyendo con el desarrollo de la misma, la convierte en una empresa

socialmente responsable, lo cual ayuda a impulsar su crecimiento y así le permite obtener mayores recursos que pueden ser usados para empezar o continuar con programas de responsabilidad social empresarial.

Santa Cruz (2019) indica que la rentabilidad sobre las ventas (ROS) es un ratio financiero muy importante para analizar un negocio, y lo define como la proporción entre el beneficio o ganancia al vender un producto y el volumen de venta o facturación del negocio. De igual manera menciona que el ROS nos puede acercar o darnos noción de la rentabilidad que se está obteniendo, otro aspecto que nos da a notar es cuán cerca o lejos estamos de perder dinero, ya que si el valor porcentual es muy bajo nos indica que no estamos teniendo los resultados esperados. La fórmula para hallar el ROS es la siguiente: $ROS = \text{(Ganancia operativa / Ventas)}$

1.2.2.4 Inversión

La inversión es un aspecto que camina de la mano con el crecimiento de una empresa, ya que al tener políticas que promuevan o generen proyectos de inversión permite el crecimiento de la misma. Según Daza (2016), una empresa rentable es la que tiene la capacidad de generar excedentes a partir de un conjunto de inversiones realizadas, por ello menciona que una inversión activa es necesaria para el crecimiento de las empresas. Según Lee (2014) citado por Daza (2016) en países que no cuentan con políticas gubernamentales que promuevan la protección de los inversionistas, la relación entre la rentabilidad y el crecimiento empresarial puede llegar a ser débil.

Blázquez et. al. (2006) menciona que, ante la necesidad de asegurar rentabilidad y pervivencia a través de la búsqueda de nuevos mercados y formas de

negocios, es sumamente importante contar con políticas de inversión asertivas, de tal forma que los beneficios obtenidos puedan brindar un crecimiento sostenido en el tiempo a la empresa. Durán Herrera (1977) citado por Blázquez et. al. (2006) hace hincapié que una inversión acertada nos brindará beneficios positivos en el tiempo, y estos reinvertidos de manera inteligente y precisa nos proporcionará crecimiento.

1.2.3 Exportación

1.2.3.1 Definición

Las personas o empresas que realizan comercio de bienes o servicios siempre están en la búsqueda de incrementar sus ganancias y encontrar nuevos mercados, ante ellos una forma de lograrlo es expandirse a nivel internacional y poder brindar lo que ofrecen a cualquier parte del mundo. Según García (2017), exportar es enviar mercancías o servicios de un país productor a un tercero para su consumo final. El vendedor es llamado exportador y el comprador (país extranjero) es el importador (Galindo y Viridiana, 2015)

Lombana y Martínez (2012) definen la exportación como: “la venta del producto en otro mercado utilizando única y exclusivamente recursos propios hasta el destino/cliente final.” Asimismo, menciona que la exportación directa tiene cierta desventaja en el servicio postventa a ofrecer y en ciertas ocasiones, inconvenientes para comunicarse de manera inmediata, pero a su vez beneficia al exportador con mayor rentabilidad y ampliando la cartera de clientes.

Por su parte Sulser (2004) lo define como “un proceso que involucra compromiso y dedicación; así como conocimiento técnico e identificación de factores clave de

los mercados internacionales por parte de productores e intermediarios, que desean incrementar su participación y por supuesto utilidades en nuevos mercados.” Ante lo expuesto, se puede decir que la exportación genera mayor utilidad y participación en nuevos mercados, pero para ello se tiene que englobar los conocimientos respecto al tema, así también como la capacidad de análisis y ser responsables y dedicados para cumplir con los objetivos trazados.

Por otro lado, Minervini (2015), define a la exportación más allá de la rentabilidad y se enfoca en la competitividad, por lo que menciona lo siguiente: “La mayor ventaja de la exportación es que permite confrontar la realidad de la empresa con otras realidades, competidores y exigencias: es una forma de elevar el nivel de conocimientos. Es la mejor escuela de competitividad.” Por lo que señala a la exportación como una estrategia para que las empresas puedan competir a nivel global.

La exportación es la acción que permite la salida de mercancías del territorio nacional para uso definitivo en el exterior, la cual no está afectas a tributos, únicamente al pago de traslados y estos están sujetos a tarifas de las empresas prestadoras de transporte internacional, agenciamiento, etc. (Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, s.f.)

La ley general de aduanas es un decreto legislativo número 1053 del año 2009 aprobado por el congreso de la república y el presidente de la república con el fin de regular de manera tributaria y legal a las personas o empresas que actúan en el ingreso o salida de mercancías en territorio peruano, al igual a quienes intervienen en su traslado o permanencia a través de la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria

Es importante resaltar que el comercio internacional es de vital importancia en la economía de un país porque resulta ser más rentable exportar la producción nacional al mundo. Suranovic (2010, citado por Galindo y Ríos, 2015) quien menciona a raíz de que factores generalmente se dan las exportaciones en un país:

- Diferencias tecnológicas: puede ocurrir comercio entre países con diferencias tecnológicas, cuya ventaja tecnológica puede permitir la producción de diferentes bienes o servicios.
- Diferencias en la dotación de recursos: puede ocurrir comercio entre países con diferentes recursos, tales como: capital humano, recursos naturales y sofisticación del capital.
- Diferencias en la demanda: puede ocurrir comercio entre países que demandan diferentes bienes y servicios.
- Existencia de economías de escala en la producción: puede ocurrir comercio entre países con economías de escala en diferentes bienes y servicios. Las economías de escala se dan cuando la producción permite producir más a menor costo.
- Existencia de políticas públicas: puede ocurrir comercio entre países ante la existencia de impuestos y subsidios que modifican el precio de los bienes y servicios.

1.2.3.2 Tipos de Exportaciones

Las empresas pueden exportar de dos formas: exportación directa o indirecta.

- La exportación directa hace referencia a que el exportador es la misma persona que fabrica o produce el producto, en otras palabras, es la compañía que vende sus mercancías de manera directa a otra en el extranjero ya sea un distribuidor o minorista. (Puente y Silva, 2020)
- Exportación indirecta, Ledesma (1993, citado por Sánchez, 2005) menciona que este tipo de exportación se produce en la venta de bienes o servicios de una empresa a otra dentro del mismo territorio nacional, que por lo general suele ser una comercializadora, quien se encarga de vender los productos al mercado internacional.

Según Exportaciones publicado por el BCRP (s.f.) se puede clasificar las exportaciones como tradicionales y no tradicionales.

- Las exportaciones tradicionales: son aquellas en las cuales las mercancías no tienen un valor agregado, por lo general en el Perú son productos mineros, agrícolas, hidrocarburos y harina de pescado.
- Las exportaciones no tradicionales: son aquellas que tienen valor agregado, es decir estos productos requieren pasar por un proceso de producción.

Puente y Silva (2020) también clasifican las exportaciones según su valor comercial:

- Las exportaciones sin valor comercial: son aquellas que no tienen una finalidad comercial y en caso la tuviera no puede exceder a US \$5 000,00 su valor FOB (*Free on board*).

- Las exportaciones con valor comercial: son aquellas que tienen un destino comercial en el extranjero por lo que si su valor FOB excede a US \$5 000,00 se debe realizar la declaración aduanera correspondiente.

En la Ley General de Aduana del Perú (2009) Decreto Legislativo N° 1053, se encuentran 3 tipos de regímenes aduaneros de exportación:

- Exportación definitiva: en este tipo de exportación las mercancías salen del territorio nacional de manera concluyente para su uso o consumo en el extranjero. Una vez generada la numeración de la declaración aduanera se tiene un plazo de 30 días calendarios para que las mercancías sean embarcadas, a su vez, terminado el embarque se tiene de igual forma 30 días calendarios para regularizar el régimen de requerirse.
- De la exportación temporal para reimportación en el mismo estado: Este régimen aduanero hace referencia a que un producto puede salir del territorio nacional de manera temporal con el objetivo de reingresar al país luego de 12 meses posteriores al término del embarque, pero sin tener modificaciones o cambios a excepción del deterioro propio del uso.

Cabe resaltar que los productos que ingresen bajo este régimen aduanero no pagarán tributos y demás propios de una importación.

En el Decreto Legislativo N° 1053 presente en la ley general de aduanas (2009), hace mención que una vez concluido el plazo para la reimportación y esta no se ha efectuado, la SUNAT establecerá de forma automática como una exportación definitiva.

- Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo: a diferencia de la anterior estas mercancías si salen del país para su transformación,

reparación o elaboración; posterior a ello son reimportadas en un plazo no mayor a 12 meses.

Tabla 1
Tipos de Exportaciones

Tipos de Exportación	
Según su forma	Exportación Directa
	Exportación Indirecta
Según su valor agregado	Exportación Tradicionales
	Exportación No tradicionales
Según su valor comercial	Exportación Sin valor comercial
	Exportación Con valor comercial
Según su regimen	Exportación Definitiva
	Exportación temporal para reimportación en el mismo estado
	Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de Ledesma (1993, citado por Sánchez, 2005), SUNAT, BCR, Ley general de aduana del Perú (2009) y Puente y Silva (2020)

Nota: En la tabla 1 se evidencia los tipos de exportaciones según su forma, valor agregado, valor comercial y régimen.

1.2.3.3 Importancia de las exportaciones

Las exportaciones tienen una gran influencia e importancia tanto en las empresas, los diversos sectores y el país en general, ya que promueven la economía, la competitividad y el nivel de empleabilidad. Las exportaciones tienen un impacto directo a nivel económico en un país, ya que es parte del PBI (Producto Bruto Interno). De igual manera se debe señalar que el aumento de las exportaciones promueve el crecimiento económico. (Galindo y Viridiana, 2015).

Según Huesca (2012) las exportaciones y el comercio internacional en general tiene un efecto cascada, ya que al realizar una transacción genera que se involucren diversos sectores, desde el productivo, comercial, transporte, aseguradora, agentes aduaneros, bancos y financieras, entre otros. Esto promueve la generación de mayores puestos laborales, lo cual es sumamente importante para la estabilidad y progreso en un país, de cara a lo económico, social y cultural.

Galindo y Viridiana (2015) mencionan que al exportar diferentes productos y servicios en los que se refleja cierta ventaja productiva y de recursos naturales, atraerán diversos recursos productivos tales como inversiones, maquinaria y equipo, investigación, etc. Esto ayudará a promover un crecimiento productivo y económico en conjunto; ya que se tendrán intercambios tecnológicos y de aprendizaje con lo cual se dará acción ante la demanda extranjera en cantidad y calidad.

Los exportadores tienen diversos beneficios, no solo a nivel de ventas y económico, según el Iberglobal en su guía de Comercio Exterior (2015) señala que al llegar a nuevos mercados con un adecuado plan de exportación se incrementan las ventas significativamente y disminuye la dependencia de ciclo económicos, ya que se cuenta con diversidad de mercados. Con ello se obtiene una eficiencia productiva; debido a que, al tener mayores ventas, disminuye la producción ociosa y el costo unitario, teniendo acceso a economías de escala. El acceso a diversos mercados ya sean pequeños o en vías de desarrollo permiten alargar el ciclo de vida de las mercancías y conocer diversos perfiles de clientes para así segmentar y dirigir un producto de manera correcta.

A nivel local, se promueve mayor competitividad, se elevan los estándares de calidad, producción y comercialización ya que, al haber obtenido experiencia a nivel internacional, se tiene mejores estrategias y desarrollo con lo cual se ganará mayor participación en el mercado local. Asimismo, incentiva a las personas o empresas que aún no exportan por diferentes factores, a realizarlo; ya que los negocios que exportan tienen una tendencia a mejorar o actualizar su tecnología y mejorar su imagen empresarial.

1.2.3.4 Proceso de exportación

Según Mondragón (2018) el proceso de exportación se puede enumerar en seis pasos, desde la cotización hasta la llegada de la mercancía al país de destino.

En el primer paso, luego del envío de la cotización, en la cual se brinda a detalle el producto, la cantidad, el precio y esta es aprobada por el comprador, se da paso a el segundo punto, en el cual se elegirá el medio de pago internacional, el cual estará en función al tamaño, valor y frecuencia de la operación, lo recomendable es utilizar la carta de crédito en las primeras exportaciones. El tercer paso consta de contactar con el agente de carga y aduana, este último es quien realizará el trámite frente a la SUNAT para la cual se le debe brindar la información requerida de forma pertinente. El agente de carga es quien realizará el trámite frente a la línea naviera, almacén temporal y el retiro de contenedor vacío.

En paralelo, como cuarto punto, se debe ir acondicionando el producto, con el etiquetado, envase y embalaje correcto y oportuno, así como su paletización y unitarización de la carga a exportar. Adicionalmente, se gestionará la exportación, tramitando y solicitando documentos vitales, como el certificado de

origen, certificado de sanidad y demás según sea el producto por exportar. También se debe informar al Agente de Aduanas una semana antes de la fecha y hora en el que la carga debe estar lista para su embarque, con ello, deberá generar una DUA (Documento Único Administrativo) provisional.

El último paso consta del despacho aduanero y embarque de la mercancía, para lo cual, luego de ingresar al espacio aduanero se le asignará un canal de control, posterior a ello, se le otorgará el levante correspondiente para así cargar y estibar la carga en el buque. La naviera emite el documento de transporte *bill of lading* (B/L) y se efectúa el medio de cobranza internacional. Por último, llega la mercancía al país destino.

1.2.3.5 Limitaciones en las exportaciones

Los obstáculos limitan a las empresas y personas naturales, dificultando el crecimiento y expansión a mercados internacionales, por lo que si deciden exportar deben prepararse para los diversos obstáculos que se presentan. Según Malca y Rubio (2014) para sobreponerse a los inconvenientes que se presentan en las exportaciones se debe identificar, analizar y generar propuestas para así tener éxito y un mejor desempeño, tal como lo vienen realizando los países desarrollados.

Estos limitantes se pueden clasificar, según Mondragón (2017) como:

- Comerciales: se hace mención al desconocimiento en términos de mercado y prácticas comerciales, tales como la falta de contactos en los distintos mercados potenciales.

- Culturales: se puede encontrar el desconocimiento o empatía en aspectos de costumbre y tradiciones, así como los diferentes idiomas que son utilizados en el mundo.
- Logístico: el alto precio de los fletes y viajes a mercados potenciales, provocados por la gran distancia en las diferentes rutas comerciales.
- Financiero y legal: se menciona el cambio constante de las monedas, lo cual puede afectar significativamente la rentabilidad y la planificación inicial. Adicional a ello, obtener un crédito adecuado se dificulta debido al largo proceso entre la fabricación y/o producción del pedido hasta el pago final del cliente en el exterior.

Considerando que en el año 2020 se vivió una crisis sanitaria mundial por el COVID-19, se generaron diversas limitaciones adicionales para los distintos sectores, siendo uno de los más afectados, el comercio exterior. Una de las limitaciones más relevantes fue el cierre de varios puertos principales a nivel mundial, los cuales eran claves para la logística internacional, generando desabastecimientos, alzas de fletes, costos adicionales y lead time prolongado. Asimismo esta pandemia desencadenó una crisis de contenedores, provocando congestión en los puertos por el aglomeramiento de barcos y miles de contenedores, retrasando la red logística internacional.

1.2.3.6 Incoterms:

Según la Cámara de Comercio de Bogotá (2008) indica que este término proviene de la palabra en inglés International Commercial Terms, que abreviado da como resultado "INCOTERMS".

Asimismo, menciona que es un acuerdo entre el comprador y el vendedor cuando se realiza una compraventa de un producto, en el cual se establecen las obligaciones que tiene cada individuo con el fin de que ambos tengan claro dónde empiezan y terminan sus responsabilidades para un mejor funcionamiento de la negociación.

Según la Cámara de Comercio Internacional CCI, los INCOTERMS 2020 son los siguientes:

Tabla 2

INCOTERMS 2020

INCOTERMS 2020		
SIGLA	CONCEPTO - INGLÉS	CONCEPTO - ESPAÑOL
EXW	EX WORK	EN FÁBRICA
FCA	FREE CARRIER	LIBRE O FRANCO TRANSPORTISTA
CPT	CARRIAGE PAID TO	TRANSPORTE PAGADO HASTA
CIP	CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO	TRANSPORTE Y SEGURO PAGADO HASTA
DAP	DELIVERY AT PLACE	ENTREGA EN LUGAR ACORDADO
DPU	DELIVERY AT PLACE UNLOADED	ENTREGADO EN EL LUGAR DESCARGADO
DDP	DELIVERED DUTY PAID	ENTREGADA DERECHOS PAGADOS
CFR	COST AND FREIGHT	COSTO Y FLETE
FOB	FREE ON BOARD	LIBRE O FRANCO A BORDO
FAS	FREE ALONGSIDE SHIP	LIBRE AL COSTADO DEL BUQUE
CIF	COST INSURANCE AND FREIGHT	COSTO, FLETE Y SEGURO

Fuente: Elaboración propia con información extraída de SUNAT (2020).

Nota: En la tabla 2 se detalla un resumen de los tipos de incoterms 2020. Según la CCI el término FOB “Free on Board” (2010); se refiere a que la responsabilidad del vendedor es hasta que se entrega la mercancía en el buque del puerto de origen; asumiendo toda la responsabilidad desde ese punto el comprador, por lo que, con este término de venta, cualquier tipo de daño, pérdida y/o robo pasa a ser responsabilidad únicamente del comprador.

Según Fernandez (2020) el término FOB se emplea sólo para transporte marítimo y define que la obligación del vendedor es hasta la entrega de la mercadería en el buque en el lugar de origen convenido por el comprador. Asimismo, el vendedor se hace responsable de los costos que se puedan originar en la entrega de la mercadería a bordo del buque.

1.2.4 Historia y origen del jengibre

El jengibre se concibe como una planta milenaria con gran diversidad de beneficios. Su origen se halla en el continente asiático, teniendo alrededor de 3000 años. El término jengibre ha sufrido diversas variaciones con el paso de los años y debido a los continuos cambios de las lenguas; el primer nombre del cual se tiene conocimiento es “*srigavera*” derivado del sánscrito, luego pasó al persa y al griego con los nombres de “*dzungebir*” y “*dzigibris*” respectivamente, posteriormente en latín se le conoció como “*zingiber*” y por último en español con el nombre con el que se conoce actualmente: Jengibre. (Salgado,2011).

El jengibre es uno de los componentes más importantes en países como China e India teniendo grandes propiedades curativas, teniendo los primeros indicios de dichas propiedades en los escritos de Confucio, en el siglo II. (Zalamea, Bastidas y Casanova, 2017). Durante el siglo IX el jengibre llegó a Francia, Alemania e Inglaterra, donde adquirió gran importancia y popularidad utilizándose en bebidas como el Ginger, la Cerveza o el té. Durante las conquistas de Portugal y España, lo introdujeron a África y América, desplegándose su cultivo alrededor del mundo. (Salgado, 2011). Siendo exportado actualmente por países India, China, Japón, Indonesia, Hawái y Perú.

1.2.4.1 Aspectos generales del jengibre.

Del Villar y Melo (2010) en la “Guía de plantas medicinales del Magreb” definen al jengibre como: “Gran planta herbácea cuyo rizoma es perenne, nudoso, tuberoso, con una corteza de color ceniciento y rugosidades transversas, de sabor picante e intensamente aromático.”

Por su parte, Salgado (2011) lo define como:

Es una planta herbácea de la familia de las *zingiberáceas*, *perenne*, *rizomatosa*, hasta de 1 m de altura. Rizoma grueso, carnoso y nudoso. Tallos simples. Hojas lanceoladas, oblongas, dispuestas a lo largo del tallo en 2 líneas paralelas. Flores sésiles, amarillas y labios purpúreos, reunidas en una espiga densa al extremo del tallo. Fruto seco y valvoso. La parte utilizada es el rizoma.

Si bien, el jengibre resulta ser una planta con una rudeza estética, presenta componentes o principios que lo hacen valioso y altamente comercial, entre estos compuestos se encuentran el aceite esencial y la resina. (Acuña y Torres, 2010). Son estos componentes los que le brindan las propiedades y funciones como: expectorante, laxante, estimulante, antiulceroso, entre otros. (Salas, 2021).

Además, cuenta con otros componentes como el gingerol y el shogaol, que adiciona a las propiedades antes mencionadas, añade otras como antioxidantes, antiinflamatorias y anticancerígenas. (Ali et al., 2008; Baliga et al., 2011; Butt y Sultan, 2011; Geiger, 2005; Shirin y Jamuna, 2010; Shukla y Singh, 2007; Stoilova et al., 2007, citado por Zambrano, 2015).

El jengibre es considerado como una planta estéril, que debe su origen al cruce entre especies distintas entre sí, pero que logró su conservación y desarrollo debido a la evolución y a la recombinación genética. (Peter et al.,2007, citado por Zambrano, 2015). Esta planta se cultiva mayormente en regiones tropicales y subtropicales, utilizándose los rizomas jóvenes para comercializar frescos, mientras que los viejos se secan y comercializan en diversas presentaciones como en polvo. (Siedentopp, 2008).

1.2.4.2 Tipos de jengibre

En el mercado global existen diferentes tipos de jengibre, los cuales pueden variar de acuerdo a su tamaño, aspecto, forma entre otras características propias de este rizoma:

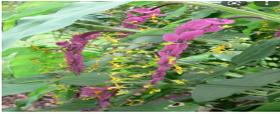
- Jengibre Negro: también llamado gris, son los rizomas de esta planta que no requieren ser pelados, ya que para su uso únicamente se tiene que hervir y luego pasar por agua fría varias veces, para luego dejarlo secar. (Cisternino, 2019),
- Jengibre fresco: suele ser el más común, tiene un sabor picante moderado y sus beneficios actúan básicamente en el pulmón, estómago y bazo. Salgado (2011). Este rizoma es originario en su mayoría de EE. UU. y Hawái. (Cisternino, 2019)
- Jengibre seco: se caracteriza por ser más picante que el jengibre fresco, esto se debe al proceso de transformación molecular durante el secado de este (Cisternino, 2019). Además, Salgado (2011) señala que este tipo de jengibre beneficia los canales de bazo, estómago, pulmón y corazón.

Asimismo, detalla otros tipos comunes de jengibre, los cuales son:

- Jengibre espiral (*Costus speciosus*): procedente del sudeste asiático. Su tallo tiene una figura circular con forma de bambú. La estación en la cual florece este tipo de jengibre es el verano, por lo cual crecen principalmente en climas templados y tropicales.
- Jengibre escondido: su principal característica es que sus flores están dentro de las hojas, dando la impresión que se encuentran escondidas, es por ello que también se le conoce como cúrcuma.
- Zingiber: cuenta con flores y brácteas de color amarillo y verde respectivamente, así como un tallo vertical. Adicional a ello, se puede obtener una sustancia lechosa que se utiliza principalmente para el procesamiento de champús.
- Jengibre lirio de mariposa: Conocido también como Jengibre Blanco, este tipo de jengibre usualmente tiene fines de jardinería, ya que tiene diferentes tonos como naranja, blanco, rojo, entre otros, y sus flores tienen forma similar a las alas de una mariposa brindando un aspecto agradable.
- Jengibre globba: suele tener un color púrpura malva con tallo corto del cual suelen colgarse sus flores y sus largas hojas. Puede alcanzar una altura de 2 pies aproximadamente por lo cual se requiere que el suelo se encuentre drenado y fértil.
- Jengibre alpinia: se caracteriza por ser el tipo de jengibre con mayor tamaño (8 pies de altura aprox.), cuenta con un tallo carnoso por lo que su crecimiento es vigoroso, muy por el contrario, sus flores y hojas son pequeñas. Para un adecuado crecimiento, se necesita que el suelo se encuentre bien drenado y contenga gran cantidad de abono.

Tabla 3

Tipos de Jengibre

TIPOS DE JENGIBRE			
Tipo	Nombre científico	Procedencia	Imagen
Jengibre Negro	<i>Krachai Dum</i>	Tailandia	
Jengibre Fresco o Seco	<i>Zingiber officinale</i>	India & China	
Jengibre Seco	<i>Zingiber officinale</i>	India & China	
Jengibre Espiral	<i>Costus speciosus</i>	América Central	
Jengibre Escondido (Cúrcuma)	<i>Curcuma longa</i>	India	
Jengibre Lirio de mariposa (Blanco)	<i>Hedychium</i>	India	
Jengibre Globba	<i>Globba Schomburgkii</i>	India	
Jengibre Alpinia (Rojo)	<i>Alpinia zerumbet</i>	Asia oriental	

Fuente: Elaboración propia con información extraída de Cisternino (2019) y Salgado (2011).

Nota: En la tabla 3 se detalla un resumen de los tipos de Jengibre, así como su nombre científico y procedencia.

1.2.4.3 Usos y propiedades del Jengibre

1.2.4.3.1 Uso medicinal

El jengibre es utilizado en la medicina tradicional debido a las diversas propiedades con las que cuenta, como la vitamina C, manganeso, zinc, potasio, entre otros. (ProPatiens, 2019). Este autor propone a su vez, una serie de usos dentro de la medicina tradicional, los cuales son:

- Rizoma Fresco: Se utiliza para los vómitos, tos, distensión abdominal y Pirexia, pues cuenta con propiedades antivirales, las cuales ayudan a contrarrestar al virus infeccioso.
- Rizoma Seco: Se utiliza cuando se presenta diarrea y dolores abdominales, ya que cuenta con propiedades que ayudan a mejorar los problemas digestivos.
- Aceite Esencial: Se utiliza para la fiebre y es un buen estimulante para el apetito.
- Rizoma Seco y Pulverizado: Estimula la circulación sanguínea, lo cual ayuda y previene problemas del corazón. Es un buen antiinflamatorio, lo cual puede ayudar a las personas que tienen artritis.

Además, Sesmilo & Pérez (2017) indican que en los últimos tiempos se ha evidenciado que el uso del jengibre en dosis adecuadas en la etapa de embarazo ayuda a controlar las náuseas que la mayoría de las mujeres presenta durante este periodo y según estudios realizados, el consumo del jengibre no presenta ningún riesgo para el bebé.

1.2.4.3.2 Uso gastronómico

Debido a los distintos beneficios para la salud con los que cuenta el jengibre, este se ha posicionado también en el arte culinario, teniendo una gran variedad de platos en los que puede ser incluido como ingrediente especial debido a su sabor, este “*rizoma*” puede ser añadido en distintas preparaciones entre dulces y saladas. Como condimento salado puede ser utilizada para las carnes, sopas, mariscos, pescados, hortalizas, cremas y salsas. Para los dulces puede ser utilizada con el fin de aromatizar postres de distintas frutas, y debido a su textura y sabor la cual se acopla con facilidad en la repostería.

Según el autor Sevilla (2011) el jengibre se caracteriza por llevar un sabor picante, entre dulce y ácido, lo que resalta el equilibrio del sabor convirtiéndolo en un ingrediente poco peculiar, además despide un olor agradable y duradero. Este tubérculo se distingue por tener un color cenizo por fuera y un color blanco amarillento por dentro. Este mismo autor indica que el jengibre forma parte de una infinidad de platos preparados con recetas clásicas que permiten que al cocinarlo se vuelva cálido y energético, aprovechando así sus propiedades. Este ingrediente combina a la perfección con la salsa de soja, limón, sésamo, aceite, vinagretas y con otros condimentos.

Scholz, C. (2004) indica que, existen varios métodos para clasificar a las especias culinarias, según sus propiedades pueden ser clasificadas en 03 grupos: condimentos estimulantes (dónde se encuentran la pimienta negra, chile, ajos, etc.), especias aromáticas (donde se encuentra clasificada el jengibre, anís, canela, etc.) y especias que proporcionan color (cómo la páprika, azafrán y cúrcuma). Asimismo, indica que el jengibre es un ingrediente indispensable en

la comida tradicional del Oriente ya que el equilibrio de su sabor permite que pueda ser utilizado en distintos platos.

Según el autor Montaldo (1991) los rizomas secos y pelados se pueden preparar con un melado de azúcar, lo cual se denomina como jengibre cristalizado, también menciona que el jengibre puede ser utilizado para preparar pan de jengibre, así como bebidas entre las cuales se encuentran el *ginger-ale* y el *ginger-beerb* Este mismo autor aduce que se cree que el mayor valor del rizoma del jengibre es el aceite esencial que permite darle un sabor exquisito a los alimentos y bebidas.

1.2.4.4 Contraindicaciones del Jengibre

Si bien es cierto el jengibre puede tener muchas propiedades que benefician la salud del ser humano. Sin embargo, el consumo de esta planta puede también tener reacciones negativas para la salud.

Siedentopp (2008) indica que, en caso una persona tenga cálculos biliares y quiera consumir el jengibre, debe primero consultar con su médico para que pueda indicarle si efectivamente puede ingerirla e indicar en qué proporción. Este mismo autor también aduce que para las mujeres que se encuentran en estado de gestación, y quieran consumir el jengibre para evitar las náuseas, este puede provocar una hemorragia por disminución de la síntesis de tromboxano (procesos de coagulación y agregación plaquetaria) si se ingiere en las cantidades no adecuadas.

Según Dávila (s.f.), ingerir dosis superiores a 6gr de extracto de polvo de jengibre puede provocar gastritis o úlceras. Tampoco se debe ingerir si se presentan afecciones graves del estómago como las mencionadas anteriormente, así

también como colitis ulcerosa, enfermedad de Crohn o síndrome del intestino irritable ya que puede agravar la enfermedad.

1.2.4.5 Composición química del jengibre

La composición química de jengibre va de la mano de la variedad del método de cultivación, del tiempo de cosecha y la ubicación de esta planta. Montaldo (1991) indica que esta planta necesita de un clima húmedo y tropical caliente. Asimismo, requiere de suelos fértiles, bien drenados, mullidos y con un alto grado de humedad, así como una potente iluminación.

Singh, et. al. (2008) menciona que el Jengibre se encuentra compuesto principalmente de lo siguiente:

- Aceites esenciales: Los cuales poseen monoterpenos (citról, geraniol) y sesquiterpenos (*zingibereno*, *curcumeno*). Siendo el *Zingibereno* el principal componente del aceite esencial, así como el *geraniol* compuesto en un 25,9%, entre otros.

La Torre, L. (2014) señala que, los compuestos pungentes no volátiles se encuentran conformados por: *Gingeroles*, *shogaoles* y *paradoles*. Asimismo, menciona que el jengibre se encuentra compuesto también por otros componentes como: Pectina, almidón, azúcares, mucílagos, ácidos orgánicos, etc. Los cuales se ven reflejados en el siguiente cuadro:

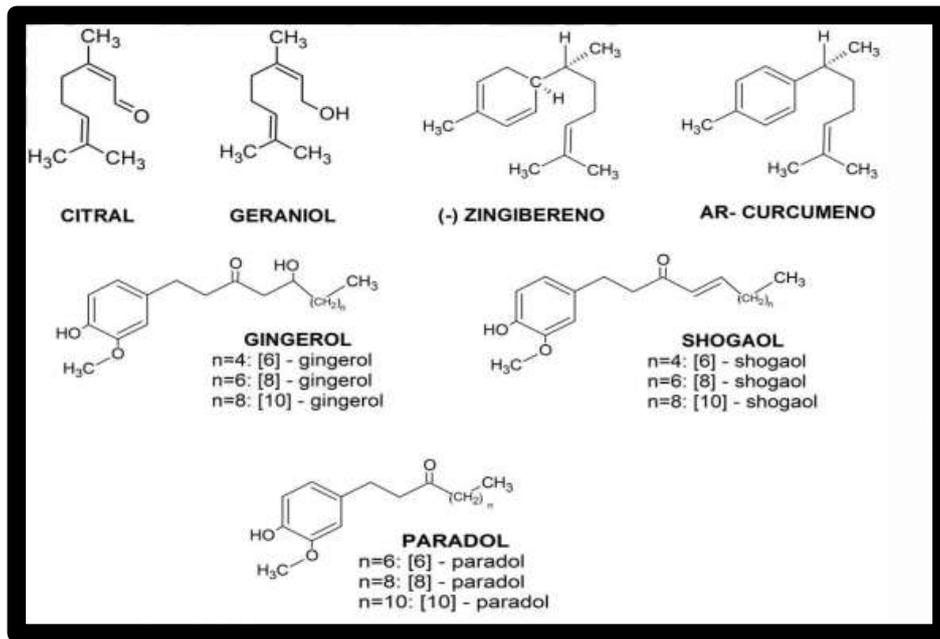


Figura 1

Composición de Zingiber Officinale (jengibre)

Fuente: Figura extraída de La Torre, L. (2014)

1.2.5 Región Junín

1.2.5.1 Historia y origen de la región Junín

La región de Junín data de una antigüedad de 10.000 años A.C. su historia comienza con la presencia de recolectores y cazadores. En los estados regionales de Pumpus, Tamaras y Xauxas- Wankas, la población estuvo conformada por pueblos guerreros que fueron conquistados en el año 1460 por el Inca Pachacutec, convirtiéndose así en la ciudad de Huancayo, que es el principal Tambo Regional de los caminos del Inca. (Turismo Junín Perú, 2016).

Según el informe denominado *Conociendo Junín* elaborado por el Instituto nacional de estadística e informática (2001) menciona que la creación del departamento de Junín (denominación del nombre) partió de varios sucesos de

transformación. En cuanto a su denominación, inicialmente este departamento se designó bajo el nombre de Tarma, Huaylas y Huánuco; pero el nombre que se prevaleció en esa época y aún se encuentra vigente es el de Junín, la cual fue suscrita en el Decreto del 13 de septiembre de 1825 en conmemoración de la gloriosa batalla del 06 de agosto de 1824.

1.2.5.2 Localización

Según Westreicher (s.f.),

- *La teoría de la localización es una corriente de pensamiento económico que incorpora a la ubicación geográfica como una de las variables que determinan el equilibrio de mercado”.*

Esta teoría tiene como principal factor medir cada decisión que toman los consumidores y los productores, ya que la oferta de un producto y su demanda pueden tener cierta distancia lo cual genera ciertos costos, comúnmente llamados fletes de transporte o flete local. Por esta razón el autor menciona que la ubicación geográfica puede influenciar para que un país, ciudad, estado mantenga un equilibrio de mercado.

El Banco Central de Reserva del Perú – BCRP (s.f.) indica que:

- La región de Junín se encuentra ubicada en la zona central de los andes peruanos, con una superficie de 44 329 km², que representa el 3,4% del territorio nacional. Abarca dos regiones naturales, la sierra con 20 821 km² (47%) donde se ubican el valle del Mantaro, valle del Canipaco, la cordillera del Huaytapallana, la meseta del Bombón, las lagunas de Paca y Marcapomacocha y el lago Junín o Chinchaycocha; y la zona ceja de

selva y selva, con 23 508 km² (53%) en las que se ubican los valles de Chanchamayo, Ene, Perené y Tambo”. (Pág.01)

Esta región se encuentra ubicada en una zona privilegiada debido a que la rodean regiones naturales que proporcionan grandes cantidades de insumos y vegetación, los climas propios de la Sierra y Selva permiten que se pueda cosechar distintos productos que pueden ser aclimatados según cada estación, teniendo esta población la oportunidad y ventaja de poder explotar los diversos recursos naturales con los que cuenta esta región.

Según el informe denominado *Resultados definitivos* elaborado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2018), el departamento de Junín presenta delimitaciones con los siguientes departamentos:

- Por el Norte: Con los departamentos Pasco y Ucayali.
- Por el Sur: Con los departamentos Ayacucho y Huancavelica
- Por el Este: Con los departamentos Ucayali y Cusco
- Por el Oeste: Con el departamento Lima.

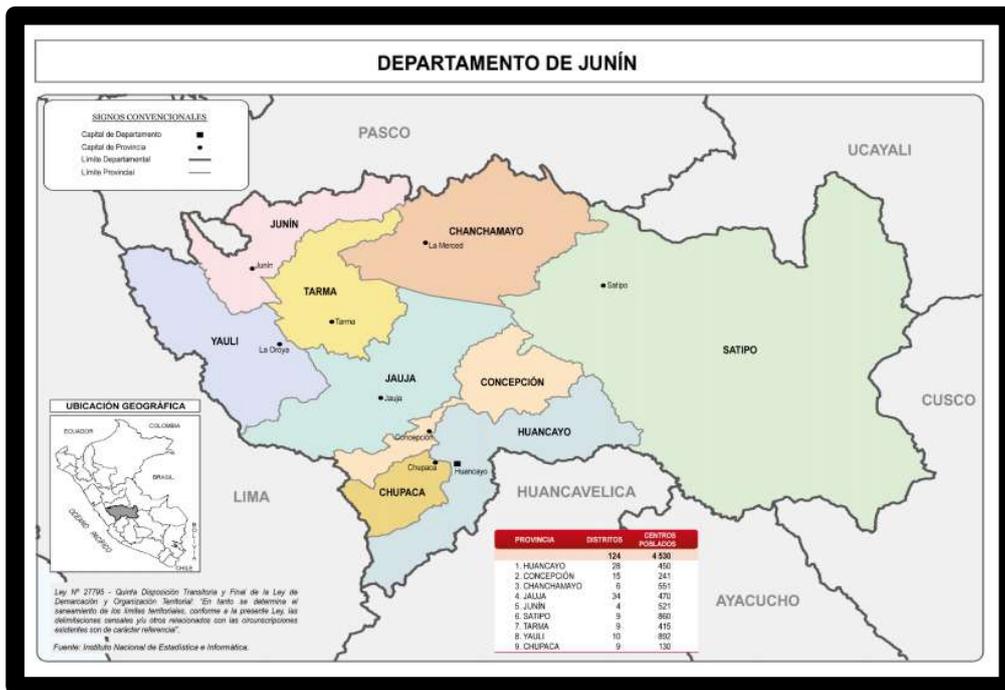


Figura 2

Mapa del departamento de Junín

Fuente: La figura es extraída del Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018). Informe de resultados definitivos Junín.

1.2.5.3 Clima

Actualmente Perú cuenta con 38 diferentes tipos de climas, según el método de Clasificación Climática de Warren Thornthwaite citado por el Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú - SENAMHI (2020) indica que, la constante interacción de los distintos factores climáticos y la misma posición geográfica del país da como resultado una alteración en la fisiografía la cual se considera muy compleja. Existen climas denominados de mayor extensión entre los cuales están: En la costa, clima árido y templado, en la sierra clima lluvioso y frío, y en la selva clima muy lluvioso y cálido.

Los autores Burgos et al. (2018) indican que, Junín presenta zonas de riesgo por desastres y emergencias siendo los más usuales los denominados huaicos, que se presentan en las provincias de Chanchamayo, Satipo, Tarma, Yauli, la Oroya y Andamarca, debido a que estas zonas no cuentan con mucha vegetación. Estos autores señalan además, que también existe la presencia de inundaciones, donde las lluvias se inician en los meses de octubre hasta abril, y con un mayor rango de intensidad en los meses de enero y febrero, el incremento del caudal de los ríos provocan desbordes, lo que conlleva posteriormente a inundaciones de viviendas y los propios terrenos de cultivos, siendo las siguientes provincias las más expuestas ante estos acontecimientos climáticos: Chanchamayo, Satipo, entre otras.

1.2.5.4 Población

Según el informe denominado *resultados definitivos* del censo 2017 elaborado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2018) la provincia que concentra el mayor número de habitantes es Huancayo, con 545 mil 615 personas, agrupando poco menos de la mitad de la población del departamento (43,6%). Le sigue la provincia de Satipo, que cuenta con 203 mil 985 habitantes (16,4%), mientras que la provincia de Junín es la menos poblada, con 23 mil 133 habitantes (1,9%). En el periodo intercensal 2007-2017, se observa un crecimiento de la tasa promedio anual en la provincia de Huancayo, con un aumento en el volumen de la población de 17,0%, creciendo a un ritmo promedio anual de 1,6%. Por el contrario, las provincias que presentan mayor disminución en la tasa de crecimiento promedio anual de su población son Junín (-2,6%), Tarma (-2,2%) y Yauli (-2,1%).

Tabla 4

Población censada y tasa de crecimiento promedio anual según provincia de Junín

2017

Provincia	2007	%	2017	%2	Tasa de crecimiento promedio anual
	Absoluto	%	Absoluto	%	
Huancayo	466,346	38%	545,615	44%	1.6
Concepción	60,121	5%	55,591	4%	-0.8
Chanchamayo	168,949	14%	151,489	12%	-1.1
Jauja	92,053	8%	83,257	7%	-1
Junín	30,187	2%	23,133	2%	-2.6
Satipo	193,872	16%	203,985	16%	0.5
Tarma	112,230	9%	89,590	7%	-2.2
Yauli	49,838	4%	40,390	3%	-2.1
Chupaca	51,878	4%	52,988	4%	0.2
Total	1,225,474	100	1,246,038	100%	0.2

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del INEI (2017).

Nota: En la tabla 4 se evidencia la tasa de crecimiento anual de la población del departamento de Junín según cada provincia en el año 2017 extraído del informe denominado resultados definitivos del Censo 2017.

1.2.5.5 Demarcación Política

Según la Ley de Demarcación y Organización Territorial, Ley N° 27795 (2002):

La circunscripción política son las regiones, departamentos, provincias y distritos, que de acuerdo a su nivel determinan el ámbito territorial de

gobierno y administración. Cada circunscripción política cuenta con una población caracterizada por su identidad histórico-cultural, y un ámbito geográfico, soporte de sus relaciones sociales, económicas y administrativas. (Párrafo 4).

Esta ley indica que la circunscripción política se identifica por la cultura e identidad de cada población que conforma un territorio, así como su historia la cual permanece a lo largo de los años, y es la misma población la que se encarga de tener presente sus costumbres y permiten que trascienda de generación en generación, también se identifica por su economía, status sociales, y soportes administrativos.

Según Mancano (2008) argumenta que, un Estado Nación está formado esencialmente de tres elementos: Un territorio, un pueblo y una soberanía. La utilización del territorio por un pueblo crea un espacio. Este autor indica que estos tres elementos son fundamentales para denominar nación al territorio que debe encontrarse claramente demarcado y que es habitado por un pueblo, siendo a su vez, este último el encargado de crear este espacio en un determinado lugar y el cual hará prevalecer que se respete este Estado Nación.

En el informe denominado *Resultado definitivos* elaborado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2018), la provincia de Junín se encuentra conformada por 09 provincias y 124 distritos, siendo la división de cada una de ellas las indicadas en el siguiente cuadro:

Tabla 5

Distritos de las provincias del departamento de Junín

Provincia	Capital	N° Distritos
Huancayo	Huancayo	28
Concepción	Concepción	15
Chanchamayo	La Merced	6
Jauja	Jauja	34
Junín	Junín	4
Satipo	Satipo	9
Tarma	Tarma	9
Yauli	La Oroya	10
Chupaca	Chupaca	9

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del INEI (2018).

Nota: En la tabla 5 se evidencia la división por provincias, capital y cantidad de distritos del departamento de Junín.

1.2.5.6 Actividad económica

Bastidas (2001) indica que la economía social se encuentra conformada por una empresa y un grupo de asociación de personas que tiene como fin satisfacer con su producción y/o servicio la necesidad del conjunto de personas que forman parte de sus propiedades. Este autor precisa que la relación directa entre empresa y personas forman parte de la economía social de un país, los cuales pueden brindar un servicio u ofrecer algún producto con el fin de satisfacer la necesidad del consumidor para que continúe el proceso de la economía.

Según Guabloche, J., Saldarriaga, A. (2013), la región Junín cuenta con una actividad productiva muy diversificada sectorialmente, entre las cuales destacan los sectores agropecuarios, minería, manufactura, comercio, así como diversos servicios, como lo son los transportes, comunicaciones y turismo. Junín cuenta con favorables condiciones climáticas lo que permite el buen desarrollo de la agricultura, cuenta con varios ecosistemas, como los valles del Mantaro, Tambo y Chanchamayo; los cuales presentan extensas áreas que permiten desarrollar al sector agrícola.

1.2.6 Provincia de Chanchamayo

1.2.6.1 Aspectos generales

La provincia de Chanchamayo ha sido habitada desde hace aprox. 3,500 años A.C. por grupos étnicos, encontrándose entre los más importantes los siguientes: Piro, Amuesha y los Ashaninkas, siendo este último grupo uno de los más predominantes en esta provincia. Se presumía que por esta provincia existió la figura de los incas debido a los restos arqueológicos encontrados durante el paso de los años, pero los historiadores llegaron a la conclusión de que este pensamiento era errado ya que si algo caracterizaba a los pobladores de esta provincia era su coraje y agresividad lo cual demuestra que siempre estuvieron al frente defendiendo su territorio. (Municipalidad Provincial de Chanchamayo).

El instituto de Base de Datos de Pueblos Indígenas u originarios – BDPI (s.f.), indica que, según la historia, el pueblo Ashaninka lideró contra la batalla que hubo entre los misioneros y conquistadores españoles, al mando de Juan Santos Atahualpa en el año 1742, este enfrentamiento trajo consigo un gran beneficio para esta población debido a que logró crear alianzas con otros pueblos

indígenas (Yanesha, Shipibo y Konibo) conociéndolos desde ese entonces como una población resistente.

Según el *Informe económico y Social Región Junín* elaborado por el Banco central de Reserva del Perú – BCRP (2013), la provincia de Chanchamayo se caracteriza por ser una zona que cuenta con un clima cálido, además posee de grandes paisajes selváticos, lo cual la hace acreedora de distintos lugares muy atractivos tanto paisajísticos como culturales, entre los que destacan: El Velo de la Novia y Bayoz, comunidades nativas: Pampa Michi, los cerros del Perfil del Nativo Dormido, entre otros. Otro atractivo en esta provincia son sus numerosas fiestas tradicionales entre las que destacan: La fiesta de Santiago (que se celebra entre los meses de Julio y Agosto) y el Festival turístico de Chanchamayo (que se celebra en el mes de Julio).

Esta provincia tiene una geografía muy extensa, rodeada por colinas que se caracterizan por estar revestidas de mucha vegetación y campos de agricultura. Chanchamayo se encuentra conformada por 06 distritos: Chanchamayo, San Luis de Shuaro, Perené, Pichanaqui, San Ramón, Vitoc.

La población puede desplazarse por carretera hacia los distritos de Vitoc y Monobamba, así como San Ramón y los otros distritos, existe también un aeródromo por el cual parten y aterrizan las avionetas de las localidades llamadas Iscozasin y Puerto Bermúdez localizado en la Merced. (Municipalidad Provincial de Chanchamayo).

Tabla 6

Datos de altitud, superficie y densidad poblacional

DATOS DE ALTITUD, SUPERFICIE Y DENSIDAD POBLACIONAL			
DISTRITOS	ALTITUD (m.s.n.m)	EXTENSIÓN (km2)	DENSIDAD POBLACIONAL
Chanchamayo	751	919.72	27.8 hab/km2
Perené	1,000	1,224.16	40.7 hab/km2
Pichanaki	525	1,496.59	27.1 hab/km2
San Luis de Shuaro	721	177.41	40.5 hab/km2
Vitoc	1,850	313.85	7.3 hab/km2
San Ramón	820	591.67	41.7 hab/km2
Total Provincial		4,723.40	31.8 hab/ km2

Fuente: Elaboración propia con datos de la Municipalidad Provincial de Chanchamayo (s.f.).

Nota: En la tabla 6 se evidencia los datos de la altitud, superficie y densidad poblacional de los distritos que conforman la provincia de Chanchamayo

1.2.6.2 Localización

Gallardo, D. (2018) menciona que, esta provincia (perteneciente al departamento de Junín) según sus coordenadas muestra la siguiente localización: 11,03,00 Latitud Sur y 75,18,15 de Longitud Oeste del Meridiano de Greenwich y una altitud que oscila según los pisos ecológicos de la Provincia de Chanchamayo. Asimismo, este mismo autor menciona las delimitaciones geográficas que presenta esta Provincia, las cuales son:

- Por el Norte: Limita con el departamento de Pasco.
- Por el Sur: Limita con la Provincia de Jauja.
- Por el Este: Limita con la Provincia de Satipo
- Por el Oeste: Limita con las Provincias de Tarma y Junín.



Figura 3

Mapa político de la provincia de Chanchamayo

Fuente: La figura es extraída de la página web de la Municipalidad de Chanchamayo (s.f.). Información general de la provincia de Chanchamayo.

1.2.6.3 Clima

Según la guía climática turística, elaborada por el Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú - SENAMHI (2020) indica que el clima en esta provincia es muy cálida y agradable por el día alcanzado temperaturas entre los 25°C y los 30°C como máximo, durante la noche el clima suele ser muy fresco. En esta provincia suele llover todo el año, y con mayor intensidad entre los meses de Diciembre a Marzo a lo que también se suman los truenos y relámpagos, pero esto ya no suele sorprender a los pobladores pues esta provincia siempre ha mantenido este tipo de clima.

1.2.6.4 Población

Según el *Informe económico y Social Región Junín* elaborado por el Banco central de Reserva del Perú – BCRP (2013), indica que la provincia de Chanchamayo, tiene un total de 513 centros poblados, de los cuales 263 centros se encuentran inmersos en los rangos poblacionales establecidos por la normatividad de la organización territorial; conformados por un promedio de habitantes desde 150 hasta 22,000 personas, la diferencia de la población, se encuentran por debajo de los 150 habitantes, los cuales se encuentran ubicados en áreas rurales y en forma dispersa.

1.2.6.5 Actividad Económica:

Según López, J. (2019) la actividad económica tiene como objetivo fundamental y se encuentra basado en satisfacer una necesidad o un deseo, más allá de la manera cómo se logre cubrir (es decir ya sea que se produzca, que se revenda, o se realice venta de inmuebles o algún servicio). Este mismo autor también menciona que el generar ingresos no necesariamente es una regla para considerar que estamos frente a una actividad económica, indicando que es aquí donde se puede diferenciar una actividad económica de una actividad lucrativa, es por ello que afirma que hoy en día prácticamente casi toda la sociedad gira en torno a la actividad económica.

Según el *Estudio de Diagnóstico y Zonificación Territorial de la Provincia de Chanchamayo* elaborado por el Gobierno Regional de Junín (2008) indica que el comercio de esta provincia depende básicamente del crecimiento de la población y su ubicación. Asimismo, menciona que los distritos más desarrollados en el comercio son: San Ramón, Perené y Bajo Pichanaqui (siendo estos dos últimos quienes se encuentran liderando en el comercio frente al resto de distritos) esto

es debido a su constante crecimiento del área urbana y la cantidad de entidades tanto públicas como privadas que permiten que la población pueda acceder al libre consumo.

Según el *Informe económico y Social Región Junín* elaborado por el Banco central de Reserva del Perú – BCRP (2013), el principal producto agrícola que se exporta del Perú es el café, el cual es producido en esta Provincia (el café representa un aproximado del 25% de la producción nacional, lo que convierte a la provincia de Chanchamayo en la principal productora del café). Asimismo, la naranja se encuentra considerada como una de las frutas con mayor participación en la producción ya que en las provincias de Chanchamayo y Satipo se producen las mejores naranjas y cítricos, de igual forma se añaden a los productos más destacados en la producción de esta provincia a la piña y alcachofa.

En este mismo informe, se indica que la principal fuente de ingresos para esta provincia es del sector pecuario ya que Chanchamayo es conocida por ser una zona productora de ganado ovino, auquénidos, alpacas y llamas (especialmente de estas dos últimas mencionadas) así como proveedor de leche.

1.2.7 Provincia de Satipo

1.2.7.1 Aspectos generales

Según lo informado en el Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Satipo entre los años 2008 al 2021, el origen de las primeras culturas se debe a que muchos pobladores migraron desde Colombia y Brasil (vía fluvial) hasta zonas aledañas al río Ucayali, llegando más tarde a tomar posesión de los ríos Perené, Ene, Tambo y Satipo. Dando así lugar a las nuevas poblaciones

amazónicas que fueron construyendo con el paso de los años una nueva identidad. Esta población amazónica surgió por la búsqueda de tierras fértiles, capaces de poder dar buenos frutos que ayudarán a la conservación de esta población, así como nuevas zonas de pesca, recolección y caza. (Municipalidad Provincial de Satipo).

Según el *Informe económico y Social Región Junín* elaborado por el Banco central de Reserva del Perú – BCRP (2013), la población Ashaninka es la más numerosa en esta provincia, debido a que esta población es caracterizada por habitar áreas rurales de la selva, puesto que respetan y valoran mucho a los ancestros y estas áreas, ya que son su fuente principal de alimentación.

Asimismo, menciona que esta provincia presenta un clima tropical, y que es un lugar que posee lugares muy atractivos y turísticos, entre los que destacan: Las cataratas de Pangoa y Tsomontonari, el Río Tambo. Así como su iglesia, ya que resaltan las imágenes hechas a mano del Cristo en la Cruz y la Virgen María vestidos ambos con vestimenta originaria de los Ashaninkas.

El autor Malpartida, R. (2016) indica que, la provincia de Satipo se encuentra conformada por 08 distritos, los cuales son: Satipo, Coviriali, Llaylla, Mazamari, Pampa hermosa, Pangoa, Río Negro y Río Tambo (todos ubicados en la región de Selva Alta). Esta provincia se expande sobre la cordillera de los Andes, para ser más exactos pasa entre la cordillera oriental y el llano amazónico.

1.2.7.2 Localización

Esta provincia se localiza entre las coordenadas geográficas de los paralelos 10° 41'27" y 12°28'36" de latitud Sur y 73°26'40" y 75°03'10" de longitud Oeste del meridiano de Greenwich y tiene una altitud que depende de los pisos

ecológicos de esta provincia, la cual puede oscilar desde los 230 m.s.n.m. en Villa Junín (Distrito Río Tambo) hasta los 4950 m.s.n.m. en el cerro de Untay Paccha (Distrito de Pampa Hermosa). (Ministerio de desarrollo Agrario y Riego – MIDAGRI.)

Según el Estudio de diagnóstico y zonificación para el tratamiento de la demarcación territorial de la provincia Satipo, elaborado por el Gobierno Regional de Junín (2008) indica que, esta provincia presenta las siguientes delimitaciones:

- Por el Norte: Limita con los distritos Puerto Bermúdez (Provincia Oxapampa, Departamento Pasco) y Raymondi (Provincia Atalaya, Departamento Ucayali).
- Por el Sur: Limita con los distritos Quimbirl y Pichari (Provincia la Convención, Departamento Cusco).
- Por el Este: Limita con los distritos Raymondi, Sepahua y Echarate.
- Por el Oeste: Limita con los distritos de Ayahuanco, Tintay Punco y Huachocolpa, Santo Domingo de Acobamba, Andamarca y Comas, Monobamba, Vitoc y Pichanaqui.

SATIPO: UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA CAPITAL LEGAL DE LOS DISTRITOS

DISTRITO	CAPITAL	UBICACIÓN GEOGRÁFICA				
		ALTITUD (m.s.n.m.)	COORD. GEOGRÁFICAS		COORD. UTM-WGS84	
			LONGITUD OESTE	LATITUD SUR	NORTE (Km.)	ESTE (Km.)
Satipo	Satipo	632	74°38'10"	11°15'12"	8755974.3890	539715.7240
Coviriali	Coviriali	780	74°37'39"	11°17'30"	8751754.9966	540651.9683
Llaylla	Llaylla	1100	74°35'24"	11°22'47"	8741997.3568	544731.1331
Mazamari	Mazamari	700	74°31'49"	11°19'49"	8747601.2900	551260.6100
Pampa Hermosa	Mariposa	1400	74°45'00"	11°24'09"	8739473.6628	527265.9873
Pangoa	San Martín de Pangoa	500	74°29'25"	11°25'49"	8736399.4690	555614.6070
Río Negro	Río Negro	800	74°39'27"	11°12'40"	8760649.2970	537383.9413
Río Tambo	Puerto Prado	350	74°14'48"	11°09'49"	8765820.5800	582250.0500

Figura 4

Ubicación geográfica de los 08 distritos que conforman la provincia de Satipo

Fuente: La figura 4 fue extraída del Gobierno Regional de Junín (2008).
Estudio de diagnóstico y zonificación para el tratamiento de la demarcación territorial de la provincia Satipo.

1.2.7.3 Clima

El Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú - SENAMHI (2020) acota que Satipo es un lugar de muchas áreas verdes que siempre se encuentra rodeado de caídas de agua (como la catarata de Parijaroni). Las temperaturas máximas durante el día oscilan entre 25°C y los 30°C, asimismo, las temperaturas mínimas se encuentran entre los 15°C y los 20°C ya que la provincia de Satipo siempre está rodeada de vientos muy húmedos provocados por la misma Amazonía. Las lluvias son permanentes en esta provincia y suelen presentarse pasado el mediodía.

1.2.7.4 Población

Según el Plan Operativo Institucional elaborado por la Municipalidad Provincial de Satipo (2008), Satipo cuenta con un total de 45,917 habitantes, dónde se observa un gran potencial en la población joven (que conforma un 30% del total

de la población que habita en esta provincia) lo cual es considerado un aspecto muy importante en este plan, ya que a largo plazo puede emplearse una proyección que ayude al crecimiento y desarrollo de esta zona.

1.2.7.5 Actividad económica

Según el Plan Operativo Institucional elaborado por la Municipalidad Provincial de Satipo (2008) indica que las actividades primarias representan un 78% de los ingresos de la provincia, mientras que las actividades secundarias y terciarias representan un 15% y 7 % respectivamente. La actividad primaria que más destaca es la agropecuaria, la mayoría de la población de Satipo se dedica a esta actividad ya que es su principal fuente de alimentos.

Según el *Estudio de Diagnóstico y Zonificación Territorial de la Provincia de Satipo* elaborado por el Gobierno Regional de Junín (2007) indica que, el sector primario abarca actividades de extracción directa como: La agricultura, ganadería, pesca, minería y silvicultura. La actividad principal de esta provincia es la agropecuaria, predominando la agricultura, y en menor proporción la ganadería. Esta actividad agropecuaria impacta en un 65.93% en la economía de Satipo.

En este mismo estudio, acota que el sector secundario abarca todas las actividades que guardan relación con la transformación industrial de materia prima, alimentos, bienes o mercancías. Satipo cuenta también con la actividad de industria – manufacturera y construcción, pero esta sólo abarca el 3.98%.

CAPÍTULO II

HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de la hipótesis

Hipótesis general

Existe una relación significativa entre la capacidad exportadora y el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020

Hipótesis Específicas

- Existe una relación de la capacidad de producto con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020.
- Existe una relación de la capacidad productiva con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020.
- Existe una relación de la capacidad comercial con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020.

2.2 Variables de investigación

Variable 1

Capacidad exportadora: Álvarez, A. & Rojas, A. (2019) indican que, la capacidad exportadora es una estrategia muy importante para toda empresa que quiere surgir en el mercado internacional, ya que esto les

permite tener un buen rendimiento en su productividad e incrementar sus márgenes de ganancias. Este incremento forma parte de las fortalezas que una empresa debe contar y las cuales deben ser aprovechadas ya que son oportunidades que el mismo mercado del exterior ofrece.

Dimensiones:

- Capacidad del producto
- Capacidad productiva
- Capacidad comercial

Variable 2

Crecimiento empresarial: Según Correa, A. (1999) Es el objetivo básico de la empresa de cara a conseguir la supervivencia de la misma a largo plazo,

Indicadores

- Activo total neto
- Número de empleados
- Volumen de ventas
- Inversión

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño Metodológico

Según Vara (2012), el diseño metodológico se basa en la obtención de respuestas fiables a las interrogantes de cada investigación y esto se realiza a través del uso de técnicas que son empleadas como herramientas básicas para el buen desarrollo de la misma. Asimismo, este autor menciona que, el diseño es una relación de actividades que describen los pasos a seguir y permite que estas actividades organizadas se adapten a las particularidades de cada investigación.

El enfoque cuantitativo según Sampieri (2014) expresa que la utilización de recolección de datos se emplea para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, esto con el objetivo de establecer patrones de comportamiento de la información y validar las teorías. Es por ello que el presente estudio tiene un enfoque cuantitativo, porque se realizarán cuestionarios a las empresas exportadoras de Jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo (pertenecientes a la región Junín) en el año 2020, de las cuales se obtendrán una muestra específica que permitirá obtener una medición numérica que se analizará con información recolectada en una base de datos confiables.

De igual manera la investigación es de tipo aplicada. Murillo (2008) refiere a la investigación aplicada como una exploración práctica o empírica ya que se basa en utilizar los conocimientos alcanzados y ponerlos en práctica mientras se continúa adquiriendo otros, los cuales son sistematizados e implementados

durante la investigación. Dicho esto, la presente investigación se basa en aplicar los conocimientos adquiridos mientras se emplea la información de fuentes confiables para demostrar la relación del conocimiento del exportador con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre fresco, contribuyendo así a impulsar las exportaciones de las regiones.

Esta investigación tiene un alcance descriptivo correlacional porque busca medir la relación entre las 2 variables de la presente investigación, por ello, Hernández et al. (2014) conceptualiza que dicho alcance se basa en dar a conocer el vínculo o asociación entre dos o más variables dentro de un marco en particular. Asimismo, después de hallar dicho vínculo se procede a medir, cuantificar y analizar la relación entre las variables.

Respecto al diseño de la investigación, Hernández et al. (2014) señala que un diseño no experimental se basa en analizar u observar las variables en su contexto original ya que no se realizan manipulaciones, no se controlan ni se influye en ellas, con el fin de no alterar su efecto. Por consiguiente, la presente investigación tiene un diseño no experimental, ya que se sólo se busca analizar y explicar la influencia de la variable independiente sobre la dependiente.

Por ello se considera que la presente investigación tiene un corte transversal porque se analizará los datos e información del periodo 2020 de las empresas exportadoras de jengibre ubicadas en las provincias de Chanchamayo y Satipo y, además, se hará la medición solo una vez. Ante esto, Cortés e Iglesias (2004), mencionan que una investigación de corte transversal solo recolecta y obtiene datos de un tiempo predeterminado, tiene como objetivo dar a conocer el análisis y relación de las variables en un determinado periodo. Es decir, este tipo de

investigación hace referencia a una captura de un tiempo único de la hipótesis que se estudia y se busca demostrar.

3.2 Diseño Muestral

López (2004) define la población como un conjunto o universo que se constituye por personas, animales, objetos, entre otros, los cuales tienen como finalidad dar a conocer algo específico en una investigación, esto dependerá del tipo de investigación que se realice para reunir a la población deseada. Por ello, en el presente trabajo la población que se emplearán serán las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín con el fin de obtener una data importante para el desarrollo de la presente investigación. Según la SUNAT (2020) fueron 21 empresas en total que exportaron Jengibre en la región Junín:

Tabla 07

Empresas exportadoras de jengibre de la región Junín en el año 2020

EMPRESAS EXPORTADORAS DE JENGIBRE -JUNIN (2020)			
EXPORTADOR	RAZÓN SOCIAL	DEPARTAMENTO	PROVINCIA
20604671842	AGRO DEVELOP PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	JUNIN	SATIPO
20600861647	AGROEXPORTACIONES LLACTA S.A.C.	JUNIN	CHANCHAMAYO
20543733769	AGROINDUSTRIAS JAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-AGROINDUSTRIA JAS E.I.R.L.	JUNIN	CHANCHAMAYO
20513328495	AGRONEGOCIOS LA GRAMA S.A.C.	JUNIN	CHANCHAMAYO
20600192249	ASOCIACION AGROECOLOGICA SOSTENIBLE HIGH MOUNTAIN	JUNIN	CHANCHAMAYO
20486014998	ASOCIACION DE PRODUCTORES DE MACA DEL VALLE DEL MANTARO	JUNIN	HUANCAYO
20605602887	COOPERATIVA AGRO INDUSTRIAL BIOFRUITS PICHANAKI LTDA - CAI BIOFRUITS PICHANAKI LTDA	JUNIN	CHANCHAMAYO
20539964349	DOÑA DOROTEA S.A.	JUNIN	SATIPO
20604851239	ECOLOGICAL HIGH MOUNTAIN S.A.C.	JUNIN	CHANCHAMAYO
20601116431	ELISUR ORGANIC S.A.C.	JUNIN	CHANCHAMAYO
20603148879	HAMILTON FARM PERU S.A.C.	JUNIN	CHANCHAMAYO
20604801002	HAPPY VEG S.A.C.	JUNIN	CHANCHAMAYO
20601229294	JCH AGROEXPORTACIONES S.A.C.	JUNIN	CHANCHAMAYO
20516791722	KION EXPORT S.A.C.	JUNIN	CHANCHAMAYO
20568617267	LA CAMPIÑA PERU S.A.C.	JUNIN	SATIPO

20601225566	NATIVA ORGANICS S.A.C.	JUNIN	CHANCHAMAYO
20523214099	RAINFOREST ORGANIC PERU S.A.C.	JUNIN	CHANCHAMAYO
20603529171	RTE AMAZON S.A.C.	JUNIN	SATIPO
20600451317	TROPIC-X S.A.C	JUNIN	CHANCHAMAYO
20605609857	VANCARD PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	JUNIN	CHANCHAMAYO
20600614666	VISION COMERCIAL VRAEM S.A.C.	JUNIN	SATIPO

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por SUNAT (2020).

Nota: En la tabla 7 se evidencia las distintas empresas que exportan jengibre en las provincias de Chanchamayo y Satipo. Estas empresas serán parte de la población constituida para la presente investigación.

De la misma manera, López (2004) afirma que la muestra es un subgrupo de la población o parte representativa que será empleada para la investigación, para determinar dicha muestra se puede realizar diversos procedimientos tales como fórmulas, lógica, entre otros. También afirma que si la población es menor a 50 tiene que ser la misma cantidad en la muestra. Por ello, en esta investigación se determinó que la muestra se encuentra conformada por las empresas exportadoras de jengibre ubicadas en las provincias de Chanchamayo y Satipo, siendo un total de 66 personas entre gerentes, directivos y jefes de un total de 21 empresas como se encuentra estipulado en la tabla 7.

La unidad de análisis según Hernández et.al (2014) se refiere a quiénes se aplica el instrumento de medición, ya sean participantes o casos, esto quiere decir que la unidad de análisis indica a quiénes se va a medir en el trabajo de investigación. Por ello en el presente trabajo, la unidad de análisis serán gerente, directivo, jefe de áreas y/o personal administrativo de las empresas exportadoras de jengibre de las provincias de Satipo y Chanchamayo ya que se busca medir si la

capacidad exportadora tiene una relación significativa con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre.

Según Otzen y Manterola (2017) en el tipo de muestreo no probabilístico la elección de los elementos de estudio que conforman el subgrupo de la población se da a criterio o propósito del investigador y de acuerdo a las características o tipo de investigación que se está realizando, no depende de la probabilidad. Asimismo, definen el muestreo intencional en el cual se puede seleccionar o limitar la población de acuerdo a ciertas características. Se usa en investigaciones en que la muestra es reducida.

Por consiguiente, el tipo de muestra que se usará en la presente investigación será no probabilístico intencional debido a que esta investigación tiene como sujeto de estudio las empresas exportadoras de jengibre de las provincias de Satipo y Chanchamayo lo que provoca una reducción de la población y muestra a investigar, pues son pocas las empresas que presentan las características indicadas.

3.3. Técnica de recolección de datos

Según Casas et. al (2003), definen la encuesta como una técnica de recolección de datos que ayuda a adquirir y procesar datos de manera rápida y eficaz, asimismo mencionan que la encuesta es una técnica muy utilizada en las investigaciones. Respecto al instrumento utilizado, Hernández et al. (2014) afirma que se trata de un conjunto de preguntas que tienen como objetivo principal medir y analizar las variables de estudio, las cuales deben estar alineadas con el problema y la hipótesis general, a su vez menciona que es el instrumento más utilizado para la recolección de datos

La técnica de recolección de datos para esta investigación será la encuesta y el instrumento utilizado será el cuestionario, compuesto de 33 preguntas de tipo cerradas, para el cual se utilizará como valor ordinal la escala de Likert, para ello cada alternativa tendrá un valor numérico. Por último, se analizarán las tres dimensiones de la variable independiente las cuales fueron adaptadas de la investigación elaborada por el autor Stefan (2012) con título Elaboración de una metodología para medir la capacidad exportadora de las pymes en Venezuela.

Debido a la coyuntura actual, para realizar las encuestas y así recolectar los datos necesarios para la investigación, utilizaremos una herramienta llamada Google Formulario, la cual permitió estructurar nuestro cuestionario, realizarla de manera online y obtener los datos en tiempo real. Google (s.f.) afirma que Google formulario permite recibir las respuestas de manera inmediata, y estas pueden personalizarse de manera original, se cuenta con diversos tipos de preguntas y, a su vez, las respuestas se recopilan y se organizan de manera automática.

La encuesta se realizará mediante la aplicación de Google forms que permitirá crear un instrumento de manera virtual para ser enviado por distintos medios como correo electrónico o un link de acceso. Esto debido a la pandemia ya que no se pueden movilizar hasta la región de Chanchamayo y Satipo para aplicar la encuesta de manera presencial.

3.4. Técnicas estadísticas para procesamiento de información

En el presente trabajo se utilizarán diversas técnicas para procesar la información recolectada, entre ellas se hará uso de la herramienta Microsoft Excel con el fin de tabular los datos obtenidos en los cuestionarios aplicados, el autor Marqués (2010), define a esta herramienta como una aplicación que

contiene distintos componentes como base de datos, hoja de cálculo, procesador de textos, entre otros las cuales permiten nuevas oportunidades de una mejor elaboración de trabajo y permite un análisis completo de los datos recolectados.

Asimismo, según Microsoft (s.f.) señala que Excel simplifica la entrada de datos con su función autorrellenar y se pueden obtener diversos tipos gráficos respecto los datos ingresados para así facilitar la identificación de tendencias o patrones de información.

Para procesar y analizar la información recabada a través de los cuestionarios realizados a los gerentes, directivos, jefes de área y/o personal administrativo que posea ciertos conocimientos de los procesos de las empresas exportadoras de jengibre se utilizará un software estadístico denominado SPSS (Statistical Package for Social Sciences que traducido al español significa Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales) Según IBM (s.f.), SPSS es un software que nos permite realizar un análisis estadístico avanzado, exportación de gráficos, además cuenta con diversos algoritmos de aprendizaje automatizados, asimismo es flexible y fácil de usar, lo cual permite un análisis de texto y la integración de big data en conjunto con otras aplicaciones.

3.5 Aspectos éticos

Según el código de ética de la universidad San Martín de Porres (2008) indica que, se tiene como base fundamental el promover e incentivar a la plana docente, estudiantil, y todas aquellas personas que conforman el entorno social a que formen parte de una cultura institucional para que se lleve a cabo una buena práctica de las relaciones académicas. Entre los principios éticos de la universidad se destacan los siguientes: El respeto, la veracidad, honestidad,

integridad, compromiso, equidad, justicia, búsqueda de la excelencia, calidad en el servicio, actitud innovadora, trabajo en equipo, libertad, tolerancia, entre otros.

Por ello uno de los principios éticos que se destaca es la integridad intelectual la cual es fundamental para la investigación debido a que en este trabajo se busca dar a conocer información debidamente citada con el fin de brindar información verídica de otros autores y manifestar conclusiones al respecto sin dejar de resaltar la fuente inicial del presente trabajo.

Otro principio ético que se destaca es el trabajo en equipo, ya que para hacer posible el presente trabajo se necesitó de una organización en los tiempos y la cooperación de ambos investigadores para lograr reunir información debida y con un juicio crítico para brindar la información que se presenta, además de ser muy importante este punto no sólo para el presente trabajo sino para la vida profesional de cada uno, pues es con este principio ético que también se pueden abrir nuevas oportunidades laborales.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1 Resultados de la Investigación

En este capítulo se presentan los resultados que se pudieron obtener de los cuestionarios aplicados de manera virtual debido a la coyuntura actual que se está viviendo en el mundo entero a causa de la pandemia (CO-VID 19), por lo que en el presente trabajo de investigación se aplicó el instrumento de cuestionario que fue aplicado a las empresas exportadoras de jengibre de las regiones de Satipo y Chanchamayo.

4.1.1 Descripción de la muestra

Para la presente investigación se obtuvo una muestra de 66 colaboradores, los cuales estuvieron conformados por Gerentes, directivos, jefes de área y/o personal administrativo, aplicados a un total de 21 empresas exportadoras de jengibre de las regiones de Satipo y Chanchamayo.

Fueron un total de 33 preguntas aplicadas en cada encuesta, las cuales fueron realizadas bajo el modelo de escala de Likert, esta herramienta fue utilizada debido al grado de información que es capaz de brindar y de recopilar para un mejor análisis de la información recabada.

4.2.2 Estadística de fiabilidad

Tabla 8

Prueba de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.865	33

Fuente: Elaboración Propia

Nota: En la tabla 8 se muestra el resultado de la prueba de fiabilidad aplicada al cuestionario

El cuestionario utilizado es confiable dado que el nivel de confiabilidad obtenido mediante el coeficiente Alpha de Cronbach fue de .865 es decir que se encuentra en un nivel bueno, aportando un sistema de alta fiabilidad para medir la correlación de las variables y dimensiones determinadas.

4.1.2 Prueba de normalidad

Tabla 9

Prueba de normalidad: Kolmogórov

Kolmogórov-Smirnov			
	Estadístic	Gl	Sig.
	^o		
CE	0.151	66	<.001
CRE	0.160	66	<.001

Fuente: Elaboración Propia

Nota: En la tabla 9 se muestra el resultado de la prueba de normalidad aplicada a las variables

La aplicación de la prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov arrojó como resultados .001 para la variable capacidad exportadora y .001 para la variable crecimiento empresarial, siendo estos menores a 0.05, lo que refleja que no existe una distribución normal, siendo necesaria la aplicación de la prueba no paramétrica de Spearman para medir la correlación entre las variables y las dimensiones.

4.2 Resultados de la Contrastación de la Hipótesis

Se realizó la prueba de hipótesis para hallar la correlación entre las variables y dimensiones del presente trabajo, siendo necesario aplicar el método de Spearman ya que se halló que no existe una distribución normal.

Tabla 10

Rango de correlación de Spearman

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Mondragón, A. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en Fisioterapia. *Movimiento Científico*, 8(1), 98-104.

Nota: En la tabla 10 se detalla el rango de correlación de Spearman.

4.2.1 Subtítulo derivado de la hipótesis general:

Tabla 11

Resultados de la hipótesis general

Hipótesis general: Existe una relación significativa entre la capacidad exportadora y el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020

	Capacidad de Exportación	Crecimiento Empresarial
--	--------------------------	-------------------------

Rho de Spearman	Capacidad de Exportación	Coefficiente de correlación	1.000	-0.267*
		Sig. (bilateral)	.	0.030
		N	66	66
	Crecimiento Empresarial	Coefficiente de correlación	-0.267*	1.000
		Sig. (bilateral)	0.030	.
		N	66	66

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

Nota: En la tabla 11 se muestra el resultado de la prueba de Spearman aplicada a la hipótesis general

Al aplicar el Método de Correlación de Spearman, como se visualiza en la Tabla 11 se obtuvo como resultado un valor de correlación negativa débil de -0.267* y un valor de p (significancia) de 0.030 que es menor a 0.05, por lo tanto, existe significancia. Con estos resultados se confirma la hipótesis general, evidenciándose que existe una relación significativa de carácter negativo débil entre la variable capacidad de exportación y el crecimiento empresarial.

4.2.2 Subtítulo derivado de la hipótesis específica 1:

Tabla 12

Resultados de la hipótesis específica 1

Hipótesis específica número uno: Existe una relación significativa entre la capacidad del producto y el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020

			Capacidad del Producto	Crecimiento Empresarial
Rho de Spearman	Capacidad del Producto	Coefficiente de correlación	1.000	-0.325**
		Sig. (bilateral)	.	0.008
		N	66	66
	Crecimiento Empresarial	Coefficiente de correlación	-0.325**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.008	.
		N	66	66

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

Nota: En la tabla 12 se muestra el resultado de la prueba de Spearman aplicada a la hipótesis específica 1

Al aplicar el Método de Correlación de Spearman, como se visualiza en la Tabla 12 se obtuvo como resultado un valor de correlación negativo de -0.325** y un valor de p (significancia) de 0.008 que es menor a 0.05, por lo tanto, existe significancia. Con estos resultados se acepta la hipótesis específica número uno, ya que existe relación significativa de carácter negativo débil entre la capacidad del producto y el crecimiento empresarial.

4.2.3 Subtítulo derivado de la hipótesis específica 2:

Tabla 13

Resultados de la hipótesis específica 2

Hipótesis específica número dos: Existe una relación significativa entre la capacidad productiva y el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020

			Capacidad Productiva	Crecimiento Empresarial
Rho de Spearman	Capacidad Productiva	Coeficiente de correlación	1.000	-0.106
		Sig. (bilateral)	.	0.395
		N	66	66
	Crecimiento Empresarial	Coeficiente de correlación	-0.106	1.000
Sig. (bilateral)		0.395	.	
N		66	66	

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

Nota: En la tabla 13 se muestra el resultado de la prueba de Spearman aplicada a la hipótesis específica 2

Al aplicar el Método de Correlación de Spearman, como se visualiza en la Tabla 13, se obtuvo como resultado un valor de correlación negativo muy débil de -0.106 y un valor

de p (significancia) de 0.395 que es mayor a 0.05 y por lo tanto no existe significancia. Con estos resultados se rechaza la hipótesis específica número dos, debido a que, si bien existe una correlación negativa muy débil, no hay significancia; lo que señala de manera clara que no existe relación significativa entre la capacidad productiva y el crecimiento empresarial.

Tabla 14

Resultados de la hipótesis específica 3

Hipótesis específica número tres: Existe una relación significativa entre la capacidad comercial y el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020

			Capacidad Comercial	Crecimiento Empresarial
Rho de Spearman	Capacidad Comercial	Coefficiente de correlación	1.000	0.018
		Sig. (bilateral)	.	0.884
		N	66	66
	Crecimiento Empresarial	Coefficiente de correlación	0.018	1.000
		Sig. (bilateral)	0.884	.
		N	66	66

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

Nota: En la tabla 14 se muestra el resultado de la prueba de Spearman aplicada a la hipótesis específica 3

Al aplicar el Método de Correlación de Spearman, como se visualiza en la Tabla 14, se obtuvo como resultado un valor de correlación de 0.018 lo que refleja que no existe correlación y un valor de p (significancia) de 0.884 que es mayor a 0.05 y por lo tanto no existe significancia. Con estos resultados se rechaza la hipótesis específica número tres, ya que no existe correlación ni significancia entre capacidad comercial y crecimiento empresarial. Estos resultados reflejan que no

existe relación significativa entre la capacidad comercial y el crecimiento empresarial.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 Discusión de resultados obtenidos

En el presente apartado se presentará el análisis de los resultados obtenidos en la investigación. Estos resultados evidencian las correlaciones referentes a las variables y dimensiones seleccionadas para el estudio, destacando especialmente a la significancia de dichas correlaciones.

Con base en los resultados obtenidos, se puede señalar que los datos de la investigación coinciden con investigaciones a nivel nacional e internacional y con referentes teóricos presentados en la investigación. En el estudio de Álvarez (2020) se analizó los factores que incidieron en la exportación de jengibre para el año 2012- 2019, obteniendo que la producción de jengibre durante el período descrito no tuvo una incidencia significativa en relación a la exportación de jengibre. Este planteamiento permite sustentar los resultados obtenidos, ya que, en las correlaciones realizadas, la hipótesis general y la hipótesis específica número uno muestra correlaciones negativas débiles y las hipótesis específicas número dos y tres no muestran significancia, lo que deja entrever que si aumenta la capacidad exportadora no aumentará el crecimiento empresarial o podría disminuir en las empresas exportadoras de jengibre en la región de Satipo y Chanchamayo en el año 2020.

En referencia a lo mencionado en líneas precitadas, se puede decir que regularmente se piensa que la capacidad exportadora puede guardar relación directa y positiva con la capacidad empresarial pero no siempre sucede de esta

manera, pues intervienen diversos factores que pueden dificultar a las empresas exportadoras para crecer y expandirse en nuevos mercados; como lo reseña Mondragón (2017) quien expone que los limitantes en la exportación pueden ser comerciales, referidas a la falta de contactos; logísticos, referidos al elevado precio de fletes y la distancia de rutas comerciales y financiero, referidos a la rentabilidad y planificación de la empresa. Estas inferencias permiten fundamentar los resultados obtenidos en las hipótesis generales y específicas, evidenciándose que la capacidad del producto, la capacidad productiva y la capacidad comercial están mediadas por diversos obstáculos que pueden generar una correlación negativa o la inexistencia de ésta en relación con el crecimiento empresarial.

Por otro lado, al realizar el análisis de las correlaciones entre variables y dimensiones a través de la prueba no paramétrica de Spearman, se puede concordar con la investigación presentada por Miralles, et al. (2018) quienes evaluaron el crecimiento empresarial y expusieron como conclusión que las empresas que logran obtener un crecimiento son las de mayor tamaño, ya que poseen mayores recursos e infraestructura. Siendo que las empresas localizadas en Satipo y Chanchamayo, en su mayoría las Pyme o Mype, no cuentan con los suficientes recursos o tecnificación para poder crecer a pesar de que exista una capacidad exportadora. Finalmente, la investigación de Laborde y Zambrano (2019) señala que la mayoría de los productores y exportadores de jengibre cuentan con estudios primarios y se dedican a la producción de jengibre a medio tiempo, desempeñando actividades económicas alternas como la construcción o negocios comerciales como bodegas. Los resultados obtenidos en la investigación de Laborde y Zambrano, permite sustentar los resultados de

la presente investigación al reflejar que los productores y exportadores de Jengibre no cuentan con la especialización suficiente para obtener un crecimiento empresarial considerable.

Habiendo realizado el análisis y discusión de los resultados y pudiendo compararlos con investigaciones y planteamientos teóricos, se puede afirmar que el presente estudio aporta a la comunidad científica y académica, ya que ha permitido conocer la relación de la capacidad exportadora con el crecimiento empresarial en las empresas exportadoras de jengibre en Satipo y Chanchamayo en el año 2020.

CONCLUSIONES

1. Se ha determinado que la variable capacidad exportadora y la variable crecimiento empresarial se relacionan de manera negativa y significativa en las empresas exportadoras de jengibre en la localidad de Satipo y Chanchamayo en el año 2020. Con un nivel de significancia de 0.030, siendo una correlación negativa débil.
2. Se ha determinado que la dimensión capacidad del producto y la variable crecimiento empresarial se relacionan de manera negativa y significativa en las empresas exportadoras de jengibre en la localidad de Satipo y Chanchamayo en el año 2020. Con un nivel de significancia de 0.008, siendo una correlación negativa débil.
3. Se ha determinado que la dimensión capacidad productiva y la variable crecimiento empresarial se relacionan de manera negativa, pero sin significancia en las empresas exportadoras de jengibre en la localidad de Satipo y Chanchamayo en el año 2020. Con un nivel de significancia de 0.395, siendo mayor a 0.05 por lo cual no existe relación significativa
4. Se ha determinado que no existe relación entre la dimensión capacidad comercial y la variable crecimiento empresarial en las empresas exportadoras de jengibre en la localidad de Satipo y Chanchamayo en el año 2020. Con un nivel de significancia de 0.884, siendo mayor a 0.05 por lo cual no existe relación significativa.

RECOMENDACIONES

PRIMERO. Ampliar el estudio evaluando otros aspectos referidos a la exportación de jengibre y el crecimiento empresarial, siendo un ejemplo de ello el valor agregado.

SEGUNDO. Las instituciones y organizaciones encargadas presten mayor apoyo a los exportadores de las Regiones de Satipo y Chanchamayo, a fin de brindarles capacitaciones constantes y ayuda financiera para poder llegar a mercados internacionales.

TERCERO. El jengibre es uno de los productos más comercializados, siendo exportado a gran variedad de países debido a su gran calidad. Es por ello que, deben potenciarse planes y proyectos para poder aumentar la exportación de este producto y permitir que las pequeñas y medianas empresas exportadoras en el interior del país puedan crecer, innovando y mejorando la gestión de exportación referente a logística, financiamiento, rentabilidad, etc.

CUARTO. En general, se recomienda a los investigadores y a la comunidad científica y académica a investigar y profundizar sobre la producción, comercialización y exportación de jengibre, desarrollando planes, planteando soluciones o brindando nuevo conocimiento que permita obtener resultados positivos a futuro referentes al comercio de jengibre peruano.

REFERENCIAS

- Acuña, O., Torres, A. (2010). Aprovechamiento de las propiedades funcionales del jengibre (*Zingiber officinale*) en la elaboración de condimento en polvo, infusión filtrante y aromatizante para quema directa. *Revista politécnica*, 29(1), 60-69. <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/4343/1/RP-No.29%288%29.pdf>
- Álvarez, A. & Rojas, A. (2019). *Fortalecimiento financiero y capacidad exportadora de las mypes textiles en San Juan de Lurigancho 2016-2018*. [Tesis Licenciatura, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/48485/%c3%81lvarez_CAB-Rojas_CAK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Álvarez, M. (2020). Determinación de la competitividad y los factores que afectan las exportaciones de jengibre peruano (2012 -2019) [Tesis Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola.] https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USIL_7a6f127947e840562e5fe70180952731
- Armando, C. (2020). *EL JENGIBRE O KION PERUANO, UNA ESTRELLA QUE VUELVE* (*Zingiber officinale*) (Nota Técnica N.09). Acosta, J. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1476844/EI%20jenjibre%20o%20ki%20peruano%20una%20estrella%20que%20vuelve.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú (2013). *Informe económico y Social Región Junín*. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2013/junin/ies-junin-2013.pdf>
- Banco Central de Reserva del Perú (s.f.). Correlacionador exportaciones no tradicionales por sector económico. Ministerio de Economía y Finanzas.
- Banco Central de Reserva del Perú. (s.f.). *Caracterización del departamento de Junín*. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Huancayo/Junin-Characterizacion.pdf>
- Base de Datos de Pueblos Indígenas u Originarios - BDPI (s.f.). *Pueblo Ashaninka*. <https://bdpi.cultura.gob.pe/pueblos/ashaninka>

- Bastidas, O. (2001). Economía social y economía solidaria: Intento de definición. Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social, 1(1). P.5
<https://www.redalyc.org/pdf/622/62210102.pdf>
- BBC News Mundo (22 de junio del 2020). Coronavirus en Perú. El repentino boom del negocio del jengibre peruano durante la pandemia de covid-19.
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-53102394>
- Burgos, J., et al (2018). Planeamiento Estratégico para la Región Junín. [Tesis para grado de Magister, Pontificia Universidad Católica del Perú].
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12399/BURGOS_CALLER_PLANEAMIENTO_JUNIN.pdf;sequence=1
- Carrasco, M. (2018). Factores limitantes y oportunidades para la exportación de jengibre en la Región Junín en el periodo 2013-2017 [Tesis Licenciatura, Universidad César Vallejo.]
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/41871>
- Casas, J. et al (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. Aten Primaria. 31(8): 527-534
<http://www.unidadocentemfyclasspalmas.org.es/resources/9+Aten+Primaria+2003.+La+Encuesta+I.+Cuestionario+y+Estadistica.pdf>
- Castillo, C. (2013). *Uso del jengibre identificando sus propiedades gastronómicas, adobantes y de guarnición en langostinos macerados con adobos instantáneos, en Santo Domingo de los Tsáchilas 2013*. [Tesis para la obtención de Título de Tecnóloga en gastronomía, Universidad tecnológica Equinoccial]. Repositorio digital de la universidad tecnológica Equinoccial.
http://192.188.51.77/bitstream/123456789/19279/1/6908_1.pdf
- Cisternino, A. (2019). Jengibre: todo lo que hay que saber sobre el ingrediente de moda. ABC. https://www.abc.es/sumum/gastronomia-gourmet/abci-jengibre-todo-saber-sobre-ingrediente-moda-201802160951_noticia.html?ref=https:%2F%2Fwww.bing.com%2F
- Cortés, M. y Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre metodología de la investigación*. Universidad Autónoma del Carmen. <http://uprid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1750>

Correa, A. (1999). *Factores determinantes del crecimiento empresarial*. Universidad de la Laguna. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/10016/cs82.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Dávila, A. (s.f.). *Clasificación científica*. Isnaya. <http://isnaya.org.ni/FCNMPT/laboratorio/jengibre.php>

Decreto Legislativo 1053 de 2009. Decreto legislativo que aprueba la ley general de aduanas. 15 de enero del 2009.

Del Villar, J y Melo, E. (2010). *Guía de plantas medicinales del Magreb* [Archivo PDF] https://www.areasaludbadajoz.com/images/datos/elibros/guia_plantas_medicinales_magreb.pdf

Dirección general de políticas agrarias, Dirección de estudios económicos e información agraria (2020). *El jengibre o kión peruano, una estrella que vuelve*. Ministerio de desarrollo agrario y riego. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1476844/El%20jengibre%20o%20ki%20peruano%20una%20estrella%20que%20vuelve.pdf>

El nombre científico y características del jengibre fueron extraídos a través del Midagri (<https://www.midagri.gob.pe/portal/download/pdf/sectoragrario/agricola/lineasdecultivosemergentes/JENGIBRE.pdf>)

Exportar para crecer Guía práctica de comercio exterior (2015) [Archivo PDF]. http://www.iberglobal.com/files/2015/guia_comercio_exterior.pdf

Francia, P. y Pacheco, D. (2020). *Variables determinantes y relacionadas en las exportaciones de jengibre fresco (Partida Arancelaria 0910.11.00.00) de la República del Perú al Reino de los Países Bajos, comprendido en los años 2012 – 2019* [Tesis Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.] https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652587/Francia_MP.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Galindo, Mariana y Viridiana Ríos (2015) “Exportaciones” en Serie de Estudios Económicos, Vol. 1, Julio 2015. Mexico DF: México ¿cómo vamos?

- Gallardo, M. (2018). *Centro Cafetalero de Chanchamayo*. [Tesis para la obtención del Bachiller, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio digital de la universidad de San Ignacio de Loyola. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/2018_Gallardo-Camarena.pdf
- García, I. (2017). Definición de Exportación. Economía Simple. <https://www.economiasimple.net/glosario/exportacion>
- Gestión (11 de junio del 2020). Perú casi triplica exportaciones de jengibre por coronavirus. <https://gestion.pe/peru/peru-casi-triplica-exportaciones-de-jengibre-por-coronavirus-noticia/?ref=signwall>
- Gestión (18 de agosto del 2020). Perú, el nuevo paraíso del kión, o jengibre. <https://gestion.pe/peru/mincetur-peru-el-nuevo-paraiso-del-kion-o-jengibre-coronavirus-noticia/>
- Gestión (29 de julio del 2019). EE.UU. paga más por el jengibre peruano que por el importado desde China y Brasil. <https://gestion.pe/economia/ee-uu-paga-jengibre-peruano-importado-china-brasil-274336-noticia/>
- Guabloche, J., Saldarriaga, M. (2013). Aspectos económicos y sociales de la región Junín. *Revista moneda*, 12-17. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-155/moneda-155-02.pdf>
- H. Noori y R. Radford. "Administración de Operaciones y Producción". Mc Graw Hill. 1997.
- <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/237/1/BASTIDAS%202017%20TESIS%20JENGIBRE%2026-05-2014.pdf>
- <http://sdot.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2016/06/junin.pdf>
- Huesca, C. (2012). *Comercio Internacional*. Red Tercer Milenio. https://www.academia.edu/30804963/Comercio_internacional_CECILIA_HUESCA_RODRIGUEZ
- Instituto de Ecología, A.C. – Inecol (s.f.). *Jengibre (Zingiber officinale)*. Gobierno de México. <https://www.inecol.mx/inecol/index.php/es/ct-menu-item-25/planta-del-mes/37-planta-del-mes/499-jengibre-zingiber-officinale>
- Instituto nacional de estadística e informática - INEI (2018). *Junín, resultado definitivos*.

https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1576/12TOMO_01.pdf

Instituto nacional de Estadística e Informática (2001). Conociendo Junín. Oficina departamental de Estadística e Informática de Junín. https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0428/Libro.pdf

Kalenatic, D., López Bello, C. A., & González Rodríguez, L. J. (2008). Modelo de ampliación de la capacidad productiva. *Ingeniería*, 14(2), 67–77. <https://doi.org/10.14483/23448393.2381>

Koo, W. (21 de diciembre del 2020). Categoría: Jengibre – Kión. Agrodaperu. <https://www.agrodaperu.com/category/exportaciones/jengibre-kion-exportacion>

La Patria (08 de junio del 2020). Exportación de fruta y jengibre elevan indicadores económicos del Perú. <https://www.lapatria.pe/exportacion-de-fruta-y-jengibre-elevan-indicadores-economicos-del-peru/>

La Torre, L. (2014). *Evaluación del efecto antiinflamatorio de Zingiber officinale Roscoe (Jengibre) en animales de experimentación*. [Tesis para la obtención del Título, Universidad Católica de Santa María. Repositorio digital de la universidad Católica de Santa María. <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/4407/65.1502.FB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

La Torre, L. (2014). Evaluación del efecto antiinflamatorio de Zingiber Officinale Roscoe (Jengibre) en animales de experimentación. [Tesis Título profesional, Universidad Católica de Santa María]. <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/4407/65.1502.FB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lavanchy, N. (10 de Junio de 2016). *7 maravillosas maneras de usar el jengibre en la cocina*. UPSOCL. <http://www.upsocl.com/comida/7-maravillosas-maneras-de-usar-el-jengibre-en-la-cocina/>

Ley N° 27795 de 2002. Establece la demarcación y organización territorial. 23 de Julio del 2002. <https://www.minam.gov.pe/wp-content/uploads/2017/04/Ley-N%C2%B0-27795.pdf>

- Lombana, J. y Martínez, D. (2012). *PYME: Rutas para la exportación*. Universidad del Norte. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=lang_es&id=cSajDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR9&dq=exportaci%C3%B3n+significado&ots=un4aTjOj0k&sig=tmxwC7VrTsfABIAynIKp23W5iNw&redir_esc=y#v=onepage&q=exportaci%C3%B3n%20significado&f=false
- López, J. (12 de agosto, 2019). *Actividad económica*. Economipedia.com <https://economipedia.com/definiciones/actividad-economica.html>
- López, P. (2004). *Población muestra y muestreo*. Punto Cero. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=s1815-02762004000100012&script=sci_arttext
- Maldonado, L., Mejía, C. (2003). *Proyecto de producción y comercialización del jengibre para consumo local y como alternativa de exportación en el canton marcabeli en la provincia de El Oro*. [Tesis para la obtención del Título, Escuela superior politécnica del Litoral-ESPOL]. Repositorio digital de la Escuela superior politécnica del Litoral – ESPOL. <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3814/1/6341.pdf>
- Malpartida, R. (2016). *Riesgo a incendios forestales en la Provincia de Satipo – Junín*. [Tesis para la obtención del Bachiller, Universidad Nacional del Centro del Perú]. Repositorio digital de la universidad Nacional del Centro del Perú. <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/3471/Malpartida%20Mauricio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mancano (2008), Tipología de los Territorios. <https://web.ua.es/es/giecryal/documentos/documentos839/docs/bernardo-tipologia-de-territorios-espanol.pdf>
- Marqués, A. (2010). *Excel 2010 en profundidad*. RC Libros. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5ty4ACJ7Gz8C&oi=fnd&pg=PR11&dq=qu%C3%A9+es+excel%3F&ots=lcmm6tbj8Z&sig=NZux3c3HiRyNgruF2iIF4UnnW3s#v=onepage&q=qu%C3%A9%20es%20excel%3F&f=false>
- Mateus, D. (2019). *Plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de infusiones de jengibre con frutas*

deshidratadas ecuatorianas a Zaragoza – España. [Tesis para la obtención del Título, Universidad de las Américas]. Repositorio digital de la universidad de las Américas. <http://dspace.udla.edu.ec/jspui/bitstream/33000/10801/1/UDLA-EC-TINI-2019-38.pdf>

Méndez, R. (10 de marzo de 2021). *Exportación de Servicios*. Emprender Sunat. Recuperado el 09 de mayo del 2021 de <https://emprender.sunat.gob.pe/node/159>

Meneses A., et al (2017, Julio – Diciembre). Implicaciones de la inversión en recursos intangibles sobre la capacidad exportadora de las empresas de Santander, Colombia. 9(2). P.397-417. <http://www.scielo.org.co/pdf/fype/v9n2/2248-6046-fype-9-02-00397.pdf>

Microsoft Excel (s.f.). Recuperado de: <https://support.microsoft.com/es-es/office/crear-un-libro-en-excel-94b00f50-5896-479c-b0c5-ff74603b35a3>

Minervini, N. (2015). *Ingeniería de la exportación: la ruta para internacionalizar su empresa*. ESIC. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=lang_es&id=reMmDQAAQB AJ&oi=fnd&pg=PT22&dq=exportaci%C3%B3n&ots=L98Mtl1kS-&sig=MryS-GVvpb1vXPuRWRnAnD-VsfU&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2014). Texto Educativo Comercio Exterior [Archivo PDF]. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/herramientas/MinceturLibro2014.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020). Nota de prensa 2020. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/184055-envios-de-fruta-y-jengibre-mantienen-al-alza-agroexportaciones-no-tradicionales>

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (2021). Nota de prensa 2021. <https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/323582-peru-se-consolido-el-2020-como-el-cuarto-exportador-mundial-de-jengibre>

Mondragón, O. y Rubio, J. (2014). *Obstáculos a la actividad exportadora: Encuesta a las empresas exportadoras del Perú. 2018* [Documento de Discusión CIUP, Universidad del Pacífico.]

<https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/968/DD1410.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mondragón, V. (2016). ¿Qué es una certificación internacional y cuáles son las más importantes? Diario del Exportador. <https://www.diariodelexportador.com/2016/09/que-es-una-certificacion-internacional.html>

Mondragón, V. (2017). Las 5 fases de un proceso de exportación en el Perú. Diario del Exportador. <https://www.diariodelexportador.com/2017/12/las-5-fases-de-un-proceso-de.html>

Mondragón, V. (2017). Obstáculos que se presentan en la exportación. Diario del Exportador. <https://www.diariodelexportador.com/2017/10/obstaculos-que-se-presentan-en-la.html>

Mondragón, V. (2018). El proceso de exportación paso a paso. Víctor Mondragón. <https://www.victormondragon.com/2018/12/el-proceso-de-exportacion-paso-paso.html>

Montaldo, A. (1991). *Cultivo de raíces y tubérculos tropicales*. (2da ed. Rev.) (p. 374-375). Servicio editorial IICA. <http://repiica.iica.int/docs/B4130e/B4130e.pdf>

Municipalidad provincial de Chanchamayo. (s.f.). *Información general de la provincia de Chanchamayo*. <https://www.munichanchamayo.gob.pe/informacion.php>

Municipalidad Provincial de Satipo (2008). *Plan operativo Institucional* https://www.peru.gob.pe/docs/planes/12089/plan_12089_plan%20operativo%20institucional_2009.pdf

Municipalidad provincial de Satipo (s.f.). Creación del distrito de Satipo. <https://www.munisatipo.gob.pe/historia/>

Navarro, E., Avellán, B. (2015). *Desarrollo y promoción de una conserva artesanal a base de Jengibre (Zingiber officinale)*. [Tesis para la obtención del Título, Universidad de Guayaquil]. Repositorio digital de la universidad de Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/12328/1/Tesis%2058.pdf>

- Otzen, T. & Manterola, C. Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. *Int. J. Morphol.*, 35(1):227-232, 201. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Perez, A. & Lozada, J. (2018). Capacidad de innovación de producto y desempeño innovador: efectos innovadores de síndromes organizacionales. *Revista Venezolana de Gerencia* (23). Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29055767014/29055767014.pdf>
- Pérez, D. y Zárate, R. (2020). La competitividad de las empresas exportadoras de jengibre de la región Junín - 2019 [Tesis Licenciatura, Universidad Continental.] <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/7712>
- Platinetti, L., Porcal, M., Sanchez, R. (2016). *Galletas a base de harina de trigo enriquecidas con extracto de jengibre rico en Polifenoles*. [Tesis de Licenciatura en Nutrición, Universidad nacional de Córdoba]. Repositorio digital de la Universidad nacional de Córdoba – RDU. <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/4614/Informe%20FINAL%20Tesis%20Jengibre.pdf?sequence=1%20>
- Polania, J. (2019). *Realizar un análisis del control de capacidad de proceso en Líneas de producto de la empresa manufacturera - Cali*. [Tesis para optar el Título de Administrador de Empresas, Universidad Autónoma de Occidente]. <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/11742/T08886.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Portilla, S. (2014). La demanda de jengibre en Cali - Colombia y su comercialización desde el Cantón el Carmen Provincia de Manabí. [Tesis Licenciatura, Universidad Politécnica Estatal del Carchi.] <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/112/1/187%20LA%20DEMANDA%20DE%20JENGIBRE%20EN%20CALI-COLOMBIA%20Y%20SU%20COMERCIALIZACI%C3%93N%20DESDE%20EL%20CANT%C3%93N%20EL%20CARMEN%20PROVINCIA%20DE%20MANABI-PORTILLA%20ZAMBRANO%2C%20SANTIAGO.pdf>
- Puente, A. y 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 Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias

Aplicadas.]

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/651575/Puente_BA.pdf?sequence=8#:~:text=Durante%20los%20%C3%BAltimos%20a%C3%B1os%2C%20las,pico%20en%20el%20a%C3%B1o%202017

Pumasunco, L. (2020) ÉXITO EN LAS EXPORTACIONES PERUANAS DE JENGIBRE AL 1ER CUATRIMESTRE 2020. ADEX. <https://cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2020/06/%c3%89XITO-EN-LAS-EXPORTACIONES-DE-JENGIBRE-AL-1ER-CUATRIMESTRE-2020-.pdf>

Quispe, M. (2017). Exportación de jengibre fresco orgánico al mercado de Berlín - Alemania [Tesis Licenciatura, Universidad de San Martín de Porres.] <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/2919>

Ramirez, J., et al (2020). Capacidad comercial y factores de competitividad en productores de maíz (*Zea mays*) en Oaxaca, México. *Revista Bio Ciencias*. 7(1). P. 1-17. <http://revistabiociencias.uan.edu.mx/index.php/BIOCIENCIAS/article/view/897>

Redactado por ProPatiens (2019). Las propiedades curativas del jengibre. *ProPatiens news*. <https://news.propatiens.com/propiedades-curativas-jengibre/>

Salas, R. (2021). Obtención de oleorresina de jengibre (*Zingiber officinale*). [Informe, Universidad Nacional Intercultural de la Amazonia.] <https://es.scribd.com/document/517185867/Informe-01-de-Jengibre>

Salgado, F. (2011). El jengibre (*Zingiber officinale*). *Revista Internacional de Acupuntura, Volumen 5(4)*, 167-173. El jengibre (*Zingiber officinale*) | *Revista Internacional de Acupuntura* (elsevier.es)

Sánchez Ramírez, D.A. (2005). *Plan de exportación de pulque enlatado marca "Néctar del Razo" a Vancouver, BC. Canadá* [Tesis Licenciatura, Universidad de las Américas Puebla.]. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/sanchez_r_da/

Scholz, C. (2004). Las especias: sabores que definen la gastronomía. *Hospitalidad – ESDAI*. Pag. 71-84. Recuperado de: <https://revistas.up.edu.mx/ESDAI/article/view/1333>

- Secretaría de demarcación y organización (2011). Estudio de diagnóstico y zonificación para el tratamiento de la demarcación territorial de la provincia Junín.
- Secretaría de demarcación y organización territorial (2007). Estudio de diagnóstico y zonificación para el tratamiento de la demarcación territorial de la provincia Satipo. <http://sdot.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2016/06/Satipo.pdf>
- Secretaría de demarcación y organización territorial (2008). Estudio de diagnóstico y zonificación para el tratamiento de la demarcación territorial de la provincia Chanchamayo. <http://sdot.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2016/06/chanchamayo.pdf>
- Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú (2020). *Clima / Mapa climático del Perú*. <https://www.senamhi.gob.pe/main.php?dp=junin&p=mapa-climatico-del-peru>.
- Sesnilo, G. & Pérez, L. (15 de Marzo de 2017). El uso del jengibre para la prevención y tratamiento de las náuseas asociadas a la gestación y a la quimioterapia se considera eficaz y seguro. *Blog de Endocrinología y Nutrición*. <http://www.endocrino.cat/es/blog-endocrinologia.cfm/ID/7680/ESP/jengibre-para-las-nauseas-.htm>
- Sevilla, D. (2011). *Las propiedades del jengibre y su utilización en la cocina*. [Tesis para la obtención de Título de Ingeniero en Administración Gastronómica, Universidad Iberoamericana del Ecuador. UNIB.E]. <http://repositorio.unibe.edu.ec/bitstream/handle/123456789/146/SEVILLA%20QUISHPE%20DIEGO%20ARMANDO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Siedentopp, U. (2008). El jengibre, una planta medicinal eficaz como medicamento, especia o infusión. *Revista Internacional de Acupuntura, Volumen 2(3)*, 188-192. <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-internacional-acupuntura-279-articulo-el-jengibre-una-planta-medicinal-13125914>
- Singh, G., et. al. (2008). Chemistry, antioxidant and antimicrobial investigations on essential oil and oleoresins of *Zingiber officinale*. *Food and Chemical Toxicology*, 46(10), 3295-3302

- Stefan, D. (2012). Elaboración de una metodología para medir la capacidad exportadora de las PYME's en Venezuela. *Compendium* (15). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88025738003>.
- Sulser, R. (2004). *Exportación Efectiva*. Ediciones Fiscales ISEF. https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=lang_es&id=xAUmAgalnHAC&oi=fnd&pg=PA19&dq=definici%C3%B3n+de+exportaci%C3%B3n&ots=Zu1fH6J85I&sig=zHwU2Z74GftiX22LhBHS47j8v9Q&redir_esc=y#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20de%20exportaci%C3%B3n&f=false
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (s.f.). Orientación Aduanera Exportación. Ministerio de Economía y Finanzas. <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/exportacion/index.html>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (s.f.). Estadísticas y Estudios Nota tributaria aduanera. Ministerio de Economía y Finanzas. <https://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/exportaciones.html>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2017). SERPOST – Exporta Fácil. Ministerio de Economía y Finanzas. <https://asistenteaduanero.sunat.gob.pe/servicio-postal-nacional-serpost-importa-facil-fob-hasta-5000>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (s.f.). Despacho Simplificado de Exportación. Ministerio de Economía y Finanzas. <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/despsimpexportacion/consideraciones.html>
- Trinidad, B., Cortés, S., Izquierdo, T.(2013). Efecto del extracto hidroalcohólico de *Zingiber officinale roscoe* (jengibre) en modelo de hepatotoxicidad en ratas. *Revista cubana de plantas medicinales*, 18(3), 431-444. <https://www.medigraphic.com/pdfs/revcubplamed/cpm-2013/cpm133j.pdf>
- Turismo Junín. (2016). Región Junín. <http://www.turismojuninperu.com/page/regi%C3%B3n-jun%C3%ADn>
- Universidad de San Martín de Porres (2008). *Código de ética de la Universidad de San Martín de Porres*. <https://www.usmp.edu.pe/nuesuniv/pdf/CODIGO%20DE%20ETICA.pdf>

- Varga, Z. (2009). La investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33 (1),155-165.
<https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>
- Westreicher, G. (s.f.). Economipedia, haciendo fácil la economía. *Teoría de la localización*. <https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-la-localizacion.html#:~:text=La%20teor%C3%ADa%20de%20la%20localizaci%C3%B3n,determinan%20el%20equilibrio%20de%20mercado.&text=A%20partir%20de%20este%20enfoque,L%C3%B3sch%2C%20han%20desarrollado%20sus%20teor%C3%ADas>.
- Zalamea, M., Bastidas J., Casabona, L. (2017). *Análisis por cromatografía gaseosa y espectrometría de masa del aceite esencial de jengibre*. Editorial Grupo compás.
- Zambrano, E. (2015). Diversidad genética del jengibre (*Zingiber officinale* Roscoe) a nivel molecular: Avances de la última década. *Entramado*, 11(2), 190-199.
https://www.researchgate.net/publication/303504177_Diversidad_genetica_del_jengibre_Zingiber_officinale_Roscoe_A_nivel_molecular_Avances_de_la_ultima_decada
- Zambrano, L. y Laborde, A. (2019). Caracterización agro-socioeconómica del cultivo de jengibre (*Zingiber officinale*) y su contribución al empleo en el Recinto Cuatro Mangas del Cantón Buena Fe. [Tesis Licenciatura, Universidad Técnica Estatal de Quevedo.]
<http://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/3857>
- Fierro, I., Villacres, C. (2014). Diagnóstico de la cadena logística de exportación del banano ecuatoriano hacia Estados Unidos de América. *Saber, Ciencia y Libertad*, 8(2), 77-89.
<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/1985/1487>
- Cámara de Comercio de Bogotá (2008). Los Incoterms y su uso en el comercio internacional.
https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/3138/3053_Los_INCOTERMS_y_su_uso_en_el_comercio_internacional2.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Cámara de comercio internacional (2020). Introducción a los Incoterms gratuitos 2020. <https://iccwbo.org/publication/incoterms-2020-introduction/>
- Bello, J. (2020). Estudio de aplicación del correcto incoterm en empresa importadora de insumos. [Grado de Especialización, Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.] <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/16061/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- De Lucio, J. et. al. (2017). Los márgenes comerciales españoles antes y después de la Gran Recesión. *Estudios de economía aplicada*, 35(1), 43-62. <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/2435/0>
- Aguilera, C. y Puerto D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la responsabilidad social. *Pensamiento & Gestión*, 32 (1), 1-26 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64623932002>.
- Samaniego, M. (2019). Plan de comercialización para incrementar el volumen de ventas en la empresa Moceprosa.S.A., provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba. [Grado de Titulación, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de empresas.] <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13938/1/102T0296.pdf>
- Santa Cruz, N. (2019). Implementación de un plan estratégico para incrementar la rentabilidad sobre las ventas de la empresa agregados y Maquinarias San Luis S.A.C., Trujillo, 2018. [Grado de Titulación, Universidad César Vallejo, Facultad de Ingeniería.] https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41616/Santa%20Cruz_ONDP.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Daza, J. (2016). Crecimiento y rentabilidad empresarial en el sector industrial brasileño. *Contaduría & Administración*, 61 (2), 265-282. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39544252004>
- Blazquéz, F. et. al. (2006). Concepto, perspectiva y medida del crecimiento empresarial. *Cuadernos de administración* 19 (31), 165-195. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20503107>
- Vega, A. (2018). La gestión del conocimiento y su relación con el crecimiento empresarial de las mypes exportadoras del sector calzado de la ciudad de Trujillo. [Grado de Maestro - MBA, Universidad César Vallejo, especialidad en Gestión empresarial.]

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/652891/Reyes_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Puerto, D. (2010). La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Pensamiento & Gestión*. <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n28/n28a09>
- Montero, E. (2011). *Determinación y consecuencia de la aplicación del impuesto temporal a los activos netos en la liquidez de las empresas industriales en Tacna: Periodo 2007 - 2008*. [Tesis para la obtención de Maestría, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann - Tacna]. Repositorio digital de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann - Tacna. <http://dspace.udla.edu.ec/jspui/bitstream/33000/10801/1/UDLA-EC-TINI-2019-38.pdf>
- Álvarez, L. (2009). Aspectos de inequidad en la relación laboral con los empleados temporales. *Psicogente*, 12(22),378-389. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=497552354011>
- Mondragón, A. (2014). Uso de la correlación de Spearman en un estudio de intervención en Fisioterapia. *Movimiento Científico*, 8(1), 98-104. <file:///C:/Users/sistema/Downloads/Dialnet-UsoDeLaCorrelacionDeSpearmanEnUnEstudioDeIntervenc-5156978.pdf>
- Ormaza, M. , Guerrero, M. (2021). *Gestión de calidad y crecimiento empresarial: Análisis bibliométrico*. (1era ed.) (p. 318-333). Revista Venezolana de Gerencia. <https://www.redalyc.org/journal/290/29066223021/html/>
- Miralles, M. et al (2018). *Crecimiento empresarial y políticas públicas de desarrollo regional en EUROACE*. (1era ed.) (p. 215-225). Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research. <https://www.redalyc.org/journal/289/28966226004/html/>

ANEXOS

Anexo I: Matriz de Consistencia

LA CAPACIDAD EXPORTADORA Y SU RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE JENGIBRE EN LAS PROVINCIAS DE SATIPO Y CHANCHAMAYO EN EL AÑO 2020

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Dimensiones	
¿Cuál es la relación de la capacidad exportadora con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020?	Determinar la relación de la capacidad exportadora con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020	Existe una relación significativa entre la capacidad exportadora y el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020	Variable 1: Capacidad exportadora	· Capacidad del producto	<ul style="list-style-type: none"> · Enfoque: Cuantitativo · Tipo: Aplicada · Alcance: Descriptivo correlacional · Diseño: No experimental · Unidad de investigación: Gerente, directivo, jefe de área y/o personal administrativo de las empresas exportadoras
				· Capacidad productiva	
				· Capacidad comercial	
			Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> · Activo total neto · Número de empleados · Volumen de ventas · Inversión 	
			· Activo total neto · Número de empleados · Volumen de ventas · Inversión		
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Dimensiones	Indicadores	Fuentes de Información
¿Cuál es la relación de la capacidad del producto con el crecimiento de las empresas exportadoras de	Determinar la relación de la capacidad de producto con el crecimiento de las empresas	Existe una relación de la capacidad de producto con el crecimiento de las empresas exportadoras de	Capacidad del producto	· Cantidad de productos exportables	<ul style="list-style-type: none"> · Revisión Documental (Libros, Tesis, Revistas, Papers, Artículos Científicos)
				· Calidad de productos	

jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020?	exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020	jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020		<ul style="list-style-type: none"> · ventaja competitiva del producto 	<ul style="list-style-type: none"> · Cuestionario estructurado en Escala de Likert.
¿Cuál es la relación de la capacidad productiva con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020?	Determinar la relación de la capacidad productiva con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020	Existe una relación de la capacidad productiva con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020.	Capacidad productiva	<ul style="list-style-type: none"> · Capacidad de producción 	
				<ul style="list-style-type: none"> · Homologación de proveedores 	
¿Cuál es la relación de la capacidad comercial con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020?	Determinar la relación de la capacidad comercial con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020	Existe una relación de la capacidad comercial con el crecimiento de las empresas exportadoras de jengibre en las provincias de Satipo y Chanchamayo en el año 2020.	Capacidad comercial	<ul style="list-style-type: none"> · Conocimiento de las ventajas de los acuerdos comerciales. 	
				<ul style="list-style-type: none"> · Conocimiento de la estrategia comercial y condiciones de venta de la competencia en el país meta. 	

Anexo II: Matriz de Operacionalización de variables

Variable Independiente: Capacidad exportadora

Variable: Capacidad exportadora			
Definición conceptual: Es la capacidad de penetración de la empresa en los mercados internacionales, medida como la razón entre el valor de las exportaciones y el total facturado por concepto de ventas. (Meneses, et al, 2017).			
Instrumento: Cuestionario		Técnica: Encuesta	
Estatus Lógico: Independiente			
Unidad de Análisis: Exportadores de jengibre fresco en la provincia de Satipo y Chanchamayo			
Dimensiones	Indicadores	Ítems (Enunciados o Preguntas)	Valores y Categorías (Escala de Likert)
Capacidad del producto	Cantidad de productos exportables	1. ¿Hay suficiente cantidad de jengibre fresco para abastecer al mercado internacional?	Totalmente de acuerdo
			De acuerdo
			Indeciso
			En desacuerdo
			Totalmente en desacuerdo
		2. ¿Considera que existe una alta demanda del jengibre fresco en el mercado internacional?	Totalmente de acuerdo
			De acuerdo
			Indeciso
			En desacuerdo
			Totalmente en desacuerdo
			Totalmente de acuerdo

		3. ¿Se exporta el jengibre fresco en la misma proporción que se produce?	De acuerdo
			Indeciso
			En desacuerdo
			Totalmente en desacuerdo
	Calidad de productos	1. ¿El jengibre fresco que se exporta cumple con los estándares internacionales de calidad?	Totalmente de acuerdo
			De acuerdo
			Indeciso
			En desacuerdo
		2. ¿Considera que el jengibre fresco que se exporta tiene una alta calidad de producto?	Totalmente en desacuerdo
			Totalmente de acuerdo
			De acuerdo
			Indeciso
		3. ¿Considera que el jengibre fresco que se exporta cumple con las expectativas de calidad que el cliente requiere?	En desacuerdo
			Totalmente en desacuerdo
			Totalmente de acuerdo
			De acuerdo
Ventajas competitivas del producto	1. ¿Considera que el precio del jengibre fresco que se exporta es competitivo en el mercado internacional?	Indeciso	
		En desacuerdo	
		Totalmente en desacuerdo	
		Totalmente de acuerdo	
	2. ¿Considera que el ecosistema de Junín brinda una ventaja competitiva	De acuerdo	
		Indeciso	

		para la producción del jengibre fresco?	En desacuerdo
			Totalmente en desacuerdo
		3. ¿Considera que los acuerdos comerciales que cuenta el Perú, genera alguna ventaja competitiva?	Totalmente de acuerdo
			De acuerdo
			Indeciso
			En desacuerdo
			Totalmente en desacuerdo
			Totalmente de acuerdo
			De acuerdo
			Indeciso
			En desacuerdo
			Totalmente en desacuerdo
Capacidad productiva	Capacidad de producción	1. ¿Se cuenta con el personal necesario para producir eficientemente?	Totalmente de acuerdo
			De acuerdo
			Indeciso
			En desacuerdo
			Totalmente en desacuerdo
		2. ¿Se cuenta con los recursos necesarios para que la producción del jengibre fresco sea eficiente y continuo?	Totalmente de acuerdo
			De acuerdo
			Indeciso
			En desacuerdo
	3. ¿Existe capacidad de producción ociosa?	Totalmente en desacuerdo	
		Totalmente de acuerdo	
		De acuerdo	
		Indeciso	
		En desacuerdo	
		Totalmente en desacuerdo	
Homologación de proveedores	1. ¿Considera que la homologación de proveedores tiene un impacto positivo en la producción?	Totalmente de acuerdo	
		De acuerdo	
		Indeciso	
		En desacuerdo	
		Totalmente en desacuerdo	

		2. ¿Considera que la homologación de proveedores es importante para asegurar la cadena de suministros?	Totalmente de acuerdo
			De acuerdo
			Indeciso
			En desacuerdo
			Totalmente en desacuerdo
		3. ¿Considera que la homologación de proveedores disminuye el riesgo comercial en la relación cliente / proveedor?	Totalmente de acuerdo
			De acuerdo
			Indeciso
			En desacuerdo
			Totalmente en desacuerdo
Capacidad Comercial	Conocimiento de las ventajas de los acuerdos comerciales.	1. ¿Considera fundamental el conocimiento de los acuerdos comerciales para impulsar la venta del jengibre fresco?	Totalmente de acuerdo
			De acuerdo
			Indeciso
			En desacuerdo
			Totalmente en desacuerdo
		2. ¿Es necesario que el área de ventas tenga conocimiento de las ventajas que tienen los acuerdos comerciales?	Totalmente de acuerdo
			De acuerdo
			Indeciso
			En desacuerdo
			Totalmente en desacuerdo
		3. ¿Considera que el tener conocimiento en los acuerdos comerciales permite encontrar el mercado correcto para la exportación de jengibre?	Totalmente de acuerdo
			De acuerdo
Indeciso			
En desacuerdo			
Totalmente en desacuerdo			

Variable dependiente: Crecimiento empresarial

Variable: Crecimiento empresarial		
Definición conceptual: El crecimiento empresarial tiene como enfoque principal el uso correcto de los recursos con los que una empresa cuenta, con el fin de que esta serie de recursos impulsen al crecimiento de nuevas actividades que generen mayor rentabilidad y dinero a la empresa. (Blásquez, et al, 2006).		
Instrumento: Cuestionario	Técnica: Encuesta	
Estatus Lógico: Dependiente		
Unidad de Análisis: Empresas exportadoras de jengibre fresco en la provincia de Satipo y Chanchamayo		
Dimensiones / Indicadores	Ítems (Enunciados o Preguntas)	Valores y Categorías (Escala de Likert)
Activo total neto	1. ¿En cuánto ha incrementado el activo total neto de la empresa en el año 2020?	0-20%
		21-40%
		41-60%
		61-80%
		81-100%
	2. ¿De cuánto ha sido la variación de los activos fijos en el año 2020?	0-20%
		21-40%
		41-60%
		61-80%
		81-100%
	3. ¿Qué porcentaje aproximado ha tenido la rotación de activos en el año 2020?	0-20%
		21-40%
		41-60%

		61-80%
		81-100%
Número de empleados	1. ¿Cuál es el índice de crecimiento referente a la cantidad de empleados en el año 2020?	0-20%
		21-40%
		41-60%
		61-80%
		81-100%
		0-20%
	2. ¿Cuál es el índice de rotación de empleados en el año 2020?	21-40%
		41-60%
		61-80%
		81-100%
		0-20%
	3. ¿Cuál ha sido la variación porcentual de gasto de planilla respecto a la rotación de personal en el año 2020?	21-40%
		41-60%
		61-80%
		81-100%
		0-20%
4. ¿En qué porcentaje cree que afecta a la empresa el no tener al número de empleados correspondientes para la ejecución de las actividades?	21-40%	
	41-60%	
	61-80%	
	81-100%	
	0-20%	
Volumen de Ventas	1. ¿Cuál ha sido el índice de crecimiento de las ventas en el año 2020?	21-40%
		41-60%
		61-80%
		81-100%
		0-20%

	2. ¿Cuánto ha incrementado la rentabilidad en el año 2020?	0-20%
		21-40%
		41-60%
		61-80%
		81-100%
	3. ¿En cuánto superó la proyección de ventas del año 2020 respecto al anterior?	0-20%
		21-40%
		41-60%
		61-80%
		81-100%
	4. ¿En cuánto superó el volumen de ventas respecto a la proyección propuesta en el año 2020?	0-20%
		21-40%
		41-60%
		61-80%
		81-100%
	5. ¿Cuál es la rentabilidad sobre las ventas (ROS) en el año 2020?	0-20%
		21-40%
		41-60%
		61-80%
		81-100%
Inversión	1. ¿En qué porcentaje ha sido su participación de inversión en activos durante el año 2020?	0-20%
		21-40%
		41-60%
		61-80%
		81-100%
	2. ¿Cuánto se ha invertido en la infraestructura de su empresa en el año 2020?	0-20%
		21-40%

		41-60%
		61-80%
3. ¿En qué porcentaje, el valor de sus acciones se ha incrementado en el mercado durante el año 2020?		81-100%
		0-20%
		21-40%
		41-60%
		61-80%
		81-100%

Anexo III: Cuadro de tabulación

CAPACIDAD EXPORTADORA																	
CAPACIDAD DEL PRODUCTO									CAPACIDAD PRODUCTIVA						CAPACIDAD COMERCIAL		
V01P1	V01P2	V01P3	V01P4	V01P5	V01P6	V01P7	V01P8	V01P9	V01P10	V01P11	V01P12	V01P13	V01P14	V01P15	V01P16	V01P17	V01P18
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5
4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	5	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4
2	5	4	4	4	4	4	5	3	2	2	4	4	4	4	3	4	4
2	5	3	4	4	4	4	3	2	2	2	4	4	4	4	2	4	4
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	2	5	4	4	4	5	5
5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
2	5	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	5	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	3	5	5	5	4	4	4
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4
5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5
5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	5	5	5	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	2	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	5	5	5	5	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

CRECIMIENTO EMPRESARIAL														
ACTIVO TOTAL NETO			NUMERO DE EMPLEADOS				VOLUMEN DE VENTAS					INVERSION		
V02P1	V02P2	V02P3	V02P4	V02P5	V02P6	V02P7	V02P8	V02P9	V02P10	V02P11	V02P12	V02P13	V02P14	V02P15
1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	2	2	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1
1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1
1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1
2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	1	1	1
1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2
2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1
3	3	4	2	2	2	4	3	3	4	4	4	2	3	4
3	3	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	3
2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2
2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2
1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2
1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1
2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1
2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1
2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2
1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1
1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1
1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2
1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1
2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1
1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2
2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3
2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	2	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3
1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1
1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2
2	1	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3
2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	1	3

Anexo IV: Instrumento de recopilación de datos

MODELO DE INSTRUMENTO

INTRODUCCIÓN

La presente encuesta forma parte del trabajo de investigación titulada: “**LA CAPACIDAD EXPORTADORA Y SU RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE JENGIBRE EN LAS PROVINCIAS DE SATIPO Y CHANCHAMAYO EN EL AÑO 2020**”.

Por lo que solicitamos su colaboración y participación. Esta técnica es anónima y la información obtenida es de carácter confidencial y reservado, ya que los resultados serán manejados sólo para la investigación.

De antemano agradecemos su valiosa colaboración.

INSTRUCCIONES

Estimado colaborador, a continuación, se le presenta 33 preguntas, por favor sírvase a responderlas con total honestidad

- Debe marcar con un aspa (X) en la opción que considere correcta o se acerque a su manera de pensar.

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

VARIABLE 1: Capacidad exportadora

Dimensión 1: CAPACIDAD DEL PRODUCTO

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
1	¿Hay suficiente cantidad de jengibre fresco para abastecer al mercado internacional?					
2	¿Considera que existe una alta demanda del jengibre fresco en el mercado internacional?					
3	¿Se exporta el jengibre fresco en la misma proporción que se produce?					
4	¿El jengibre fresco que se exporta cumple con los estándares internacionales de calidad?					
5	¿Considera que el jengibre fresco que se exporta tiene					

	una alta calidad respecto al producto?					
6	¿Considera que el jengibre fresco que se exporta cumple con las expectativas de calidad que el cliente requiere?					
7	¿Considera que el precio del jengibre fresco que se exporta es competitivo en el mercado internacional?					
8	¿Considera que el ecosistema de Junín brinda una ventaja competitiva para la producción del jengibre fresco?					
9	¿Considera que los acuerdos comerciales que cuenta el Perú, generan alguna ventaja competitiva?					

Dimensión 2: CAPACIDAD PRODUCTIVA

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
10	¿Se cuenta con el personal necesario para producir eficientemente?					
11	¿Se cuenta con los recursos necesarios para que la producción del jengibre fresco sea eficiente y continuo?					
12	¿Existe capacidad de producción ociosa?					
13	¿Considera que la homologación de proveedores tiene un impacto positivo en la producción?					
14	¿Considera que la homologación de proveedores es importante para asegurar la cadena de suministros?					
15	¿Considera que la homologación de proveedores disminuye el riesgo comercial en la relación cliente / proveedor?					

Dimensión 3: CAPACIDAD COMERCIAL

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
16	¿Considera fundamental el conocimiento de los acuerdos comerciales para impulsar la venta del jengibre fresco?					

17	¿Es necesario que el área de ventas tenga conocimiento de las ventajas que tienen los acuerdos comerciales?					
18	¿Considera que el tener conocimiento en los acuerdos comerciales permite encontrar el mercado correcto para la exportación de jengibre?					

VARIABLE 2. Crecimiento empresarial

1	2	3	4	5
0 - 20%	21 - 40%	41 - 60%	61 - 80%	81 - 100%

Indicador 1: ACTIVO TOTAL NETO

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
1	¿En cuánto ha incrementado el activo total neto de la empresa en el año 2020?					
2	¿De cuánto ha sido la variación de los activos fijos en el año 2020?					
3	¿Qué porcentaje aproximado ha tenido la rotación de activos en el año 2020?					

Indicador 2: NÚMERO DE EMPLEADOS

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
4	¿Cuál es el índice de crecimiento referente a la cantidad de empleados en el año 2020?					
5	¿Cuál es el índice de rotación de empleados en el año 2020?					
6	¿Cuál ha sido la variación porcentual de gasto de planilla respecto a la rotación de personal en el año 2020?					

7	¿En qué porcentaje cree que afecta a la empresa el no tener al número de empleados correspondientes para la ejecución de las actividades?					
---	---	--	--	--	--	--

Indicador 3: VOLUMEN DE VENTAS

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
8	¿Cuál ha sido el índice de crecimiento de las ventas en el año 2020?					
9	¿Cuánto ha incrementado la rentabilidad en el año 2020?					
10	¿En cuánto superó la proyección de ventas del año 2020 respecto al anterior?					
11	¿En cuánto superó el volumen de ventas respecto a la proyección propuesta en el año 2020?					
12	¿Cuál es la rentabilidad sobre las ventas (ROS) en el año 2020?					

Indicador 4: INVERSIÓN

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
13	¿En qué porcentaje ha sido su participación de inversión en activos durante el año 2020?					
14	¿Cuánto se ha invertido en la infraestructura de su empresa en el año 2020?					
15	¿En qué porcentaje, el valor de sus acciones se ha incrementado en el mercado durante el año 2020?					

Muchas gracias por su colaboración