



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“FACTORES LIMITANTES Y OPORTUNIDADES PARA LA
EXPORTACIÓN DE JENGIBRE EN LA REGIÓN JUNÍN EN EL PERIODO
2013-2017”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

Carrasco Ticliahuanca, Mercedes Paola

ASESOR:

Mgtr. Caverro-Egúsqiza Vargas, Lauralinda

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA-PERÚ

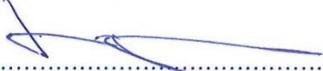
2018

Página del Jurado

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a):
CARRASCO TICLIAHUANCA MERCEDES PAOLA
Cuyo título es: FACTORES LIMITANTES Y OPORTUNIDAD PARA LA EXPORTACIÓN
DE JENGIBRE DE LA REGIÓN JUNÍN EN EL PERIODO 2013 -2017
Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por
el estudiante, otorgándole el calificativo de: ..15...(número)
.....quince.....(letras).

Los Olivos, 04 de diciembre del 2018


.....
PRESIDENTE
Fernando Maza Caro


.....
SECRETARIO
Laurelianda Cavero Egúsquiza
Cargas


.....
VOCAL
Mg. Paul Berto Hinojosa

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Página del Jurado

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

Yo, cavero - Eguasquiza Vargas, lauralinda docente de la Facultad de ciencias empresariales y Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo los olivos, revisor (a) de la tesis titulada "Factores limitantes y oportunidad para la exportación de Jengibre de la Región Junín en el periodo 2013 -2017", del (de la) estudiante Carrasco Ticlahuanca Mercedes Paola, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24.1% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los olivos, 04 de diciembre del 2018

Firma

Cavero - Eguasquiza Vargas, lauralinda

DNI: 08879583

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Dedicatoria

En primera instancia a Dios por guiarme espiritualmente durante estos 5 años, a mi padres José y Fredesvinda. Quienes son mi ejemplo e inspiración, mi hermana Neily y sobrinos Juan Jose y Matheo que son la fuente inagotable de inspiración. Ellos que me acompañan siempre en cada paso y me alientan para el bien de mi formación personal y profesional.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios y la profesora Mgtr. Lauralinda cavero Esquiza Vargas, por brindarme su paciencia y conocimientos profesionales que me permite culminar con este proyecto.

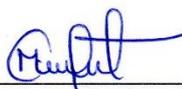
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Mercedes Paola Carrasco Ticliahuanca con DNI N° 73327343, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 04 de noviembre del 2018



Mercedes Paola Carrasco Ticliahuanca

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Factores limitantes y Oportunidades para la Exportación de Jengibre en la Región Junín periodo 2013 -2017” la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales.

La siguiente investigación consta en siete capítulos:

El capítulo I, corresponde a la introducción, realidad problemática, antecedentes, teorías relacionadas al tema, la formulación de problema, justificación del estudio, objetivo e hipótesis general y específica de la investigación; El capítulo II, el método y diseño de la investigación, las variables y su operacionalización, población y muestra, técnicas e instrumentos de la recolección de datos, validez y confiabilidad, métodos de análisis de datos y aspectos éticos.; El Capítulo III, Resultados de la investigación; El capítulo IV, discusión de los resultados; El capítulo V, conclusión de la investigación y respuesta de la hipótesis; VI, las recomendaciones; el capítulo VII, las referencias utilizadas de la investigación y concluye con el capítulo VIII, con los anexos y la matriz de consistencia.

La autora.

ÍNDICE

	Pág.
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaratoria de autenticidad	vi
Presentación	vii
Índice	vii
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
I. INTRODUCCIÓN	14
1.1 Realidad Problemática	14
1.2 Trabajos previos	15
1.3 Teorías relacionadas al tema	19
1.4 Formulación del problema	23
1.4.1 Problema General	23
1.4.2 Problemas Específicos	24
1.5 Justificación del estudio	24
1.6 Hipótesis	25
1.6.1 Hipótesis General	25
1.6.2 Hipótesis Específicos	25
1.7 Objetivos	25
1.7.1 Objetivo General	25
1.7.2 Objetivos Específicas	25
II. MÉTODO	26
2.1 Diseño de investigación	26
2.2 Variables, operacionalización	26
2.3 Población y muestra	28
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	28
2.5 Métodos de análisis de datos	29
2.6 Aspectos éticos	29

III.	RESULTADOS	30
IV.	DISCUSIÓN	51
V.	CONCLUSIONES	55
VI.	RECOMENDACIONES	56
VII.	REFERENCIAS	57
VIII.	ANEXOS	60
	Anexo 1. Matriz de Consistencia	61
	Anexo 2. Volumen de exportación	62
	Anexo 3. Empresas exportadoras del Jengibre	62
	Anexo 4. Cuadro de exportación del jengibre del año 2013-2012	63
	Anexo 5. Cuadro de exportación del jengibre del año 2015-2014	63
	Anexo 6. Cuadro de exportación del jengibre del año 2016-2015	64
	Anexo 7. Cuadro de exportación del jengibre del año 2018-2017	64
	Anexo 8. Cuadro de empresas exportadoras	64

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Operacionalización, variables	27
Tabla 2. Población	28
Tabla 3. Empresas financieras de la región Junín 2013-2017, en promedio Tasas de intereses.	30
Tabla 4. Zonas económicas del jengibre en la región Junín (Toneladas)	32
Tabla 5. Volumen de producción de jengibre de la región Junín del periodo 2013-2017.	34
Tabla 6. Costo de producción de jengibre de la región Junín del periodo 2013 -2017, valor FOB	36
Tabla 7. Diferenciación del precio unitario 2013 - 2017, en US\$	38
Tabla 8. Volumen de exportación del jengibre, 2013-2017 (Toneladas)	40
Tabla 9. Correlación valor de exportación del jengibre, 2013 - 2017, en miles US\$	
Tabla 10. Correlación entre el financiamiento en la región Junín y volumen De exportación.	44
Tabla 11. Correlación de las zonas de las zonas económicas y el valor de Producción en la región Junín	45
Tabla 12. Correlación de volumen de producción y volumen de exportación De jengibre	46
Tabla 13. Correlación entre el costo de producción de jengibre y el valor de Exportación durante el periodo 2013-2017	47
Tabla 14. Correlación de volumen de exportación y diferenciación del Producto de jengibre	48
Tabla 15. Correlación de valor de exportación y diferenciación del Producto de jengibre	49

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Figura 1. Empresas financieras en la región Junín, 2013-2017, promedio De tasas intereses	31
Figura 2. Principales zonas de producción del jengibre en la región Junín.	33
Figura 3. Volumen de producción del jengibre en la región Junín.	35
Figura 4. Costos de producción del jengibre en la Región Junín 2013 – 2017, en valor FOB	37
Figura 5. Diferenciación del producto por el precio jengibre en la Región Junín 2013 – 2017	39
Figura 6. Volúmenes de exportación de jengibre De Perú al mundo, 2013 – 2017, en toneladas.	41
Figura 7. Valor de exportación de jengibre de Perú al mundo, 2013 – 2013, En miles de US\$	43

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo determinar si existe la relación correlacional entre los factores limitantes y oportunidades para la exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 – 2017.

El diseño que se utilizó en esta investigación es no experimental debido a que los datos son ex post facto y que no se realizó ningún cambio de datos, además en la investigación se recopiló datos existentes en Fuentes confiables.

Para el análisis se eligió el siguiente producto, Como es el jengibre o kion peruano. Además, las principales dimensiones de los factores limitantes son económicos, la productividad y la competitividad, los cuales se correlacionan con los indicadores de oportunidad para la exportación, tales como el volumen de exportación y el valor de exportación.

La presentación de los datos se realizará mediante el uso de tablas y gráficos de líneas y columnas. De esta manera permitirá indicar la variación del periodo con referencia a las variables mencionadas.

Se concluyó que la hipótesis general y las hipótesis específicas se correlacionan de Pearson entre los indicadores, además si existe la relación positiva entre factores limitantes y oportunidades para la exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 – 2017.

Palabras clave: factores limitantes, oportunidad de exportación.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine if there is a correlation between the limiting factors and opportunities for the export of ginger in the Junín region in the period 2013 - 2017.

The design used in this research is non-experimental because the data is ex post facto and no data change was made, and in the research, existing data was collected from reliable sources.

For the analysis the following product was chosen as is the ginger or Peruvian kion. In addition, the main indicators of the limiting factors are economic, productivity and competitiveness, which are correlated with indicators of opportunity for export, such as export volume and export value.

The presentation of the data will be done through the use of tables and graphs of lines and columns. In this way, it will allow to indicate the variation of the period with reference to the aforementioned variables.

It was concluded that the general hypothesis and hypothesis has been positive, since it indicates the Pearson correlation between financial and export volume which indicates the relationship directly influences between limiting factors and opportunities for the export of ginger in the Junín region in the period 2013 - 2017.

Keywords: limiting factors, export opportunity.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

En la actualidad, las empresas peruanas suelen verse involucradas en el desconocimiento y sin preparación en la materia de exportación, muchas veces son las regiones del país, que no miden los altos riesgos a la estabilidad financiera de la empresa.

El problema que presenta el jengibre en la región Junín, es que hay factores que limitan a las empresas a que no tengan ningún apoyo económico ni financiero, ya que las empresas financieras tienen tasas de interés muy altas y muy pocas entidades que ofrezcan asesoramiento, para mejorar la inversión mediante la productividad en el jengibre y demás productos agrícolas. Estas empresas están constituidas con fines de recuperar el capital de la producción. Además, no hay disponibilidad para crear una empresa constituida que les de rentabilidad para aumentar su inversión. También la falta de tecnología a las plantas procesadoras. Ya que, el jengibre luego de la cosecha tiene que pasar por un lavado, selección y secado. Por lo tanto, en el Perú no todas las empresas tienen esas herramientas tecnológicas, ya que, para ellas prefieren realizar de manera tradicional, porque aumentarían sus costos de producción.

Las oportunidades en los mercados extranjeros tienen a tener requisitos estrictos, que no solo abarca a la demanda de los consumidores si no que buscan calidad y el buen servicio. Las empresas deben identificar mercados extranjeros apropiados, buscar distribuidores locales, ofrecer productos con bajos residuos en pesticidas y otras sustancias químicas, ya que esto suma a la protección ambiental y es que los mercados extranjeros buscan y las preferencias de los clientes en los precio del producto. También, la competitividad es la base fundamental para que la región tenga oportunidad nacional y/e internacional. Ser competitivo no difiere a que compita con otra empresa por productos, si no que abarca a la calidad que ofrezcan al cliente y al consumidor final.

El Perú hoy en día es un país que tiene oportunidades en el comercio, en las inversiones, en los tratados libre comercio con todo el mundo y que ha permitido un gran volumen y valor de exportaciones, la producción en el mercado local a dando así el incremento del empleo en las regiones de nuestro país, lo que ha contribuido a fortalecer la economía del país.

1.2 Trabajos previos

Nacionales

Espinoza (2014). Tesis de licenciado *“Oportunidades de exportación en anchoveta en el mercado alemán”*. Facultad de ciencias empresariales de la universidad cesar vallejo, lima norte- Perú. El tipo de estudio de la investigación es descriptivo. Objetivo de la investigación es determinar las oportunidades para la exportación de alcachofa peruana al mercado alemán. En conclusión es demostrado que el precio exportación y capacidad de producción de alcachofa peruana al mercado alemán ha tenido tendencia creciente.

Alemán y Perales (2015). Tesis de magister *“factores limitantes de creación de consorcios en empresas familiares de calzado–distrito el porvenir–2014”*. facultad de negocios internacionales de la Universidad privada del norte, Lima-Perú. El objetivo es identificar los factores limitantes para la creación de consorcios en empresa familiares de calzado. El método de investigación es cualitativo porque permite descubrir condiciones actuales. Finalmente, La investigación concluyo, que el factor limitante para las empresas familiares es la falta de información y el desconocimiento en los temas de crear un consorcio y como son los procesos de exportación. Es un factor negativo, por lo que estas empresas no llegan a constituirse y solo perduran poco tiempo en el mercado.

Munguía (2017). Tesis de licenciado *“factores limitantes en el proceso de producción para generar una oferta exportable competitiva del aguaymanto en la provincia de Huanta y Vinchos del departamento Ayacucho”*. Facultad de ciencias administrativas y recursos humanos de la Universidad san Martin de Porres, Lima-Perú. El objetivo de la tesis es: Identificar los factores limitantes en el proceso de producción para generar una oferta exportable competitiva del aguaymanto en las provincias de Huanta y Vinchos departamento de Ayacucho. El tipo de

Investigación que se realizó con un diseño exploratorio cualitativo.

En conclusión, los factores limitantes para los departamentos o regiones del Perú, es que no hay apoyo en la tecnología, por parte del gobierno ni instituciones privadas. Muchas empresas en la región realizan los trabajos de producción de manera natural. Pero el tiempo que pierden y la explotación a los trabajadores por horas que no tiene un buen pago, es de todos los días. Porque no cuentan con la suficiente inversión y apoyo para comprar maquinarias modernas que faciliten la producción y estar al nivel como los mercados internacionales.

Huamán, Ignacio, Latorre Y Munive (2017). Tesis de magister *“Planeamiento estratégico del sector banca múltiple de la región Junín”*. Facultad de ciencias sociales. Pontificia universidad católica del Perú. El objetivo de la tesis es cuál es la situación estratégico del sector banca múltiple de la región Junín. Tipo de investigación es cuantitativa. Finalmente, Esta investigación nos da entender, que la participación de la región Junín, cada día se incluye al marco microeconómico. Que la visión futura de las inversiones está dando que hablar. Como región, la participación económica es importante, ya que empresas privadas financieras lleguen a estos sectores a invertir y ayudar a la región a crecer económicamente.

Ferradas y Sosaya (2018). Tesis de licenciado *“oportunidad de negocio para la exportación de galletas de quinua de la empresa galletera del norte S.A.C. hacia el mercado de Tailandia desde la provincia de Trujillo – Perú, 2016-2020”*. Facultad de administración y negocios internacionales de la universidad privada del norte, lima – Perú. El objetivo determinar en qué medida el mercado tailandés constituye un oportunidad de negocio para la exportación de galletas de quinua peruana, periodo 2016 – 2020. La metodología de la investigación es el enfoque cuantitativo. Se concluyó que las oportunidades de exportación se reflejan en el crecimiento económico y en las exportaciones del producto. En el comercio exterior va en aumento, ya que el país presenta un escenario atractivo por la gran variedad de productos agrícolas.

Internacionales

Portilla (2014). Tesis de licenciado *“la demanda de jengibre en Cali- Colombia y su comercialización desde el cantón el Carmen provincial de Manabí”*. Facultad de comercio internacional de la Universidad politécnica de Carchi Tulcán-ecuador. El objetivo de la tesis es Determinar la demanda de jengibre requerida en la ciudad de Cali Colombia para su comercialización desde el cantón el Carmen provincia de Manabí. El tipo de investigación es cualitativa y cuantitativa, la investigación es documental, descriptiva y de campo, la información a través de las entrevistas realizadas a importadores, exportadores, productores de jengibre y entidades públicas. Finalmente, El jengibre es unos de los productos nuevos y recientes para la economía del Perú. Los tratados libre comercio y las comunidades andinas interviene considerablemente para las exportaciones, además el jengibre tiene el 0% en las barreras arancelaria y no solo en el Perú, también en países extranjeros, que estén dentro de las comunidad y de los tratados. Como se ha dicho en la investigación ecuador es uno de ellos, que el jengibre no cuenta con barrera y que beneficia a la comercialización.

Moreta (2014). Tesis para obtención de título de ingeniería comercial *“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de jengibre en la comunidad de parambas, parroquia lita, cantón. Ibarra-Ecuador. Provincia de Imbabura”* de la facultad de ciencias administrativas y económicas de la universidad técnica del norte, Ibarra. El objetivo de identificar oportunidades y riesgos para la creación de una microempresa productora y comercializadora de jengibre. Tipo de investigación es cualitativa. Se Concluyó, Para la creación de una empresa es tener en cuenta la estructura organizacional de la empresa y tener en cuenta los objetivos corporativos. Para la comercialización del jengibre y demás productos agroindustriales es fundamental tener en cuenta la estructura.

Estrada y Romero (2017). Tesis de licenciado *“Efecto antibacteriano del extracto hidroalcohólico y aceite esencial del rizoma de Zingiber officinale “Jengibre” en cepas de Helicobacter pylori, in vitro”* de la facultad de ciencias de salud de la universidad privada Antonio Guillermo Urrelo. Ecuador. El objetivo es determinar

el efecto antibacteriano y del aceite esencial del rizoma de zingiber. Tipo de investigación es cualitativa experimental. En conclusión, a la creación de industrial con el producto y la evidencia del efecto antibacteriano.

Godoy (2017). Tesis de maestría *“análisis de negocios y oportunidades para la exportación y comercialización de aceite de oliva argentino hacia Colombia”* de la Facultad de ciencias económicas de la Universidad de buenos aires, Argentina. El objetivo de la tesis es analizar el mercado colombiano para conocer las posibilidades de exportación de oliva desde argentina. Tipo de investigación es cuantitativo y El proyecto se desarrolló con consultas de investigación, recolección de datos y análisis estadístico. Finalmente, Todos los países tienen oportunidades de crecer con diferentes productos, ya sea tradicional y no tradicional. Algunos países latinoamericanos tienen la oportunidad que su gobierno los apoye y que las empresas puedan ofrecer un buen producto para las exportaciones. En la investigación, nos da entender que, Colombia es uno de los países que invierte en sus exportaciones y asesorar a empresas para las importaciones, por lo tanto, el país crece económicamente y favorablemente para su economía. En el Perú, no es frecuente tener el apoyo por parte del gobierno, ya quien los realizan son empresas privadas y pocas que hay.

Gonzales (2017). Tesis para titulación *“Plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de productos a base de jengibre”* de la facultad de ciencias económicas y administrativas de la universidad. El objetivo de la tesis es diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa productora y comercializadora de jengibre. El tipo de investigación es cualitativa, método donde se creó la empresa, se realizó entrevistas y encuestas. Finalmente, Las oportunidades para las Mypes, para esta investigación son financieros y administrativos dentro de ello el marketing. Para las empresas recién constituidas es difícil conseguir el reconocimiento del cliente, para ello, es importante analizar el mercado, investigar si el producto es fácil de reconocer por el cliente o el proveedor, Los clientes muchas veces exigen que el producto este completamente apto para comprar. Pero no todas las Mypes cumplen con los estándares. Es importante que todas las empresa pequeñas o grandes, tienen

que ser competitivos para dar un producto de gran calidad.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Factores limitantes

A. Definición

Para Gastelao (2017), define que los factores limitantes en los negocios, permite a las empresas ya sean pequeñas o grandes, que identifiquen cuales son las capacidades que un negocio puede enfrentar y mejorar. Además, es la especificidad que se relaciona con el conocimiento acumulado con el capital humano y que los empresarios inquieran alternativas organizacionales para sus empresas.

Según Ader (2017), define como objetivo de crecimiento de las empresas que influyen en la región y que diferentes productos agrícolas abastece ganancias en los productos orgánicos. Los factores limitantes en las empresas regionales toman en cuenta lo económico y financiero.

B. Dimensiones 1:

Económicos.

Dolores (2014), nos define que la economía es la ciencia que estudia a los individuos como economizar su recurso y la sociedad como buscar su bienestar posible. Así mismo, la economía satisface la necesidad colectiva de la sociedad, para los individuos.

Los factores económicos se distribuyen en el proceso productivo y la prestación de servicio a través de todo el mundo y buscar las alternativas a la producción. Y surgen en producir dos o más productos conjuntamente a un costo menor incrementen la producción conjunta y que la economía de la producción es más costosa.

A. Indicadores

Financiero.

Las teorías de las finanzas consisten de un grupo de conceptos que ayudan a organizar la forma de asignar recursos a través de tiempo, así como de un conjunto de modelos cuantitativos de la evolución de alternativas en la toma de decisiones. Por ello Zambrano (2014), define dos tipos de los derechos financieros que pueden negociarse en mercados organizados como acciones, bonos y tasas de intereses y los derechos no comerciales como préstamos bancarios, opción de compra de acciones de los empleados.

Además, las acciones, los bonos y los préstamos que utilizan para financiar la adquisición de capital físico, las empresas (Anexos 3 y 8), forman en finanzas corporativas o empresariales que cuya función primordial es producir bienes y servicios.

Principales zonas económicas.

Para Economipedia (2015), Las Finanzas estudia el funcionamiento de los mercados como es el valor del dinero y el costo del capital. Las instituciones que operan en la captación de los recursos dentro del área económica.

Por lo tanto, los sistemas económicos y financieros es importante emplear los bienes y servicios para sus mercados internos y externos. Ya que es una ventaja competitiva y ayuda a crecer en país. También es el crecimiento al capital humano y la relación entre los progresos tecnológicos y la especialización del trabajo para la sociedad. Es el crecimiento económico del PEBI, aumento de oferta y demanda.

Dimensión 2:

Productividad.

Ortiz y Alcántara (2014), los actores define que la capacidad de la economía utilizando una cantidad determinada de recursos, los incrementos en la productividad de oferta y demanda de bienes y servicios a exportar. Además, la capacidad de la empresa a desarrollar en el proceso productivo en diferentes artes de mundo y a través de fábricas propias, con alianzas con otras empresas o

subcontratar parte de su proceso productivo.

Por lo tanto la productividad la define como la Capacidad que ostenta algo o alguien de producir, es la capacidad de algo o alguien de producir, ser útil y provechoso. Siempre que se pronuncia la palabra se está dando cuenta de la cualidad de productivo que presenta algo. También, el término es empleado para referir la capacidad o grado de producción por unidad de trabajo, de superficie de tierra cultivada, de equipo industrial, entre otros.

B. Indicadores 1:

Volumen de producción

Según el BCR (2017), se entiende por volumen de producción que engloba las exportaciones corregidas del índice de precios que responde al cambio de los niveles de precios de las importaciones y exportación de la producción.

Esto se refleja a los volúmenes de producción de las mercancías exportadas en una medida física y dando así el valor por FOB Y toneladas.

Costos de producción

Según el libro Economía (2018), define el costo de producción necesita producir bienes o prestar servicios, los mismos que se dividen en costos fijos y costos variables. El costo se denomina (alquiler de edificio, mano de obra, materia prima, costo de oportunidad, sueldo de trabajadores, etc.) además, El costo de producción es importante para el valor comercial, ya esto define si la empresa está al nivel de producir y emprender cualquier tipo de comercio.

El costo de producción corresponde a la economía escala donde disminuye el costo unitario y aumenta la producción. Según los autores Ortiz y alcántara (2014); los costos de materia prima. Adicionalmente ofrecen una mayor oferta de bienes y servicios que reducen un menor precio al final del consumidor.

Dimensión 3

Competitividad

Exige la adopción de estrategias y políticas integrales para la modernización de la agricultura que se apoyen en tecnologías ambientalmente sostenibles y que mantengan concordancia con una estrategia social dirigida a aumentar la calidad de vida de la población rural. La teoría económica clásica basa las ventajas comparativas de una región o una nación en la abundante dotación de factores básicos de producción (tierra, mano de obra y capital) y sobre todo, en la abundancia relativa de recursos naturales.

C. Indicador 1

Diferenciación del producto

Diferenciarse; significa la participación del mercado competitivo, así mismo posicionarse en el mercado mediante el precio y el diseño o la marca, a través de la alta calidad, las características del producto, el servicio de una buena entrega mediante un bien o servicio, y las vías de distribución, ya sea mediante vía marítima, área o terrestre.

Para Philip Kotler, Producto o servicio está percibido en toda la industria como único y que sea de confiabilidad. La diferenciación se considera como la barrera protectora contra la competencia debido a la lealtad de marca, la que como resultante debería producir una menor sensibilidad al precio. Además, él tiene en cuenta que la diferenciación va de acuerdo con la preferencia al producto.

1.3.2 Oportunidades de Exportación

A. Definición.

La exportación se define a extraer materias primas, minerales, agrícolas o ganadería y existen oportunidades de economías de exportación y exportadoras. Para LIMUSA (2015), la oportunidad de exportación generalmente es el proceso de industrialización intervine en las empresas extranjeras y la exportadora son las que fabrican los productos con materias primas o importadas, vendiendo una parte en mercado nacional y otra en los mercados internacionales.

Los actores Bustos y espinoza (2015), las oportunidades los define el crecimiento económico y comercial de productores agrícolas. Las inversiones de los recursos de distribución de la producción. Las oportunidades competitivas del comercio internacional.

D. Indicadores 1.

Para el comercio internacional, según Stuart (Basado en Sierralta, 2014) considera que: la teoría clásica del comercio internacional indica a partir de la estructura del todo el campo doctrinario del intercambio exportación, indicando el volumen y valor de exportación, ya que, introdujo la demanda y la oferta en el modelo inicial al plantear la llamada recíproca o de los valores internacionales.

Volumen de exportación:

En el comercio internacional el BCRP (2017), Nos dice que el volumen de exportación, Representa las unidades para cada producto en las transacciones en el comercio y registra el promedio del precio. El autor nos quiere decir que el volumen de exportación es el total de bienes o servicios producidos por cada año, ya sea exportación e importación.

Valor de exportación:

Según Glosario (2017), define que el valor de la exportación, es una transacción del precio que efectivamente es pagada o por pagar a las mercancías del país importador. Por lo tanto, en el comercio internacional es un conjunto de ideas y enseñanzas para la compra y venta internacional, donde el precio total a pagar es la principal fuente de las exportaciones.

1.4. Formulación del Problema

1.4.1. Problema General

¿En qué medida se relaciona los factores limitantes y oportunidades para La Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017?

1.4.2. Problemas Específicos

1. ¿En qué medida se relaciona los factores económicos y oportunidades Para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017?
2. ¿En qué medida se relaciona los factores de productividad y Oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el Periodo 2013 - 2017?
3. ¿En qué medida se relaciona los factores de competitividad y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017?

1.4. Justificación del estudio

La investigación se justifica, por razones:

Justificación práctica: Poder identificar los factores limitantes y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín. Ampliar y realizar mejor las exportaciones de sus productos elaboradas e implementadas de manera correcta, puedan ser más competitivos en el mercado internacional. Con ello poder determinar la importancia de generar un desarrollo económico de este producto para los mercados extranjeros.

Justificación metodología: porque se ha hecho uso del método científico para recopilar información mediante el uso de instrumentos de medición usando fuentes estadísticas, que ha demostrado su rigurosidad, validez.

Justificación teórica: esta investigación ha permitido aportar conocimientos teóricos y prácticos sobre los factores limitantes y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín. Para los estudiantes y público en general, poder elaborar y aplicar dichas estrategias.

Por ende, se presenta una investigación con transcendencia y efecto positivo para las exportaciones, ya que, el mercado peruano se vuelve atractivo y al mismo tiempo han ido generando más empleo y oportunidades de negocio.

1.5. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

Existe una relación positiva entre factores limitantes se y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 – 2017.

1.6.2. Hipótesis Específicas

Existe una relación positiva entre Los factores económicos y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017.

Existe una relación positiva entre Los factores de productividad y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017.

Existe una relación positiva entre Los factores de competitividad y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre los factores limitantes y Oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el Periodo 2013 - 2017.

1.7.2. Objetivos Específicos

1. Determinar la relación que existe entre los factores económicos y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017.
2. Determinar la relación que existe entre los factores de productividad y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017.
3. Determinar la relación que existe entre los factores de competitividad y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

El diseño de esta investigación es cuantitativo por el manejo de dato estadístico y también descriptivo, por las conclusiones que sacamos de ellas; también es una investigación no experimental. Por ello, la importancia del método cuantitativa por el volumen y valor de la exportación del jengibre que son registrados gradualmente cada año.

La investigación tiene como enfoque cuantitativo, no es experimental porque tiende a ser independiente con una longitud de nivel descriptivo correlacional. Además; Hernández, Fernández y Baptista (2014), señala que el Diseño de investigación Descriptivo, porque especifica propiedades, características y rasgos importantes del estudio. Asimismo, el tipo correlacional es por la hipótesis del estudio que fueron establecidos para evaluar la relación de dos variables de diferentes grupos del contexto.

Por lo tanto, El coeficiente de correlación de Pearson, pensado para variables cuantitativas (escala mínima de intervalo), es un índice que mide el grado de variación entre distintas variables relacionadas linealmente. Adviértase que decimos "variables relacionadas linealmente". Esto significa que puede haber variables fuertemente relacionadas, pero no de forma lineal, en cuyo caso no proceder a aplicarse la correlación de Pearson.

2.2. Variables, Operacionalización

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), nos define que las variables son propiedades que pueden variar y que esas variaciones son capaces de medirse o ser observadas.

Para la operacionalización, cuenta con dos variables independiente y dependiente, las mismas que define de manera conceptual y operacional. Por lo tanto, es el proceso que verifica y mide a las dimensiones e indicadores. Así mismo, para la investigación es una característica fundamental para el estudio.

Variable independiente: factores limitantes. Según Ader (2017), define como objetivo de crecimiento de las empresas que influyen en la región y que diferentes productos agrícolas abastece ganancias en los productos orgánicos. Los factores limitantes en las empresas regionales toman en cuenta lo económico y financiero. Los elementos básicos son: económico, financiero, competitividad, productividad y costos.

Variable dependiente: oportunidades de exportación. Los actores Bustos y espinoza (2015), nos dice que las oportunidades las define con el crecimiento económico y comercial de productores agrícolas. Para ello, Las inversiones de los recursos de distribución de la producción son las oportunidades competitivas del comercio internacional.

Tabla 1
Operacionalización de las variables

Variables	DIMENSIONES	INDICADORES
		FINANCIEROS
	ECONÓMICOS	PRINCIPALES ZONAS ECONOMICAS
FACTORES LIMITANTES	PRODUCTIVIDAD	VOLUMEN DE PRODUCCIÓN
		COSTO DE PRODUCCIÓN
	COMPETITIVIDAD	DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO
OPORTUNIDADES DE EXPORTACION		VOLUMEN DE EXPORTACIÓN
		VALOR DE EXPORTACIÓN

2.3. Población y muestra

El presente estudio tiene como población y muestra en la región Junín, sin embargo el análisis es muy concreta y reducida, Ya que los datos que se utilizarán en este caso serán expo-facto en el periodo entre los años 2013 hasta el año 2017.

Para Hernández, R., Fernández, C y Baptista, P. (2014), define los elementos de muestras y población que son necesarias para segmentar con estratos o categorías que representa en la población y que tiene para diseñar la probabilidad estadística y objetiva del estudio. Además, la muestra es la que representa la población para economizar el tiempo y los recursos.

Tabla 2
Empresas productoras de jengibre

Empresas	Porcentaje
Gramma SAC	17%
Prac agribusiness trading SAC	12%
JAS EIRL	8%
Asica farms SAC	7%
Organi- K SAC	7%
La campiña peru SAC	7%
Kion Export SAC	7%
Trading SAC	4%
Prac agribusiness	4%
Pervian SAC	4%
Valle inka SAC	2%
Doña Dorotea SA	2%

Fuente: Minagre

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Para Hernández, R., Fernández, C y Baptista, P. (2014), para la validez es el grado que el instrumento mide las variables que corresponde y la confiabilidad los resultados que confiere medir. Para la investigación no experimental descriptiva o correccionales, con causales de muestras probabilísticas

La investigación, al ser de un enfoque cuantitativo, la técnica que se utilizó para la recolección de datos estadísticos. El instrumento estará en relación a las dimensiones de las variables de factores limitantes y oportunidad exportación.

2.5. Métodos de análisis de datos

Para Hernández, R., Fernández, C y Baptista, P. (2014), El método para la investigación contribuye con los objetivos y preguntas. Asimismo, en la perspectiva teórica, donde mide las variables y se establece la hipótesis. Por lo tanto, determina en el contexto los métodos estadísticos y de ahí se extraen las conclusiones finales.

2.6 Aspectos éticos

Para la siguiente investigación se tomará en cuenta las fuentes y referencias tomadas por los autores y páginas correspondientes.

Según Koespsell y Ruiz (2015), los conceptos centrales de la ética en la investigación, es la revisión de las normas que representan en general a la comunidad científica y filosófica, como es la autoría, plagio y manejo de datos, asimismo tener en cuenta la experimentación con sujetos humanos, etc.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados sobre los factores económicos de la región Junín

A. El financiamiento en la región Junín

Seguidamente, se mostraran los resultados de las variables de la tabla 2 se muestra las tasas de interés de las empresas financieras que trabajan en la región Junín, durante el periodo 2013 - 2017, expresando un promedio de las tasas de interés. Indicando la relación por cada año.

Tabla 3
Empresas financieras de la región Junín 2013-2017, en promedio tasas de intereses.

años	Crediscotia	Caja Huancayo	Profinanzas	financiera confianza	Crediflorida
2013	30.05	11.05	23.05	0	11.03
2014	30.03	12.05	24.07	0	12.03
2015	31.03	12.08	25.02	20.05	13.06
2016	32.21	13.05	26.05	21.05	14.05
2017	34.93	14.09	27.8	23.45	15.05

Fuente: superintendencia de la Banca, Seguros y AFP

En dicha tabla 3, se verifica el promedio de las tasas de intereses, que ofrecen las empresas financieras hace cinco años. Además las tasas son altas y algunas como caja Huancayo y crediflorida los montos son bajos. Esto resulta un crecimiento de la tasa por año. Desde el 2013, ya existían las empresas financieras en la región Junín. Empresarios ya contaban con financiamiento para sus empresas con tasas desde 11.03 hasta el 30.05. En el 2015 entra una empresa al rubro financiero en la región como financiera confianza pero con tasas de inveteres bajos. Esto permite que empresarios tengan más opciones a elegir.

En la figura 1, se ilustra el cómo fue el crecimiento de las empresas financieras con las tasas de intereses en la región Junín, durante el periodo 2013 – 2017

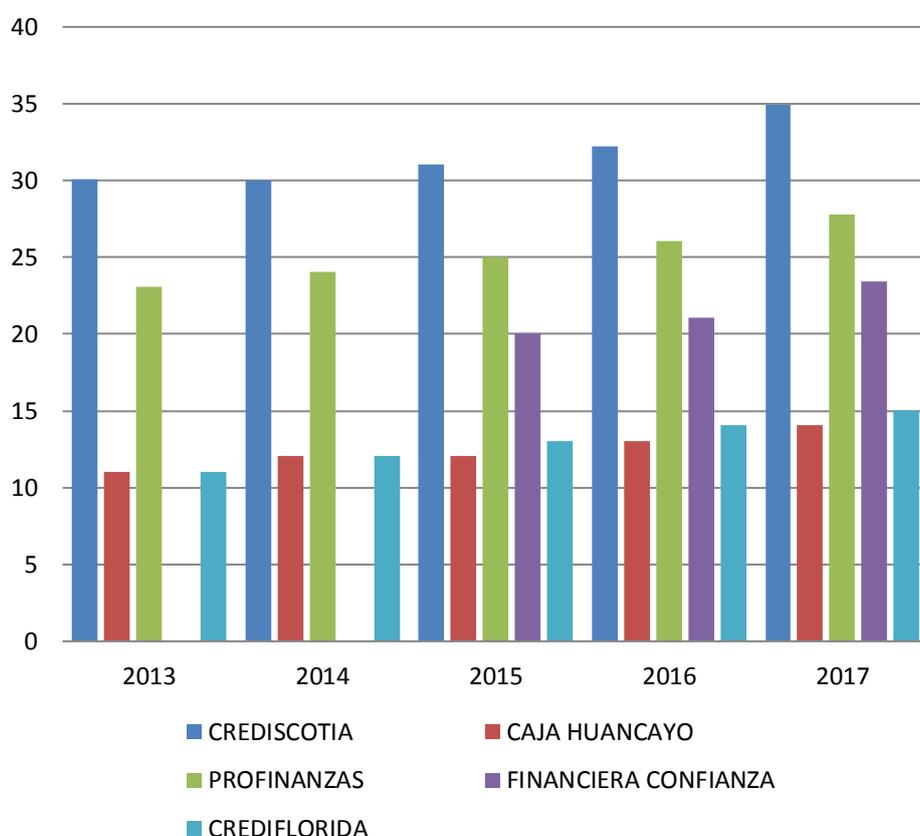


Figura 1: Empresas financieras en la región Junín, 2013-2017, promedio de tasas intereses.

En esta figura N° 1, se observa la escala de tasas a elegir y el rendimiento creciente desde el 2015 y 2017. Las entidades financieras durante los 5 años han sido un medio importante para la producción ya que permite dar préstamos a los empresarios para su producción, por ello las tasas de intereses han estado creciendo y decreciendo mediante como han estado incorporando en la región. El factor económico se mantenido durante los 5 años y que cada año llegan más a ofrecer cualquier tipo de préstamos, bonos y cuenta ahorros que una empresa financiera se incorpora. Una de ellas en el 2015, la empresa financiera cuenta con tasas muy bajas y permite dar confianza financiera al empresario para la producción. Cada año las tasa están creció entre un 5% a 10%. Muchas empresas pequeñas que existen en la región Junín y buscan dar préstamos para crecimiento de su producción y que su capital crezca.

B. Resultados sobre principales zonas económicas de la región Junín.

La tabla 4, muestra los resultados de las principales zonas de producción de la región Junín expresada en toneladas durante el periodo de los 5 años.

Tabla 4
zonas económicas del jengibre en la región Junín (Toneladas)

Años	Pichanaqui	Satipo	Chamchamayo	Perene	San Ramón	San Martín Pangoa	Mazamari	Rio Negro
2013	950000	40000	100000	30000	70000	90000	90000	85000
2014	2345000	230000	110000	100000	150000	440000	800000	350000
2015	3010000	320000	160000	130000	160000	520000	850000	550000
2016	4560000	550000	100000	200000	140000	620000	910000	550000
2017	5850000	440000	110000	230000	170000	1020000	1010000	850000

Fuente: Minagri

En la tabla 4, menciona las zonas principales fuentes económicas para la región Junín que se exporta durante los últimos años el producto jengibre, como los distritos Pichanaqui quien tiene en el 2017 585 hectáreas y es la mayor zona de fuente económica para la región, sin embargo durante ese año no fue un obstáculo los desastres naturales, la provincia de Chamachamayo, la provincia de Sapito, perene, san ramón, san Martín de Pangoa, Mazamari y Río Negro son los principales fuentes económicas para la región. Además, en los diferentes periodos la producción de kion se estado enviando como kion fresco y sin triturar. El crecimiento económico para la selva central, es gracias a la comercialización de los productores de la zona. Es importante en estos últimos años a través de la fuente de ministerio de agricultura y riego, menciona que el crecimiento en la región Junín, es gracias a las zonas de la región que cada día producen y exportan el producto al mercado local, nacional e internacional.

En la figura número 2, muestra el porcentaje de las zonas productoras del jengibre en la región Junín en el periodo 2013 hasta el 2017.

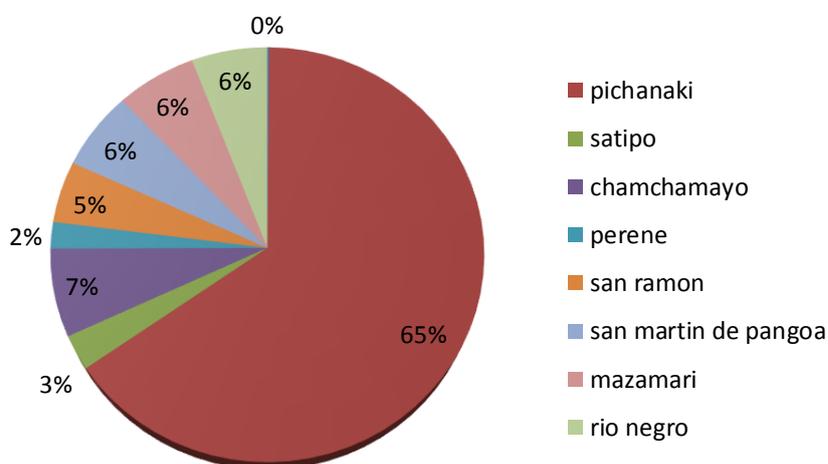


Figura N° 2: Principales zonas de producción del jengibre en la región Junín.

El kion o jengibre es un producto reconocido por sus bondades curativas y por la gran calidad de producto, esto ha permitido que en nivel internacional es reconocido y valorado. Consecuentemente, los productores de la selva central de la región Junín han apostado para invertir en el cultivo del kion y sea ya una los principales productos que se siembran en la región. Por ello una de las zonas económicas y una de las principales productoras es el distrito de Pichanaqui quien tiene durante los cinco años un 65% de hectáreas que exportan y es ya una de las zonas más importantes que produce y comercializa el jengibre, el segundo lugar está la provincia de Chamchamayo con un 7 % de hectáreas y como zona productora del jengibre, además es una de las principales provincias que produce diferentes productos agrícolas. Las siguientes zonas como san Martín de Pangoa, Mazamari y Río Negro tienen el 6% de hectáreas que durante los 5 años han estado exportando. La zona de perene y Sapito con un 3% a 2% de hectáreas ya sea un de las pocas que están produciendo durante los 5 años no demuestra que en estos años siguientes serán aun mayor porcentaje de producción.

3.2. Resultados de la productividad del jengibre

A. Resultados sobre el volumen de producción del jengibre de la región Junín

En la siguiente tabla número 5, se mostrara el volumen de producción del jengibre en la región Junín durante los años 2013 hasta el 2017. Que se analizara la productividad del jengibre.

Tabla 5
Volumen de producción de jengibre de la región Junín del periodo 2013-2017. Valor FOB

Años	Volumen(FOB)
2013	12057038
2014	15862569
2015	19854905
2016	23107981
2017	131731529

Fuente: Agrodata

La demanda productiva de la región Junín durante los cinco años ha estado creciendo de una mayor proporción, en los años 2013 el volumen de producción del jengibre en valor FOB ha estado en 120, 570,838, por lo tanto ha estado aumentando en un 3%. Durante los años 2016 y 2017 la producción del jengibre ha tenido dificultades para vender pero para los pobladores de la región Junín encontrado una nueva alternativa de exportación muy rentable de igual manera para las empresas. Por ellos se refleja en crecimiento del volumen de producción desde el 2013 y que en el 2017 con un 131, 731,529 en valor FOB.

El volumen de producción durante los 5 años en la región Junín aumentado satisfactoriamente, como se muestra en la figura número 3, para ello analizamos el crecimiento en valor FOB.

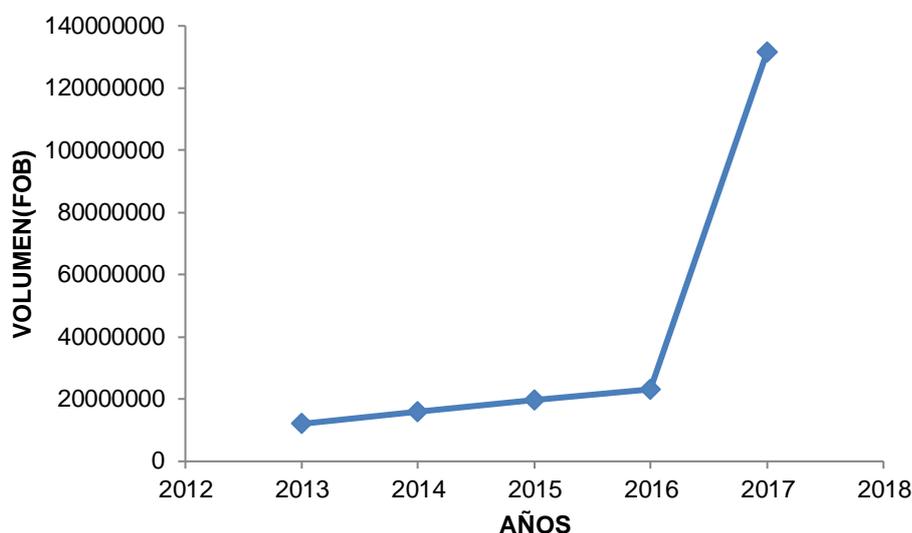


Figura 3: volumen de producción del jengibre en la región Junín.

La calidad del kion peruano o conocido por jengibre, ya es uno de los productos con mayor preferencia en los mercados internacionales y como ha estado aumentando estos cinco años, el crecimiento se debe que desde el 2016. ya las empresas están teniendo capacitaciones y asistiendo a ferias internacionales, gracias a ellos la producción esta aumentado y cada día es rentable. El volumen de producción desde el 2013 hasta el 2016 estado un crecimiento lento y la volumen estado en 20% a 30%; no obstante a que ya en el 2015 en crecimiento ya es notorio, ya que PROMPERU desde el 2016 ha estado apoyando con instituciones para la ayuda y asistencia técnica en los certificados orgánicos y de calidad. Por ellos las cifras se reflejan durante el periodo del 2017.

B. Resultados sobre el costo de producción del jengibre de la región Junín

En la tabla 6, se muestra el costo de producción del jengibre de la región Junín, durante el periodo 2013 – 2017, expresando en valor FOB. Indicando a la relación al año anterior.

*Tabla 6
Costo de producción de jengibre de la región Junín del periodo 2013
-2017, valor FOB.*

Años	costo de producción
2013	7,567,833
2014	25,273,437
2015	22,095,326
2016	23,107,355
2017	48,078,767

Fuente: Agrodata

En la tabla 6, se logra identificar los cambios de la productividad del jengibre durante los últimos 5 años y que la variación del promedio FOB aumentado un 20% durante los años consecutivos, teniendo en cuenta el costo de producción en los años 2013 es de 7, 567,833 con una gran diferencia en el año 2017 con el costo FOB de 48, 078,767. Asimismo en el 2015, la productividad decreció el costo con un 22, 095,326, durante los últimos años se aproximado de 15% a 20% ya es favorable para las exportaciones pero con un decrecimiento a 8%. Además, el kion es una fuente importante de desarrollo y crecimiento económico y de productividad en la región Junín.

En la figura número 4, se ilustra el costo de producción del jengibre en la región Junín, durante el periodo 2013- 2017.

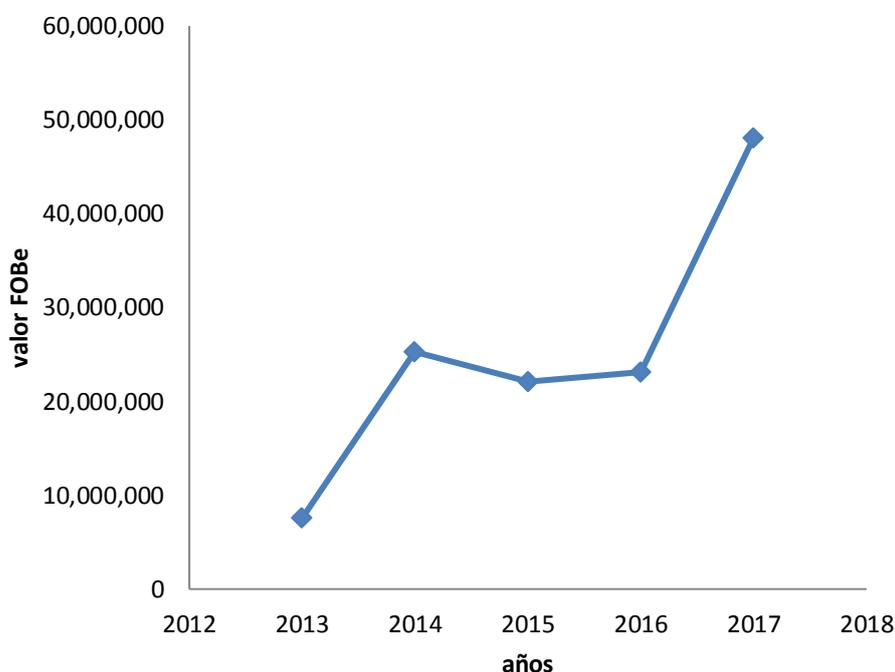


Figura 4: costos de producción del jengibre en la Región Junín 2013 – 2017, en valor FOB.

En la figura N° 4, se observa que el rendimiento del costo de producción en la región Junín. El crecimiento por 5 años ha sido favorable para la productividad. El valor más alto se encuentra en el año 2017 con 50 % a los años anteriores. Sin embargo del 2013 a los años anteriores aumento su valor FOB en la producción del jengibre. Durante los 5 años se ha convertido en un cultivo muy rentable en la productividad por ello se ve reflejado en los costos de producción del jengibre en la región Junín.

3.3. Resultados de la competitividad del jengibre

A. Resultados sobre la diferenciación por producto de la competitividad del jengibre de la región Junín

En la tabla 7, se muestra la diferenciación por el precio del producto el jengibre de la región Junín, durante el periodo 2013 – 2017, expresando el precio por unidad en US\$ dólares americanos.

Tabla 7
Diferenciación del precio unitario 2013 - 2017 , en US\$

Año	Precio del producto
2013	2.33
2014	2.12
2015	2.08
2016	1.68
2017	1.91

Fuente: Agrodata

En la tabla N°7, se tiene en cuenta la diferenciación del producto por precio unitario durante los años 2013 hasta el 2017. Se lo identificar que en el 2013 tuvo un promedio de 2.33 en dólares americanos y que mediante el año siguiente el precio disminuyo a 0.21. El jengibre durante este tiempo fue un producto que recién comenzaba a expandirse y el valor que le daban los productores se basan en la productividad. Así mismo, la competitividad del comerciante a darle un mejor valor para que se pueda comercializar a diferentes países.

Por ello, en el 2017 se puede visualizar que el precio unitario del 2013 es menos con un 0.42 de diferencia. El jengibre durante los 5 años estado cambiando en el aspecto de ser competitivo con otros productos y para la región abarcar quien da un mejor precio.

En la figura número 5, se ilustra la diferenciación del producto por precio del jengibre en la región Junín, durante el periodo 2013- 2017.

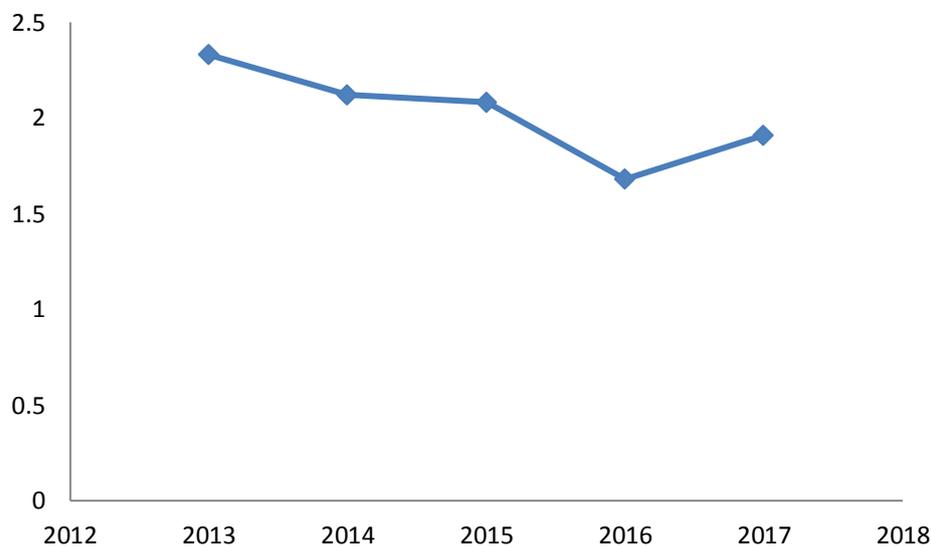


Figura 5: Diferenciación del producto por el precio jengibre en la Región Junín 2013 – 2017.

En la figura N° 5, se observa competitividad del precio durante los 5 años en la región Junín. En la ilustración se aprecia un decrecimiento pero siendo favorable. Ya que al iniciarse en los primeros años de exportación del producto desde los años 2012 y en el 2013 el precio fue alto. Y la razón por que el precio unitario comenzó a bajar en 0.5 durante los años consecutivos es porque no solo fue una empresa que comercializo y para negociar con el exterior t y ya teniendo competencia en los diferentes países exportadores del producto, en el Perú tenían que dar un precio competitivo.

Por lo consecuente en el 2016 el precio decreció siendo que durante el 2017 el precio aumento y así consecutivamente en los años siguientes se estará viendo.

3.4. Resultados sobre las oportunidades de exportación de jengibre

A. Resultados sobre el volumen de exportación del Jengibre

En la tabla 8, se muestra el volumen de exportación del jengibre, durante el periodo 2013 – 2017, expresado en toneladas. Indicando la relación de 5 años.

Tabla 8
volumen de exportación del jengibre, 2013-2017 (Toneladas)

Años	Volumen
2013	498.00
2014	13,688.00
2015	11,924.00
2016	16,789.00
2017	28,497.00

Fuente: Trade Map

En la tabla 8, se observa que el volumen de exportación de jengibre se ha incrementado con un mayor volumen exportado en el año 2017 a 28,497.00 toneladas y 2016 a 16,789.00. El porcentaje del volumen de exportación de jengibre disminuyó durante el año 2015 a 9% en 11,924.00 en toneladas y se redujo y afectó su volumen de crecimiento en el año 2014 con 13,688.00 en toneladas.

En la figura número 6, se ilustra el volumen de exportación de jengibre, durante el periodo 2013 -2017.

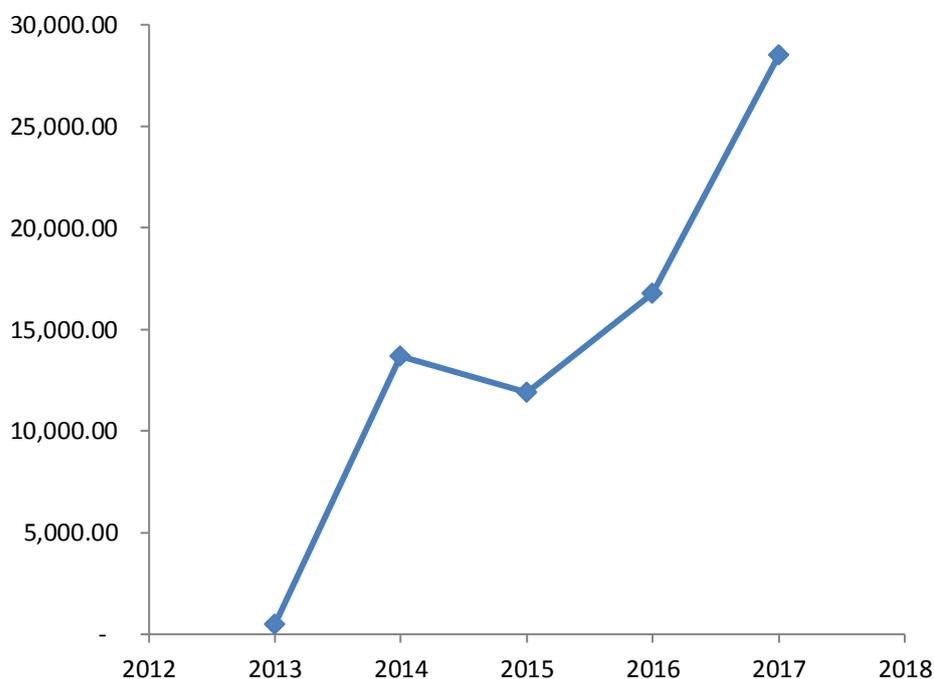


Figura 6: volúmenes de exportación de jengibre De Perú al mundo, 2013 – 2017, en toneladas.

En la figura 6, se observa cuanto creció el volumen de exportación del jengibre, y se redujo durante los cinco años. Se visualiza que en año 2013 y 2015 se obtuvo la mayor baja, además en el año 2017 se incrementó de manera sostenida el volumen de exportación y siendo un año con un nivel alto. Dado que los países prefieren el producto como es el jengibre por su gran calidad y sabor.

B. Resultados sobre el valor de exportación del Jengibre

En la tabla 9, se muestra el valor de exportación de jengibre, durante el periodo 2013-2017, expresado en miles de US\$. Indicando el valor por cada año.

Tabla 9
valor de exportación del jengibre, 2013 - 2017 , en miles US\$

Año	Valor
2013	11.194
2014	29.428
2015	25.129
2016	28.919
2017	55.892

Fuente: Trade Map

Tabla 9, se observa que el valor de exportación de jengibre, el mayor valor fue en el 2017 con 55.892 miles de dólares y el valor menos en exportación de jengibre en el año 2013 con 11.194 miles de dólares. Además el decrecimiento en el año 2015 con 25.129 miles de dólares.

Además, las exportaciones de los tres últimos años como es 2015 y el 2017. El incremento de favorable y se resalta que la producción en la región Junín fue favorable.

En la figura 7, se ilustra el valor de exportación de jengibre, durante el periodo 2013- 2017.

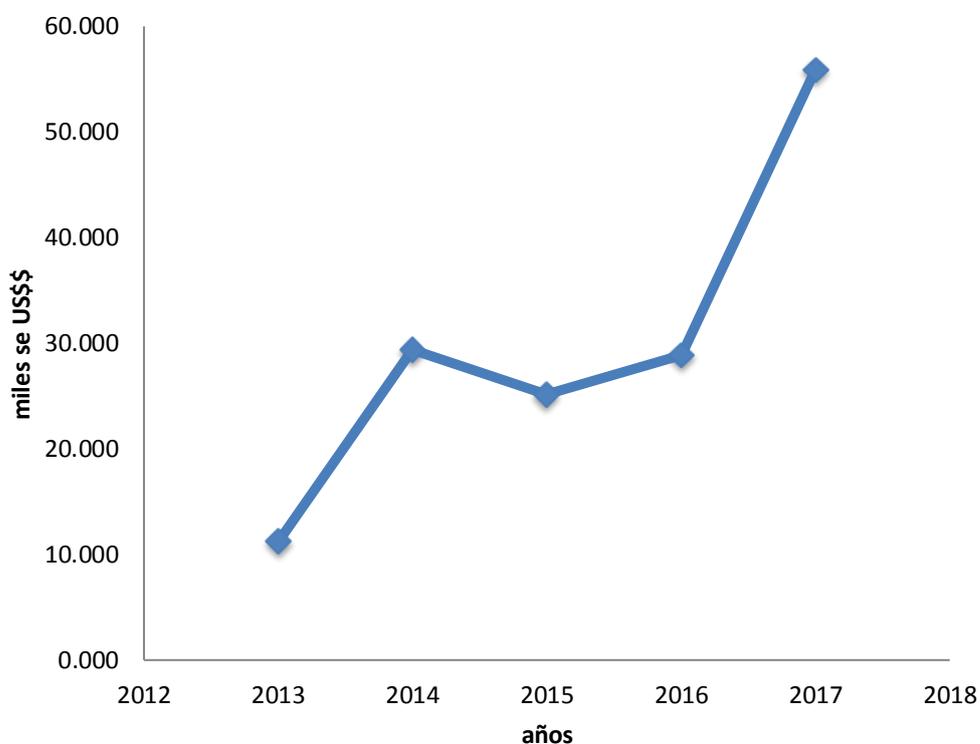


Figura 7: valor de exportación de jengibre de Perú al mundo, 2013 – 2017, en miles de US\$

En la figura 7, de valor de exportación de jengibre se identifica que los últimos años ha sufrido cambios de variación en los años 2015 con un valor menos a los demás años y que en el 2017 se incrementó el valor de exportación. Durante los demás años como 2016 se aumentó al año anterior, lo cual quiere decir que los proveedores del jengibre se obtuvieron éxito

En el 2015 la producción del jengibre no alcanzo la meta en volumen ni en valor de exportación, ya que fue un año de decrecimiento para el producto agrícola y que los precios no fueron competitivos.

3.4. Resultados de correlación

3.4.1. Resultados de correlación entre el factor financiero y el volumen de exportación.

Hipótesis específicas

A. la primera hipótesis específica

H0: El factor financiero no influye directamente en las oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín.

H1: El factor económico influye directamente en las oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín

Tabla 10
Correlación entre el financiamiento en la región Junín y volumen de exportación.

Años	Financiero	Volumen	Correlación de Pearson
2013	75.18	498	
2014	78.18	13,688.00	
2015	101.24	11,924.00	0.821819
2016	106.41	16,789.00	
2017	115.32	28,497.00	

De acuerdo a los resultados de la tabla 10 se ha encontrado que existe una relación entre ambos indicadores siendo valor obtenido 0.82 por lo que nos indica que hay relación positiva alta lo cual confirma la hipótesis.

B. Resultados de la correlación de las principales zonas económicas de la región Junín y el valor de exportación.

H0: El factor financiero no influye directamente en las oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín.

H1: El factor económico influye directamente en las oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín

Tabla 11
Correlación de las zonas de las zonas económicas y el valor de producción en la región Junín

años	zonas económicas	valor de producción	correlación de Pearson
2013	1455000	11.194	
2014	4525000	29.428	
2015	5700000	25.129	0.89775645
2016	7630000	28.919	
2017	9680000	55.892	

De acuerdo a la correlación de Pearson, los indicadores de las principales zonas económicas de la región, tienen relación positiva, ya que en el resultado nos dice que tiene el 0.89 de correlación y se relaciona de manera definitiva entre el factor económico y las oportunidades para la exportación del jengibre.

3.3.2. Resultados de la correlación de volumen de producción y volumen de exportación de jengibre.

A. segunda hipótesis específicas

H0: El factor de productividad no influye directamente en el valor de Exportación de jengibre en la región Junín.

H2: El factor de producción si influye directamente en el valor de Exportación de jengibre en la región Junín.

Tabla 12
Correlación de volumen de producción y volumen de exportación de jengibre

Años	volumen de producción(FOB)	volumen exportación(FOB)	Correlación de Pearson
2013	12057038	498.00	
2014	15862569	13,688.00	0.83058854
2015	19854905	11,924.00	
2016	23107981	16,789.00	
2017	131731529	28,497.00	

De acuerdo a la correlación de la hipótesis específica nos da el resultado positivo, ya que el valor de correlación es de 0.83 con relación positiva y que si en definitiva el volumen de producción del jengibre en la región Junín y el volumen de exportación de jengibre en el periodo 2013 hasta el 2017.

B. resultados de la correlación de costo de producción y valor de exportación de jengibre

H0: El factor de costo producción no influye directamente en el valor de Exportación de jengibre en la región Junín.

H2: El factor de producción si influye directamente en el valor de Exportación de jengibre en la región Junín.

*Tabla 13
correlación entre el costo de producción de jengibre y el valor de exportación durante el periodo 2013-2017*

años	costo de producción	valor de exportación	Correlación de Pearson
2013	7,567,833	11194	
2014	25,273,437	29428	
2015	22,095,326	25129	0.997712
2016	23,107,355	28919	
2017	48,078,767	55892	

De acuerdo a los resultados la tabla 13 se ha encontrado que existe una relación entre ambos indicadores con un valor de 0.99 de similitud, ya que la relación es positiva alta, lo cual confirma a la hipótesis de la investigación.

3.3.3. Resultados de la correlación de diferenciación del producto y volumen de exportación de jengibre.

A. segunda hipótesis específicas

H0: El factor de competitividad no influye directamente en el valor de Exportación de jengibre en la región Junín.

H2: El factor competitividad si influye directamente en el valor de Exportación de jengibre en la región Junín.

Tabla 14
Correlación de volumen de exportación y diferenciación del producto de jengibre

Años	volumen exportación(FOB)	Diferenciación del producto	Correlación de Pearson
2013	498.00	2.33	0.8571486
2014	13,688.00	2.19	
2015	11,924.00	2.11	
2016	16,789.00	1.68	
2017	28,497.00	1.91	

De acuerdo a la correlación de la hipótesis específica nos da el resultado positivo, ya que se el valor de correlación es de 0.86 con relación positiva y que si en definitiva el volumen de exportación del jengibre en la región Junín y la diferenciación del producto de jengibre en el periodo 2013 hasta el 2017.

B. resultados de la correlación de diferenciación del producto y valor de exportación de jengibre

H0: El factor de competitividad no influye directamente en el valor de Exportación de jengibre en la región Junín.

H2: El factor de competitividad si influye directamente en el valor de Exportación de jengibre en la región Junín.

Tabla 15
Correlación de valor de exportación y diferenciación del producto de jengibre

Años	valor de exportación	Diferenciación del producto	Correlación de Pearson
2013	11.194	2.33	
2014	29.428	2.19	0.856256
2015	25.129	2.11	
2016	28.919	1.68	
2017	55.892	1.91	

De acuerdo a los resultados de la tabla 15, se ha encontrado que existe una relación entre ambos indicadores siendo valor obtenido 0.85 por lo que nos indica que hay relación positiva alta lo cual confirma la hipótesis.

3.3.4. Prueba de Hipótesis General

H0: los factores limitantes no influyen directamente en las oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín

H1: los factores limitantes influyen directamente en las oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín

Por lo tanto, la correlacional de las variables tiene hacer favorables, ya que la hipótesis general nos dice que influye directamente el factor limitante y la oportunidad de exportación, es positiva. Por lo tanto los factores que influyen a los factores limitantes son económicos y productivos. Además, la oportunidades de exportación tienen entre la demanda y oferta con el volumen y valor de exportación.

IV. DISCUSIÓN

Según los resultados de la prueba de hipótesis general, los factores limitantes y oportunidades para la exportación de jengibre en la región Junín influyen directamente en la demanda y oferta durante los años establecidos. Por ende el factor económico influye en el volumen de exportación con un 0.82 de la correlación de las variables. Por lo que aprueba en un 82% de la totalidad. El factor de productividad influye en el valor de exportación con un 0.99 de la correlación a un porcentaje de 90% dado así de manera positiva el alto valor de similitud y de correlacional.

Según la referencia de Gonzales (2017), afirma que las oportunidades de las Mypes (Medianas y pequeñas empresas), son económicos, es decir durante estos últimos años las regiones ya están contando con apoyos financieros y es un medio importante porque, al productor a querer invertir para su negocio tiende a buscar opciones de préstamos para aumentar su productividad y aumentar ingresos de su capital, el autor también consta que el factor económico tiene hacer una proyección de las empresas para el financiamiento de su rentabilidad sea una ventaja competitiva dentro de la posición la competencias y generar economía para región.

En referencia que influye el factor financiero con el volumen de exportación del jengibre, es que cada día los productores de Junín buscan financiar para la producción y permite tener elección de entidades financieras con tasas intereses altas y medianas. Esto permite que el productor pueda aumentar la producción y aumentar ganancias. Consecuentemente, la capacidad financiera en la región por cada producto tienen el factor importante ante las altas tasas de interés agravadas por la restricción de las tarjetas agropecuarias, por ello el financiamiento tiene hacer más barato en el producto. Por lo tanto, No todas las entidades financieras tienen a capacitar y asesorar al cliente, ya que la mayoría no con esas herramientas y no toman en cuenta el principal alternativa para aumentar aún más si carpeta de ingresos a los préstamos y apoyos de capital.

En los resultados de las hipótesis específicas se puede deducir que la primera relación tiene el 82%. Además, la productividad y el valor de exportación mantienen el 0.99 en su totalidad y con un porcentaje de 90%, definitivamente influye indirecta e directamente durante los 5 años consecutivos. Analizando el factor de oportunidades para la exportación de jengibre, las exportaciones cuentan con un valor agregado a tomar posiciones en las divisas con el gran aumento económico que surge cada vez que un país exporta en toneladas cada día y el poder obtener aún más ganancias por diferentes cambios de divisas.

Los resultados económicos en la región Junín tienen a asimilarse a lo que nos dice Huamán, Ignacio, Latorre y munive (2014). Que la participación del marco económico sí que influye a inversiones rentables y permite que la región tenga oportunidades de inversión aún más una variedad de empresas financieras permitan generar ganancias al invertir y ayude a mejorar económicamente la región, por lo tanto, es importante la participan en la región con las oportunidades que todos los empresarios puedan generar ingresos y no perder su capital por una mala inversión de producción,

Las exportaciones del kion durante los 5 años consecutivos han estado en un crecimiento acelerado y también a consecuencia de eso unos años que otros las exportaciones bajaron pero no tanto a un 5%. La productividad del kion en diferentes zonas de la región que exportan y producen son las más importantes. El kion es un producto con muchos beneficios curativos y ha permitido que sea muy valorado a nivel internacional. La productividad en el 2016 se cultivado en 1,253 hectáreas y que a permitido que los agricultores opten por producir aún más el kion durante estos años consecutivos. Las zonas de mayor producción en Junín son Pichanaki y satipo.

Tal como lo menciona Munguía (2017), los costos de producción para la exportación del jengibre tienen a tener factores limitantes y que las empresas grandes influyan a realizar la reducción del 50% de los costos al realizar trabajos de la producción a lo natural y no utilizan la mayoría maquinarias tecnológicas ya que aumentan los costos y que para ellos reducen las ganancias.

Para ello, las empresas internacionales o las pocas empresas grandes en el Perú que existen en la región ya son competitivas en el extranjero. Durante los cinco años la producción ha incrementado en valor y el volumen de exportación en toneladas si se incrementó durante los cinco años y muy favorable para el producto que es el jengibre permite que cada día sea la elección para el extranjero. Por lo tanto, la buena calidad para los productos industrializados sean también parte de la producción, ya que la región la mayoría de las empresas exportadoras de jengibre no cuenta con una buena inversión en sus maquinarias que faciliten el tiempo de producción y cada día sean ya empresas competitivas para el mercado internacional y nacional.

Además, el autor Portilla (2014) demostró que la demanda y la oferta en el jengibre en el volumen de exportación. También el tratado libre comercio permite comercializar el producto. Igualmente, el autor afirma el jengibre internacional tiende a competir con diferentes países que producen el jengibre pero al Perú es un reto constante estos últimos años que se exporte. Las exportaciones es un negocio rentable si es que tienen cuenta el conocimiento en las operaciones que realizara, capital para una buena inversión tener en cuenta las tasas de interés y la experiencia en la producción y comercialización. También, Tenemos que pensar en las oportunidades para la exportación de jengibre en diferentes partes del mundo.

Los resultados del volumen y el valor de exportación del jengibre del periodo de 2013 al 2017 han mostrado incrementos favorables y que se corrobora con Moreta (2014), que el valor de exportación para la comercialización en los productos en miles de dólares incrementado. Por ello, el mayor volumen en toneladas en el 2017 en 28,497.00 a pesar de los cambios climáticos y que en el valor de exportación en miles de dólares el mayor es 55.892 US\$.

Así mismo, el incremento de la productividad de las exportaciones del jengibre y que de los costos de producción y el valor de exportación coinciden Según Espinoza (2014), con las oportunidades de exportación peruanas en los productos agrícolas, que la correlación mantiene en aumento y que se demostrado que el precio y capacidad de exportación ha tenido de manera favorable. Tanto el volumen de exportación en toneladas y como el valor de exportación se mantuvo favorable el crecimiento.

Finalmente, la correlación de las variables es positiva así como menciona Ferrada y sosaya (2018), tanto el volumen como el valor de exportación se mantuvo y fue alto. Ya que principalmente a la calidad del producto, por lo que se reafirma lo mencionado por el autor, en que el país ha utilizado todos sus recursos principales para verse favorecido en la generación de negocios, así como en el posicionamiento por calidad y buen servicio. Además la productividad y el buen manejo de en las inversiones para la tecnológica al sector, se produjo también la introducción de que el jengibre es unos de los productos con único sabor y calidad que se ofrece, las nuevas mejoras que cumplen con los requisitos en los impuestos por los diversos mercados a los que se destinan las producciones y que los nuevos tratados permite tener una buena conexión de negocios internacionales para el producto agrícolas.

V. CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados de la hipótesis específica 1 de la investigación se obtiene que el factor económico influye directamente en el volumen de Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 – 2017, obteniéndose el índice de la correlación de Pearson de 0.82 de manera positiva.

Así mismo, los resultados obtenidos de la hipótesis específica 2 han quedado demostrados que el factor de productividad influye directamente en el valor de Exportación de jengibre en la región Junín con el periodo 2013 – 2017, ya que presenta de 0.99 de su totalidad son positivas.

Finalmente, se acepta la hipótesis general, la cual obtuvo los resultados demostrando que tienen una relación positiva. Los factores limitantes influyen directamente en las oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 – 2017 ha sido positiva. Además, el índice de la variables entre la correlación de Pearson.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda que las entidades financieras permitan asesorar y capacitar el manejo de su capital de los productores y que permita prever cualquier tipo de caída financiera, es decir que hacer cuando inviertes todo tu capital para la producción y lo pierdes. Además, hacer conocer al productor los beneficios que generan las exportaciones.

Mantener las estrategias de la productividad, los costos y gastos que se realizan mediante la producción y que a ingresar al mercado objetivo como mantener el valor del producto a pesar del cambio de divisas.

Por último, contar con una buena estrategia de distribución para abastecer en el mercado internacional y nacional de manera eficiente, realizar un benchmarking que contribuirá con el crecimiento de las exportaciones y mejorar el nivel de competitividad.

VII. REFERENCIAS

- Alemán, R. y Perales, J. (2015). *Factores limitantes de creación de consorcios en empresas familiares de calzado -distrito El Porvenir-2014* (tesis de licenciado).
- Ader (2017) *Los factores limitantes del desarrollo empresarial de la pyme riojana por la vía de la agregación*. Recuperado de http://www.ader.es/fileadmin/redactor/utilidades/estudios-e-informes/2017-pyme_riojana_alta.pdf
- BCRP (2017). *Balanza comercial*. Recuperado de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Guia-Metodologica/Guia-Metodologica-07.pdf>
- Brunet, C. y Turck, V. (2015). Plan de exportación de talavera a España. Recuperado de http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/ortiz_m_a/capitulo2.pdf
- Bustos, M y espinosa, M (2015), *Oportunidades de Negocios para Productores Chilenos en Mercados Sudeste Asiatic*
- Comercio internacional y el tratado de libre comercio (2015). México: limusa
- Economipedia (2015). *Finanzas*. Recuperado de <http://economipedia.com/definiciones/finanzas.html>
- Gastelao, M (2017). *De la empresa al mercado: factores que inciden en la organización de las cadenas de producción de bioenergía*. Recuperado de: <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-DeLaEmpresaAlMercadoFactoresQueIncidenEnLaOrganiza-5848879.pdf>

- Glosario (2017). *Glosario de términos aduaneros, comercio exterior y términos marítimo – portuarios*. Recuperado de <https://www.mardelplata.gob.ar/documentos/exportar/glosario.pdf>
- Godoy, L. (2017). *Análisis de negocios y oportunidades para la exportación y comercialización de aceite de oliva argentino hacia Colombia* (tesis de maestría). Recuperado de
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ª ed.). México D.F.: Mc Graw Hill Education.
- Huamán, ., Ignacio, J., Latorre, C. Y Munive, I. (2017). *Planeamiento Estratégico del Sector Banca Múltiple de la Región Junín* (Tesis de maestría). Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9543/HUAMAN_IGNACIO_PLNEAMIENTO_BANCA_JUNIN.pdf?sequence=1
- Koespsell, D. y Ruiz, M. (2015). *Ética de la investigación, integridad científica*. Recuperado de: <https://www.cooperacionib.org/libro-etica-de-la-Investigacion-gratuito.pdf>
- López, J. (2015). *Conceptos generales de la tecnología*. Recuperado de http://edii.uclm.es/~jmlova/Archivos/IIA/Archivos/IIA_Tecnologia.pdf
- Munguia, M. (2017). *Factores limitantes en el proceso de producción para generar una oferta exportable competitiva del aguaymanto en la provincia de huanta y vinchos departamento Ayacucho* (Tesis de licenciado). Recuperado de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2702/3/munguia_bmz.pdf
- Ortiz, A. Y Alcantara, M. (2014). *Análisis de la producción un enfoque microeconómico*. Perú: UNALM.
- Portilla, s. (2014). *La demanda de jengibre en Cali - Colombia y su comercialización desde el Cantón el Carmen Provincia de Manabí* (tesis de licenciado). Recuperado de

<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>

Espinoza, e (2014). Oportunidades de exportación de la alcofa peruana al mercado alemán. Universidad cesar vallejo- lima norte

Zambrano, A. (2014). *Introducción a las finanzas empresariales*. (1. ° ed.). Lima, Perú: UGRAPH

VIII. ANEXOS

ANEXO 1 : MATRIZ DE CONSISTENCIA

“FACTORES LIMITANTES Y OPORTUNIDADES PARA LA EXPORTACIÓN DE JENGIBRE EN LA REGIÓN JUNÍN EN EL PERIODO 2013-2017”

Objeto de Estudio	Problema de Investigación	Objetivo de Investigación	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Método
Empresas exportadoras del jengibre de la región Junín	Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Factores limitantes	Económicos	Financiamiento	El diseño de esta investigación es cuantitativo correlacional de alcance o nivel explicativo por el manejo de dato estadístico, por las conclusiones que sacamos de ellas; también es una investigación no experimental. Por ello, la importancia del método cuantitativa por el volumen y valor de exportación que son registrados gradualmente cada año, lo cual es determinante para la economía peruana.
	¿En qué medida se relaciona los factores limitantes y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017?	Determinar la relación que existe entre los factores limitantes y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017.	Existe una relación positiva entre factores limitantes se y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017.			Principales zonas económicas	
	1. ¿En qué medida se relaciona los factores económicos y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017?	Determinar la relación que existe entre los factores económicos y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017.	Existe una relación positiva entre Los factores económicos y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017.		Volumen de producción		
					Costo de producción		
				Oportunidades de Exportación	Competitividad	Diferenciación del producto	
	2. ¿En qué medida se relaciona los factores de productividad y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017?	Determinar la relación que existe entre los factores de productividad y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017.	Existe una relación positiva entre Los factores de productividad y oportunidades para la Exportación de jengibre en la región Junín en el periodo 2013 - 2017.			Volumen de exportación	
					Valor de exportación		

Anexo 2: volumen de exportación

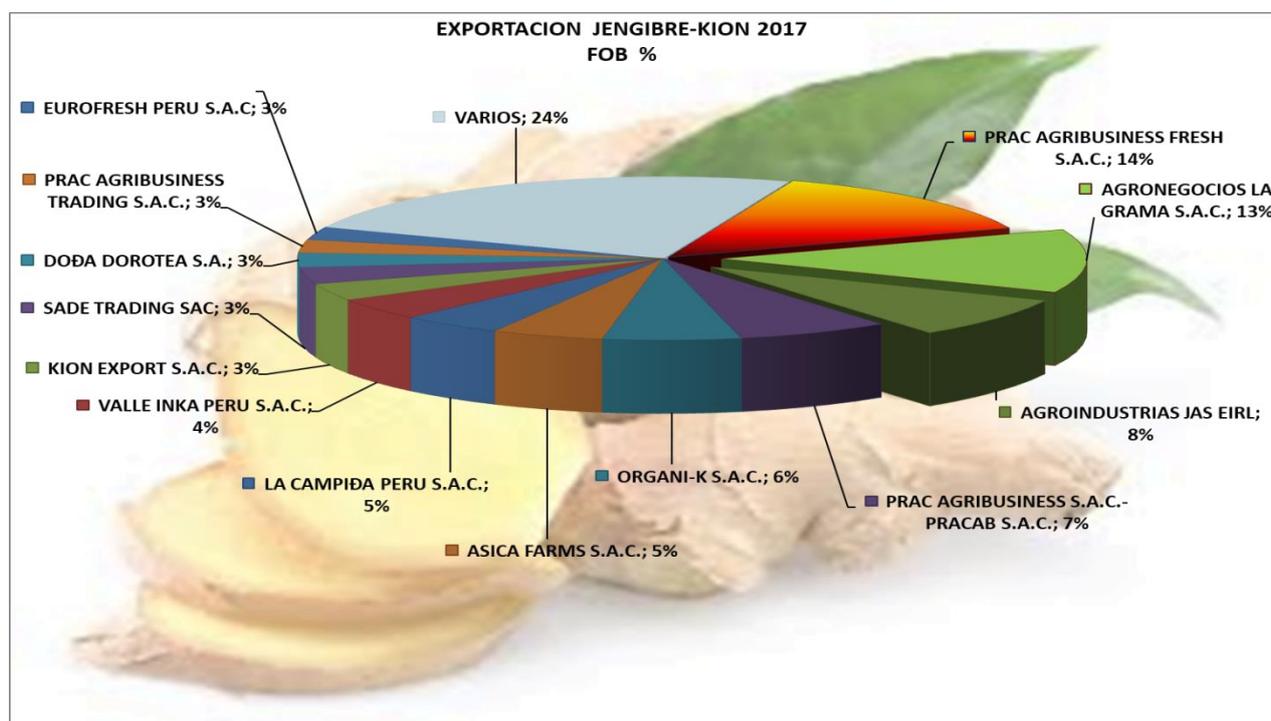
C.1 PERÚ: VALOR DE LA PRODUCCIÓN AGROPECUARIA POR DIVISIÓN, ENE-MAR 2016/ 2015
(Millones de soles a precios 2007)

Sector Agropecuario	Enero - marzo			Marzo		
	2015 ^p	2016 ^p	Var. %	2015 ^p	2016 ^p	Var. %
TOTAL	6 927,5	7 036,9	1,6	2 548,9	2 534,7	-0,6
Productos de la agricultura, horticultura y jardinería comercial	3 903,0	3 970,4	1,7	1 498,0	1 491,3	-0,4
Cereales	697,0	746,5	7,1	253,6	271,9	7,2
Hortalizas	711,6	681,2	-4,3	253,2	237,8	-6,1
Frutas y nueces	995,0	1 024,2	2,9	363,2	345,3	-4,9
Semillas y frutos oleaginosos	57,5	68,3	18,8	22,2	28,9	30,7
Raíces comestibles y tubérculos con alto contenido de almidón o inulina	543,5	525,3	-3,3	235,3	232,1	-1,3
Estimulantes, especias y cultivos aromáticos	218,5	265,4	21,5	123,8	132,7	7,3
Legumbres (hortalizas leguminosas secas)	18,1	18,2	0,3	6,1	6,4	4,3
Cultivos de azúcar	182,1	159,0	-12,7	57,8	37,0	-35,9
Productos forrajeros, fibras, plantas vivas, flores cortadas y flores en capullo, tabaco no elaborado y caucho natural	479,7	482,4	0,6	182,9	199,1	8,9
Animales vivos y productos de animales (excluyendo carne)	3 024,3	3 066,4	1,4	1 050,9	1 043,3	-0,7
Animales vivos	2 270,7	2 298,0	1,2	785,5	772,6	-1,6
Leche cruda	401,0	407,8	1,7	141,6	144,2	1,8
Huevos de gallina u otras aves, con cáscara, frescos	294,9	303,4	2,9	99,3	101,9	2,6
Otros productos de animales	57,7	57,2	-0,9	24,5	24,6	0,5
Otros productos no considerados previamente	0,2	0,2	-3,8	0,0	0,0	-11,8

^p Provisional

Fuente: SIEA

Anexo 3: Empresas exportadoras del jengibre.



Anexo 4: cuadro de exportación del jengibre del año 2013 - 2012

EXPORTACIONES JENGIBRE (KION)			12			
MES	2,013			2,012		
	FOB	KILOS	PREC. PROM	FOB	KILOS	PREC. PROM
ENERO	172.894	58.582	2.95	258.056	107.380	2.40
FEBRERO	129.347	47.182	2.74	231.011	119.618	1.93
MARZO	230.416	73.297	3.14	163.087	115.329	1.41
ABRIL	77.050	39.342	1.96	247.911	173.562	1.43
MAYO	330.472	149.726	2.21	167.826	146.356	1.15
JUNIO	757.050	300.382	2.52	320.999	181.254	1.77
JULIO	901.179	372.330	2.42	507.687	257.172	1.97
AGOSTO	828.524	376.536	2.20	453.457	205.264	2.21
SEPTIEMBRE	818.920	387.101	2.12	493.682	190.354	2.59
OCTUBRE	1.058.544	446.570	2.37	340.038	146.749	2.32
NOVIEMBRE	1.208.336	540.962	2.23	272.145	105.302	2.58
DICIEMBRE	995.101	423.489	2.35	337.272	110.750	3.05
TOTALES	7,507,833	3,215,499	2.33	3,793,171	1,859,091	2.04
PROMEDIO MES	625,653	267,958		316,098	154,924	
% CRECIMIENTO ANUAL	98%	73%	14%	-8%	-11%	4%

Anexo 5: cuadro de exportación del jengibre del año 2015 - 2014

EXPORTACIONES JENGIBRE (KION)			11			
MES	2,015			2,014		
	FOB	KILOS	PREC. PROM	FOB	KILOS	PREC. PROM
ENERO	1,592,549	633,455	2.51	1,090,809	441,995	2.47
FEBRERO	1,249,350	456,135	2.74	1,171,980	489,671	2.39
MARZO	776,444	305,002	2.55	870,059	440,485	1.98
ABRIL	451,680	185,425	2.44	436,564	198,367	2.20
MAYO	403,291	191,313	2.11	497,452	274,201	1.81
JUNIO	1,340,302	631,249	2.12	1,193,379	635,662	1.88
JULIO	2,863,746	1,393,467	2.06	1,673,427	879,906	1.90
AGOSTO	3,559,874	1,699,278	2.09	3,316,156	1,561,363	2.12
SEPTIEMBRE	2,608,302	1,384,113	1.88	3,723,527	1,820,908	2.04
OCTUBRE	2,914,321	1,469,284	1.98	4,180,102	1,942,483	2.15
NOVIEMBRE	1,659,479	874,657	1.90	4,594,325	1,897,623	2.42
DICIEMBRE				3,814,770	1,537,947	2.48
TOTALES	19,419,338	9,223,378	2.11	26,562,550	12,120,611	2.19
PROMEDIO MES	1,765,394	838,489		2,213,546	1,010,051	
% CRECIMIENTO ANUAL	-20%	-17%	-4%	254%	277%	-6%

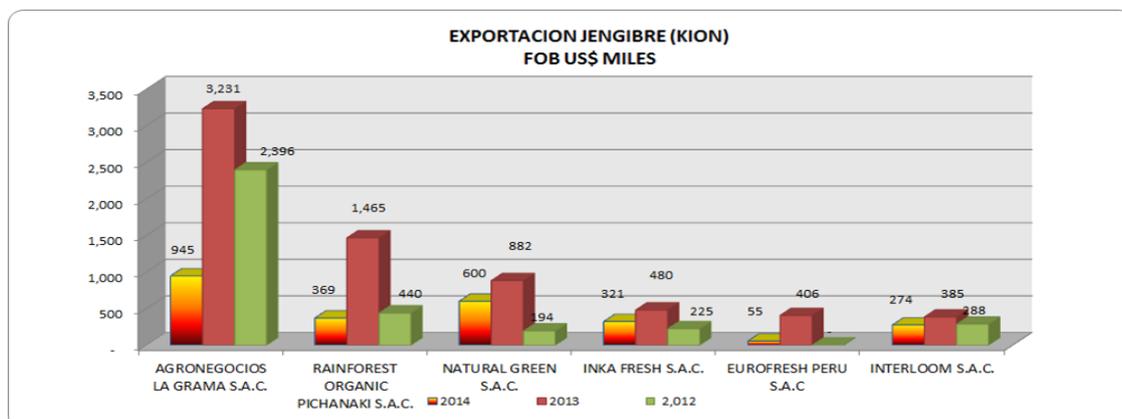
Anexo 6: cuadro de exportación del jengibre del año 2016 - 2015

EXPORTACIONES JENGIBRE (KION)			12	13		
MES	2,016			2,015		
	FOB	KILOS	PREC. PROM	FOB	KILOS	PREC. PROM
ENERO	1,748,292	933,708	1.87	1,592,549	633,455	2.51
FEBRERO	1,512,484	769,566	1.97	1,249,350	456,135	2.74
MARZO	1,566,022	806,622	1.94	776,444	305,002	2.55
ABRIL	1,058,667	542,738	1.95	451,680	185,425	2.44
MAYO	354,896	219,814	1.61	403,291	191,313	2.11
JUNIO	1,052,200	525,257	2.00	1,340,302	631,249	2.12
JULIO	2,353,282	1,411,249	1.67	2,863,746	1,393,467	2.06
AGOSTO	3,126,252	1,742,436	1.79	3,559,874	1,699,278	2.09
SEPTIEMBRE	3,478,838	2,117,157	1.64	2,608,302	1,384,113	1.88
OCTUBRE	2,550,831	1,649,126	1.55	2,914,321	1,469,284	1.98
NOVIEMBRE	2,669,964	1,847,337	1.45	2,147,365	1,104,371	1.94
DICIEMBRE	1,636,253	1,166,519	1.40	2,188,102	1,153,563	1.90
TOTALES	23,107,981	13,731,529	1.68	22,095,326	10,606,655	2.08
PROMEDIO MES	1,925,665	1,144,294		1,841,277	883,888	
% CRECIMIENTO ANUAL	5%	29%	-19%	-17%	-12%	-5%

Anexo 7: cuadro de exportación del jengibre del año 2018- 2017

EXPORTACIONES JENGIBRE (KION)			9			
MES	2,018			2,017		
	FOB	KILOS	PREC. PROM	FOB	KILOS	PREC. PROM
ENERO	4,743,273	2,170,990	2.18	1,869,161	1,309,340	1.43
FEBRERO	4,254,824	2,243,029	1.90	2,453,034	1,583,350	1.55
MARZO	2,766,959	1,519,514	1.82	3,003,684	1,617,718	1.86
ABRIL	1,666,853	958,424	1.74	2,156,209	1,242,010	1.74
MAYO	1,079,457	733,553	1.47	2,054,213	1,315,288	1.56
JUNIO	1,137,985	770,001	1.48	1,188,854	887,507	1.34
JULIO	3,220,363	1,800,504	1.79	2,241,550	1,135,298	1.97
AGOSTO	5,475,860	2,974,048	1.84	4,191,366	2,066,794	2.03
SEPTIEMBRE	3,536,932	1,832,331	1.93	6,362,105	3,345,468	1.90
OCTUBRE	-	-		8,138,371	3,926,771	2.07
NOVIEMBRE	-	-		7,932,312	3,731,919	2.13
DICIEMBRE	-	-		6,487,908	3,044,220	2.13
TOTALES	27,882,506	15,002,394	1.86	48,078,767	25,205,683	1.91
PROMEDIO MES	3,098,056	1,666,933		4,006,564	2,100,474	
% CRECIMIENTO ANUAL	-23%	-21%	-3%	108%	84%	13%

Anexo 8: Empresas exportadoras del Jengibre.





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (GRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres:

Carrasco Ticliahuanca Mercedes Paola

D.N.I. : 73327343

Domicilio : urb. Los olivos Mz C lote 32

Teléfono : Fijo :

Móvil : 945163280

E-mail : mercedesct@ucv.edu.pe

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales

Escuela : Negocios Internacionales

Carrera : Negocios Internacionales

Título : Licenciada de Negocios internacionales

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Carrasco Ticliahuanca Mercedes Paola

Título de la tesis:

Factores limitantes y oportunidades para la exportación de Jengibre en la
Región Junín en el periodo 2013-2017

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma : 

Fecha : 4/12/2018



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

Factores limitantes y oportunidades para la exportación de Jengibre en la
Región Junín en el periodo 2013-2017”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORA:

CARRASCO TOLA MERCEDES ROSA

Resumen de coincidencias

24 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

24	1	Entregado a Universida...	12 %
		Trabajo del estudiante	
	2	repositorio.ucv.edu.pe	8 %
		Fuente de Internet	
	3	bibliotecadigital.econ.u...	1 %
		Fuente de Internet	
	4	spanishdict.com	1 %
		Fuente de Internet	
	5	repositorio.utn.edu.ec	<1 %
		Fuente de Internet	
	6	Entregado a UNIV DE L...	<1 %
		Trabajo del estudiante	
	7	www.scribd.com	<1 %
		Fuente de Internet	
	8	bibliotecavirtualoducal...	<1 %
		Fuente de Internet	



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Carrasco Ticliahuana, Mercedes Paola

INFORME TÍTULADO:

Factores limitantes y oportunidades para la exportación de jengibre en la Región Junín en el periodo 2013 -2017

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada de Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 04/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 15



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Carrasco Ticliahuanca Mercedes Paola , identificado con DNI N° 73327343, egresado de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Factores limitantes y Oportunidades para la exportación de Jengibre en la Región Junín del periodo 2013 - 2017."; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

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



FIRMA

DNI: 73327343

FECHA: 04 de Diciembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------