

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Económico Administrativas
Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



**ESTUDIO DE MERCADO DEL ORÉGANO PARA SU VIABILIDAD DE
EXPORTACIÓN A BRASIL: CASO DE LA “EMPRESA EXPORTADORA
DE BUEN AROMÁTICO DBA S.A” EN EL PERIODO 2021 AL 2025**

Tesis presentada por el Bachiller:

Apaza Cusi, Alexandra

Cruz Mayhua, Elizabeth Thalia

Para optar el Título profesional de

Ingeniera Comercial. Especialidad:

Negocios Internacionales

Asesor:

Mg. Hillpa Zúñiga Manuel

Edmundo

Arequipa - Perú

2022

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
INGENIERIA COMERCIAL
TITULACIÓN CON TESIS
DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 22 de Marzo del 2022

Dictamen: 003617-C-EPICO-2022

Visto el borrador del expediente 003617, presentado por:

2014701722 - APAZA CUSI ALEXANDRA

2014801842 - CRUZ MAYHUA ELIZABETH THALIA

Titulado:

**ESTUDIO DE MERCADO DEL ORÉGANO PARA SU VIABILIDAD DE EXPORTACIÓN A BRASIL:
CASO DE LA EMPRESA EXPORTADORA DE BUEN AROMÁTICO DBA S.A
EN EL PERIODO 2021 AL 2025.**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

**0167 - TORRES PAREDES LUIS EMILIO
DICTAMINADOR**



**2770 - MANRIQUE OROZA PABLO IGNACIO
DICTAMINADOR**



**3132 - VILLANUEVA PAREDES GRACE XIMENA
DICTAMINADOR**



DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedicamos, principalmente, a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso para obtener uno de nuestros anhelos más deseados.

A mis padres, Yolanda y Miguel, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años; gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido un orgullo y privilegio ser su hija, son los mejores padres.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que esta investigación se realice con éxito, en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Alexandra Apaza Cusi

A mi mamita, Adriana, por protegerme y animarme; a mi papito, quien a pesar de ya no estar conmigo, siempre me brindó su apoyo y amor en cada momento de mi formación como persona y profesional. A mi hermana, Kumiko, a toda mi familia, mis seres más queridos, por haberme compartido sus conocimientos y motivado constantemente en todo el proceso de mi carrera.

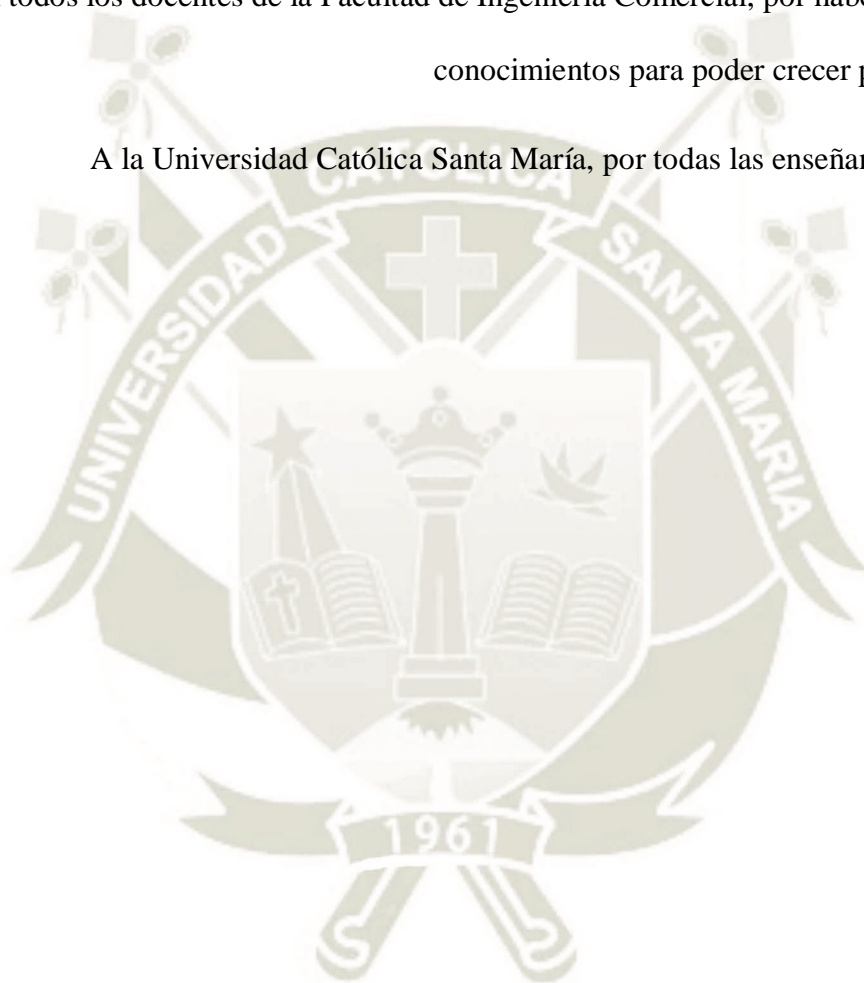
Elizabeth Thalia Cruz Mayhua

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, agradecer a Dios por iluminar nuestro camino y darnos la fortaleza para seguir, con constancia, nuestra carrera profesional.

A todos los docentes de la Facultad de Ingeniería Comercial, por haber compartido sus conocimientos para poder crecer profesionalmente.

A la Universidad Católica Santa María, por todas las enseñanzas compartidas.



RESUMEN

El trabajo de investigación se tituló: Estudio de mercado del orégano para su viabilidad de exportación a Brasil: caso de la “Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A” en el periodo 2021 al 2025. Tuvo como objetivo: Determinar la viabilidad de la exportación del orégano a Brasil a través de un estudio de mercado: Caso de la “Empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A, en el periodo 2021 al 2025. Se utilizó información primaria y secundaria para obtener la información: verificación y comportamiento de la variable independiente, que hace referencia al estudio técnico productivo, y documentos o investigaciones relacionadas con el tema de estudio, respectivamente. Los instrumentos fueron documentos de estudios pasados y páginas web que ayudan al acceso de información internacional como partidas arancelarias y el valor en que cada país exporta e importa. Al analizar los indicadores financieros, se obtuvo un VAN positivo, TIR mayor a la tasa de descuento y B/C superior a uno, lo que hace que la exportación de orégano de la empresa sea viable. Concluyendo que, al realizar el estudio de mercado, se pudo observar un panorama más amplio en cuanto al mercado objetivo y, al mismo tiempo, los indicadores financieros dan como viable la realización de dicho proyecto de exportación.

Palabras clave: Orégano peruano, Mercado de orégano, Empresa exportadora, Mercado brasileño, Exportación a Brasil, Viabilidad de exportación

ABSTRACT

The research work was named: Market study of oregano for its export viability to Brazil: case of the “Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA SA” in the period 2021 to 2025. Its objective was to determine the viability of the export of the oregano to Brazil through a market study: Case of the “Empresa Exportadora de Buen Aromático DBA SA” in the period 2021 to 2025. Primary and secondary information was used to obtain the information, where the primary was the verification and behavior of the independent variable, which is the productive technical study, and the secondary the documents or research related to the subject of study. The instruments were documents of past studies and web pages that help access international information such as tariff items and the value at which each country exports and imports. When analyzing the financial indicators, a positive NPV was obtained, an IRR greater than the discount rate and a B / C greater than one, which makes the company's oregano export viable. Concluding that when conducting the market study, a broader panorama could be observed in terms of the target market and at the same time the financial indicators make the realization of said export project viable.

Keywords: Oregano, Market, Viability, Export, Brazil.

ÍNDICE DE CONTENIDO

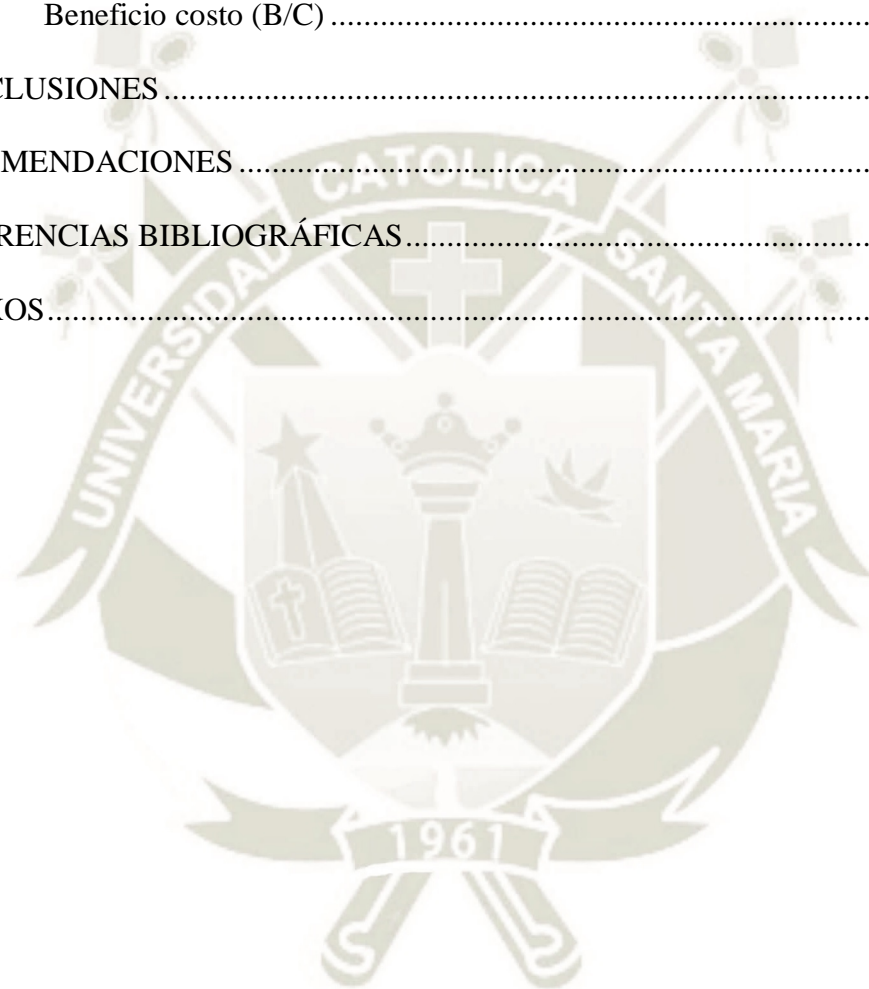
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiv
INTRODUCCIÓN	xvi
CAPÍTULO I.....	19
1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....	19
1.1. Antecedentes de la investigación	19
1.2. Marco teórico-científico	23
1.2.1. Orégano.....	23
1.2.1.1. Composición nutricional.....	23
1.2.1.2. Propiedades	25
1.2.1.3. Producción de orégano en el Perú	26
1.2.2. Brasil: mercado destino de exportación de orégano	27
1.2.2.1. Mercado brasileño	27
1.2.2.2. Requisitos de exportación	28
1.2.3. Estudio de mercado.....	29
1.2.3.1. Demanda	30
1.2.3.2. Oferta	31
1.2.3.3. Mercado objetivo.....	32

1.2.3.4.	Costos.....	32
1.2.3.5.	Precios de exportación	33
1.2.3.6.	Variabilidad de exportación	34
1.2.3.6.1.	Flujo de caja	34
1.2.3.6.2.	Valor Actual Neto (VAN).....	36
1.2.3.6.3.	Tasa interna de retorno (TIR).....	37
1.3.	Definición de términos básicos	38
CAPÍTULO II.....		41
2.	ASPECTOS METODOLÓGICOS	41
2.1.	Técnicas	41
2.2.	Instrumentos y materiales de verificación	41
2.3.	Campo de Verificación	41
2.3.1.	Ámbito	41
2.3.2.	Temporalidad.....	41
2.3.3.	Unidades de Estudio	41
2.4.	Estrategia de recolección de datos.....	42
CAPÍTULO III		43
3.	ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA	43
3.1.	Datos de la empresa	43
3.1.1.	Nombre de la empresa	43
3.1.2.	RUC	43
3.1.3.	Propietarios.....	43
3.1.4.	Dirección	43
3.1.5.	Fecha de creación e inscripción.....	43
3.2.	Reseña histórica.....	43

3.3.	Misión.....	45
3.4.	Visión.....	45
3.5.	Valores.....	45
3.6.	Significado del eslogan.....	45
3.7.	Productos que ofrece la empresa.....	46
3.8.	Proceso productivo.....	48
3.8.1.	Descripción del proceso de producción.....	48
3.8.2.	Envase, empaque y embalaje.....	52
3.8.3.	Costos de Exportación.....	54
3.9.	Certificados de la empresa para la exportación del producto.....	55
3.10.	Cantidad de colaboradores que requiere la empresa.....	55
3.11.	Proyecto a futuro de la empresa.....	56
3.12.	Análisis FODA Y PESTEL.....	57
3.12.1.	Análisis FODA.....	57
3.12.2.	Análisis PESTEL.....	59
3.12.2.1.	Factor Político.....	59
3.12.2.2.	Factor Económico.....	60
3.12.2.3.	Factor Socio – Cultural.....	60
3.12.2.4.	Factor Tecnológico.....	60
3.12.2.5.	Factor Ecológico/Ambiental.....	61
3.12.2.6.	Factor Legal.....	62
CAPÍTULO IV.....		63
4.	MERCADO BRASILEIRO COMO DESTINO DE EXPORTACIÓN.....	63
4.1.	Aspectos generales de Brasil.....	63
4.1.1.	Geografía.....	63

4.1.2.	Población y nivel de vida	64
4.1.3.	Indicadores económicos	64
4.2.	Requisitos para exportar a Brasil.....	68
4.2.1.	Análisis de riesgo de plagas (ARP)	68
4.2.2.	Requisitos o estándares de calidad para productos agrícolas	68
4.2.3.	Residuos contaminantes	69
4.2.4.	Etiquetado de productos vegetales.....	69
4.2.5.	Licencia de importación.....	69
4.2.6.	Procedimiento de importación y desaduanaje a Brasil	70
4.2.7.	Documentación requerida	71
4.2.8.	Requisitos	72
4.2.9.	Logística y transporte.....	73
CAPÍTULO V.....		77
5.	ESTUDIO DE MERCADO	77
5.1.	Estudio de Oferta.....	77
5.2.	Estudio de demanda.....	81
5.3.	Marketing Mix.....	85
5.3.1.	Producto	85
5.3.1.1.	Capacidad de producción en (TM)	86
5.3.1.2.	Procesos que conforma la capacidad de producción	87
5.3.2.	Precio	87
5.3.3.	Promoción	89
5.3.3.1.	Entidades responsables de promoción	90
5.3.4.	Plaza.....	90
5.3.4.1.	Cliente.....	90

CAPÍTULO VI	94
6. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA	94
6.1. Valor actual neto (VAN).....	112
6.2. Tasa interna de retorno (TIR).....	112
6.3. Periodo retorno de inversión (PRI).....	112
6.4. Beneficio costo (B/C)	112
CONCLUSIONES	114
RECOMENDACIONES	116
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	118
ANEXOS.....	124



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Composición nutricional de 100 g de orégano.....	24
Tabla 2. Variación en cuanto al cultivo de orégano peruano entre el 2010 al 2017 (TM)..	26
Tabla 3. Evolución por peso de la participación del país importador de orégano a Brasil en (TM).....	28
Tabla 4. Descripción del proceso productivo	49
Tabla 5. Costos de exportación anual por la cantidad de 328 TM.....	54
Tabla 6. Descripción de cargos.....	55
Tabla 7. Tendencias del IDH de Brasil basadas en series de tiempo coherentes	64
Tabla 8. Indicador de Confianza Empresario Industrial (ICEI) de Brasil del 2015 al 2021	65
Tabla 9. Ventajas que pueden dar los compromisos del acuerdo Perú-Mercosur en algunos productos agrícolas de interés	73
Tabla 10. Exportaciones a Brasil según vías de transporte en precio FOB.....	74
Tabla 11. Duración promedio de días en puertos Costa Norte Atlántica – Brasil.....	74
Tabla 12. Duración promedio de días en puertos Costa Este Sudamérica – Brasil.....	75
Tabla 13. Evolución de las importaciones de orégano de Brasil por valor (US\$).....	77
Tabla 14. Zonas de producción por departamento del orégano (TM) 2014-2019.....	78
Tabla 15. Evolución de Principales Empresas Exportadoras de Orégano Seco 2015 – 2019 (US\$ FOB)	79
Tabla 16. Evolución de Principales Empresas Exportadoras de Orégano Seco 2015 – 2019 (TM).....	80
Tabla 17. Participación de la empresa en el mercado y tasa de crecimiento.....	81
Tabla 18. Principales Países Destino del Orégano Seco 2016- 2020 (US\$FOB).....	82
Tabla 19. Demanda para la exportación de Orégano a Brasil 2016-2020 (TM).	83

Tabla 20. Porcentaje de producción por producto	83
Tabla 21. Proyección de la demanda de la empresa en (TM).....	84
Tabla 22. Capacidad de producción en (TM)	86
Tabla 23. Evolución de los precios del orégano a precios internacionales (US\$).....	87
Tabla 24. Ferias a participar	89
Tabla 25. Costos operativos (nuevos soles)	95
Tabla 26. Gastos administrativos (Nuevos soles).....	98
Tabla 27. Remuneraciones (Nuevos soles)	99
Tabla 28. Depreciaciones (Nuevos soles)	100
Tabla 29. Valor en libros de los activos (Nuevos soles)	101
Tabla 30. Financiamiento (Nuevos soles).....	102
Tabla 31. Cuadro de amortización (Nuevos soles)	102
Tabla 32. Inversión (Nuevos soles).....	104
Tabla 33. Otros gastos (Nuevos soles).....	105
Tabla 34. Gastos por distribución (Nuevos soles) por 378.25 TM.....	106
Tabla 35. Costo unitario por productos (Nuevos soles)	107
Tabla 36. Estados de ganancias y pérdidas (Nuevos soles)	108
Tabla 37. Flujo de caja (Nuevos soles)	110
Tabla 38. Indicadores financieros	112

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Factores que influyen en la demanda	30
Figura 2. Flujo de caja económico	35
Figura 3. Flujo de caja financiero	36
Figura 4. Logo de la empresa	46
Figura 5. Orégano orgánico	46
Figura 6. Orégano convencional.....	47
Figura 7. Muña	47
Figura 8. Laurel	48
Figura 9. Descripción del proceso productivo del orégano.....	50
Figura 10. Diagrama de bloques del proceso productivo del orégano.....	51
Figura 11. Orégano en Bolsas de polipropileno	52
Figura 12. Orégano Bolsas de Papel Trilaminado	53
Figura 13. Embalaje final en Cajas de Cartón Corrugado	54
Figura 14. Organigrama de la Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.....	56
Figura 15. Inversión histórica en ciencia, tecnología e innovación desde el año de 1999 al 2019.....	61
Figura 16. Mapa de Brasil	63
Figura 17. Indicadores económicos	66
Figura 18. Cuentas Nacionales Trimestrales	66
Figura 19. Procedimiento para solicitar la licencia de importaciones no automática	70
Figura 20. Procedimiento de importación	70
Figura 21. Ruta marítima – Costa Norte Atlántica – Brasil	75
Figura 22. Ruta marítima – Costa Este Sudamérica	76

Figura 23. Ficha nutricional del orégano en español y en inglés 85

Figura 24. Partida arancelaria del orejano..... 85

Figura 25. Logo de la empresa Importacao Exportacao Ltda 92



INTRODUCCIÓN

En la presente investigación, se aborda la exportación del orégano, hierba aromática originaria de Medio Oriente, que se utiliza como condimento, especialmente en comidas de origen italiano, y que presenta como componentes naturales principales el carvacrol y timol, las cuales han permitido su aplicación en cosméticos y medicamentos.

En Latinoamérica, el Perú es el principal país productor de orégano, por lo que este represente uno de los productos más rentables de la región. Por ello, el objetivo de la presente investigación es realizar un Estudio de Mercado para la exportación directa del orégano a Brasil: caso de la Empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A., periodo 2021 al 2025.

El estudio se ha llevado a cabo debido a que, actualmente, existen distorsiones en el precio, que han generado preocupación tanto en los productores como en las empresas exportadoras e, incluso, ha conllevado a que algunas de estas empresas dejen de exportar orégano.

Cabe destacar que, apenas el 10% de la producción de orégano peruano permanece en el mercado local, y el potencial en mercados externos representa una atractiva oportunidad de exportación, ya que en estos países pueden llegar a pagar, en promedio, hasta US\$4 por kilo, a diferencia de Perú, donde se paga US\$ por kilo. (Redacción Gestión, 2018)

Históricamente, Chile ha sido el mercado principal para exportación de orégano peruano, seguido de Brasil. Al respecto, diversos estudios han resaltado que la exportación de esta especia a Chile ha permitido consolidar su oferta y, posteriormente, ser reexportado a Europa y Brasil. (Redacción Perú 21, 2013)

En el Perú, Arequipa y Tacna son las principales zonas productoras de orégano, siendo estas las que generan mayores oportunidades de empleo y crecimiento en torno a esta especia.

Específicamente, la región de Arequipa ha exportado orégano por US\$87,700, que representa un crecimiento del 131,8%, siendo los principales países destinos de exportación Alemania (US\$ 46,600) y España (US\$ 38,400). (Redacción Perú 21, 2013)

En consecuencia, se ha observado un crecimiento sostenible de áreas agrícolas para el cultivo de orégano, siendo Caylloma la provincia donde se produce mayor proporción de este, con 194 hectáreas, seguido de Quioscos y Chiguata, con aproximadamente 92 hectáreas cada uno. (Klauer, 2009)

Por lo tanto, se infiere la importancia del cultivo y exportación de orégano en la región de Arequipa, ya que representa una fuente de ingresos para las familias productoras que, bajo el esquema asociativo, tienen acceso a procesos de certificación orgánica del producto, aspecto que brinda un valor agregado a la especia.

Dada la coyuntura del orégano, se considera pertinente realizar un Estudio de Mercado para la exportación directa del orégano: Caso de la Empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A. Asimismo, se pretende analizar nuevos mercados para la exportación del orégano seco, dando a conocer los beneficios que este genera para impulsar la exportación y el crecimiento de la empresa.

La presente investigación está dividida en cinco capítulos. En el primer capítulo, se presenta la fundamentación teórica. En el segundo capítulo, se muestra la metodología empleada, presentando los instrumentos y los procedimientos que se siguieron para la obtención de la información. En el tercer capítulo, se presentan los aspectos generales de empresa como datos de la empresa. El cuarto capítulo, comprende el mercado destino de exportación. En el quinto capítulo, se presenta el estudio de mercado para la empresa el Buen Aromático DBA SA. Finalmente, el sexto capítulo, comprende la evaluación económica

financiera obtenidos a través del trabajo de campo, así como las conclusiones y recomendaciones que se ha logrado determinar luego de realizado el estudio.



CAPÍTULO I

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1. Antecedentes de la investigación

A fin de brindar sustento a la presente investigación, es necesario mencionar los siguientes estudios previos.

Alzamora (2017), en su tesis “Factores que inciden en las exportaciones de orégano (*Origanum Vulgare*) de la región Tacna hacia el mercado brasileño”, planteó como objetivo establecer los factores que influyen en el proceso de exportación de orégano. El estudio fue de enfoque cualitativo y tipo aplicativo, y la muestra estuvo conformada por empresas exportadoras de orégano encontradas en Tacna. Se evidenció que la variedad del producto, los procesos de producción, así como el sistema de comercialización y las deficiencias en calidad, son factores que influyen en la oferta competitiva respecto a la exportación del orégano. Se concluyó que las empresas exportadoras de orégano, ubicadas en Tacna, cumplen con la demanda de sus clientes; sin embargo, el sistema de riesgo, falta de inversión y control de calidad, cooperación débil y las condiciones de cosecha, limitan la cadena de producción, influyendo negativamente en el proceso de exportación de este producto.

Alpaca et al. (2018) sustentaron la tesis “Planeamiento estratégico para la industria arequipeña el orégano”, orientada a diseñar un plan estratégico para que la región de Arequipa desarrolle su cadena productiva y la convierta en la primera, y principal, productora del Perú. Para ello, se consideraron los lineamientos establecidos y el análisis (interno y externo) del mercado de exportación. A nivel interno, se identificó la variedad de climas del Perú como fortaleza del sector, ya que esto potencia la producción continua del orégano.

Asimismo, se evidenció una proyección positiva del crecimiento del precio de este producto en el mercado internacional, ya que, actualmente, presenta una tendencia alta. Finalmente, se destacó la importancia de mantener relaciones saludables entre los socios de la cadena productiva y la mejora del proceso de producción, considerando procesos y costos, puesto que ambos repercuten en la competitividad y rentabilidad del sector.

Villalobos (2018) desarrolló la investigación “Caracterización molecular de los principales ecotipos de ‘orégano’ (*Origanum sp.*) en la región Tacna”, donde se orientó a evaluar la diversidad genética de los principales ecotipos de orégano cultivados en Tacna. En primer lugar, se extrajo el ADN para realizar la cuantificación y determinación de calidad de la muestra. En cuanto a genética, se evidenciaron diferencias significativas entre cada ecotipo, presentando un coeficiente de asociación de 80% y 95%. Por lo tanto, el nivel genético tiene una alta correlación con el nivel molecular. Además, se determinó una baja diversidad genética del orégano que se produce en Tacna, a consecuencia del sistema asexual de reproducción. Asimismo, se determinó que existe una alta homogeneidad genética de los oréganos cultivados en la región Tacna, debido a factores medioambientales que generan las variaciones del fenotipo.

Benavente y Molleda (2018) realizaron una investigación titulada “Plan de negocios para la implementación de una empresa exportadora de orégano seco a Sao Paulo-Brasil, Arequipa 2017”, que se orientó al diseño de un plan de negocios que permita impulsar la exportación del orégano que se produce en la región de Arequipa. Se determinó que la inexistencia de aranceles en la exportación de orégano del Perú representa una característica que contribuye en la rentabilidad de las empresas exportadoras. Asimismo, se destacó que Tacna produce, aproximadamente, el 54% del orégano nacional y, en segundo lugar, se encuentra la región de Arequipa. Por último, se destacó que el diseño de un plan de negocios

para la exportación de orégano arequipeño, resulta viable para analizar la demanda y resolver la problemática de insatisfacción, conllevando a que la empresa capte y fidelice clientes de exportación de orégano.

Lea (2016) realizó la investigación “Influencia del precio en las exportaciones de orégano de Perú. Periodo 2010-2014”, donde se orientó a determinar si existe relación entre la influencia de precios y las exportaciones de orégano peruano. La investigación fue de enfoque mixto, tipo descriptivo, y como técnica se utilizó la encuesta. Se encontró que Brasil es el destino principal para exportar orégano peruano, ya que, durante el 2010, el 45,89% de la producción peruana se exportó a este mercado; mientras que, en el 2011, el 47.2%, en el 2012, un 41.83%, en el 2013, un 43.8% y, finalmente, en el 2014, se exportó un 43.3%. Se concluyó que los precios no influyen en el aumento del nivel de exportación de orégano peruano, hacia el mercado brasileño; no obstante, factores como estrategias de marketing y certificación de calidad inciden positivamente en la competitividad empresarial de las empresas peruanas exportadoras de orégano.

Además, se consideró la tesis de Valeriano y Vásquez (2019), titulada “La planeación estratégica y su impacto en el entorno empresarial de las MYPES exportadores de orégano”, que se enfocó en evaluar el impacto de la planificación estratégica en el las Mypes exportadoras de orégano, ubicadas en Tacna. La investigación fue de tipo descriptivo-explicativo, corte transversal y enfoque cuantitativo. La muestra se conformó por la Mype Sabor Peruano de Exportación S.A.C., dedicada a exportar orégano tacneño. Como resultados, el 85,7% de las Mypes no presentan una planificación estratégica; no obstante, al elaborarse este plan, el 92,9% de empresarios mostraron entusiasmo a aplicarlo, puesto que desean garantizar su éxito a corto y largo plazo. En conclusión, la elaboración de planes estratégicos impacta positivamente en las empresas que se dedican a la exportación de

orégano, ya que posibilita la evaluación de factores externos e internos que influyen, directa e indirectamente, y contribuyen en el posicionamiento y participación de la empresa.

Cartulín (2015) sustentó la tesis “Producción y exportación del orégano seco de Tacna al mercado brasileño 2008-2014”, que se enfocó en establecer la relación de los recursos financieros de producción con la exportación de orégano seco hacia el mercado de Brasil, considerando el periodo 2008-2014. La investigación fue de tipo descriptiva, y presentó alternativas para solucionar la problemática de exportación, específicamente orientadas a la optimización de la rentabilidad de los productos de orégano seco en Tacna, siendo necesaria la inversión en tecnología, infraestructura y mano de obra para alcanzar este objetivo.

Chirinos et al. (2009) presentaron el libro “Exportación de orégano de Tacna al mercado de Brasil”, donde se buscó identificar las decisiones estratégicas de las empresas exportadoras de orégano que permitan su internacionalización, con el objetivo de aumentar su rentabilidad. El estudio fue de tipo documental, por lo que se revisaron informes y entrevistas que expliquen las dificultades para ingresar, directamente, al mercado brasileño. Se demostró que la falta de conocimientos sobre organización y costos incide negativamente en la elaboración de planes estratégicos que mejoren la cadena productiva. Asimismo, se observó que el mercado brasileño representa uno de los mejores destinos de exportación, ya que ofrece mejores condiciones de internacionalización del orégano seco producido en territorio peruano, fundamentalmente de la provincia de Tacna. No obstante, para que esto sea viable, se debe proponer un plan de integración y exportación directa del producto, para evitar que intermediarios dificulten el proceso.

1.2. Marco teórico-científico

1.2.1. Orégano

El orégano (*Origanum vulgare* L.), según Hernández et al. (2016), es una planta caracteriza por su aroma, herbácea y nativa del oeste y sureste europeo, perteneciente a la familia Lamiaceae. Respecto a su morfología, el orégano presenta hojas ovaladas, de tonalidad verde claro y pecioladas.

Velasco et al. (2017) señalan que, previo a su consumo, el orégano es sometido a procesos industriales, con la finalidad de que, posteriormente, pueda ser utilizado para elaborar otros productos o como condimento.

En cuanto a su producción, el orégano es una planta de fácil adaptación; no obstante, se optimiza su rendimiento al ser cultivadas en terrenos franco-arcillosos y en climas templados, ya que en suelos con niveles altos de humedad pueden conllevar a que la planta de orégano contraiga problemas fungosos. En este marco, en la costa del Perú, es posible obtener tres cortes de orégano al año; sin embargo, en zonas de altura, apenas pueden obtenerse dos cortes de orégano en el mismo periodo de tiempo. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019)

1.2.1.1. Composición nutricional

Tradicionalmente, el orégano es una planta que destaca por sus virtudes gastronómicas, así como las propiedades benéficas que otorga a la salud, puesto que contiene una alta cantidad de vitaminas, potasio y ácidos grasos, tal como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1.*Composición nutricional de 100 g de orégano*

COMPONENTE	VALOR
Valor energético	335 kcal
Grasa	10,3 g
Fibra	42,8 g
Proteína	11 g
Hidratos de carbono	49,5 g
Calcio	1580 mg
Zinc	4,4 mg
Hierro	44 mg
Sodio	15 mg
Fósforo	200 mg
Potasio	1670 mg
Vitamina A	690 µg
Vitamina E	18,9 mg
Vitamina B1	0,17 mg
Vitamina B2	0,52 mg
Vitamina B3	6,2 mg
Vitamina B6	1,04 mg

Fuente: Buena Vida (2020).

1.2.1.2. Propiedades

Según Ruiz (2019) y Fukalova *et al.* (2021), en base a su composición nutricional, el orégano posee las siguientes propiedades:

a) Efecto digestivo

Permite resolver problemas intestinales, siendo esta una de las propiedades más destacables para el consumo de orégano. Asimismo, debido al contenido de timol, carvacrol y ácido cafeico, esta planta aromática contiene propiedades carminativas que favorecen la reducción de dolencias estomacales provocadas por los gases intestinales. (Ruiz, 2019; Fukalova et al., 2021)

b) Antiséptico y antibiótico

Los polifenoles que contiene el orégano, así como el carvacrol y el timol, posibilitan que esta planta actúe como antibiótico natural, reduciendo infecciones originadas por *Escherichia coli*, *Salmonella typhimurium*, entre otros. Además, mediante los aceites esenciales de la planta, se obtienen propiedades antifúngicas propias del orégano, y estas evitan la presencia de hongos en el organismo. (Ruiz, 2019; Fukalova et al., 2021)

c) Carminativo, antioxidante y diurético

Según Aguilar et al. (2018), las propiedades antioxidantes y diuréticas del orégano actúan, de forma eficaz, en la retención de líquidos. Asimismo, acelera el proceso de quema de grasa. Por lo tanto, es posible aseverar que el orégano representa un complemento para la pérdida de peso.

d) Antiinflamatorio y expectorante

El orégano contiene ácidos y aceites esenciales, por lo que la planta se caracteriza por sus propiedades expectorantes, antisépticas y antiinflamatorias, siendo estas particularidades las que conllevan a que se utilice como remedio natural ante problemas respiratorios provocados por gripes, resfríos o bronquitis. (Ruiz, 2019; Fukalova et al., 2021)

1.2.1.3. Producción de orégano en el Perú

Turpo (2019) señala que, tradicionalmente, el Perú representa uno de los principales países productores de orégano, y en este se cultivan, en esencia, dos variedades: nigra, para fines de exportación, y zambito, que se comercia localmente, fundamentalmente en estado fresco.

Tabla 2.

Variación en cuanto al cultivo de orégano peruano entre el 2010 al 2017 (TM)

Años	Producción (toneladas)	Rendimiento (kilogramo/hectárea)	Precio de chacra (S/. kg)
2010	11,421	4,407	4.89
2011	12,067	4,474	5.65
2012	11,552	3,934	5.74
2013	14,089	4,048	6.22
2014	15,701	4,500	4.51
2015	15,276	4,200	4.76
2016	16,434	5,000	6.62
2017	17,445	4,514	9.17

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego, citado por Turpo (2019).

Como se evidencia en la Tabla 2, el Perú ha presenta variaciones respecto al cultivo de orégano, a consecuencia del incremento de la demanda de esta planta a nivel internacional, sobre todo en países como España y Brasil. Es preciso señalar que, actualmente, Tacna es

concebida como la región principal de exportación de orégano en el territorio peruano, seguido por Lima, Arequipa, Callao y San Martín. (Turpo Zapana, 2019)

1.2.2. Brasil: mercado destino de exportación de orégano

Chirinos et al. (2009) destacan que, actualmente, Brasil tiene un PBI per cápita de alrededor de 8800 dólares, valor que lo posiciona en la undécima economía a nivel mundial. Además, la población de Brasil representa la quinta parte de la población total del planeta, siendo 1,16 millones de familias con ingresos promedio. Finalmente, es preciso señalar que los restaurantes y línea gourmet brasileñas han incrementado su demanda, provocando la utilización masiva de especias, entre ellas, el orégano.

1.2.2.1. Mercado brasileño

Brasil representa uno de los principales países destino de exportación del orégano, abarcando el 44% de las importaciones, seguido de Chile, Alemania, EE.UU., España, entre otros. Respecto a la importación de orégano peruano, se exporta el 78% al mercado brasileño, tendencia de exportación que, actualmente, se encuentra en alza. Cabe destacar que la alta demanda de esta especie, en el mercado brasileño, se genera a consecuencia del desarrollo de la industria cárnica, además de la tendencia a no utilizar sabores artificiales

Brasil se ha convertido en uno de los principales países destinos de exportación del orégano, siendo este país el que abarca alrededor del 44% de importaciones de esta planta aromática, seguido de Chile, Alemania, EE.UU., España, Reino Unido, entre otros. En cuanto a la importación de orégano peruano, se exporta a Brasil cerca al 78% del orégano cultivado, tendencia de exportación que se encuentra al alza hasta la actualidad. Cabe señalar que la alta demanda del orégano en Brasil se debe al desarrollo de su industria cárnica, además de la tendencia a no utilizar sabores artificiales en los alimentos. (Henríquez, 2016)

Tabla 3.

Evolución por peso de la participación del país importador de orégano a Brasil en (TM)

Importador	2016	2017	2018	2019	% de participación
Perú	1,898,550	1,898,550	3,014,750	3,378,780	87%
Bolivia	747,400	422,980	290,985	225,000	6%
Turquía	0	0	505,112	206,625	5%
Argentina	119,476	158,409	45,312	28,656	1%

Fuente: Veritrade, citado por Ministerio de Agricultura y Riego (2019).

Como se observa en la Tabla 3, el Perú exporta el 87% del orégano que se consume en Brasil, el 78,7% de este se embarca por el Porto dos Santos, y el resto por la Rodavia-Foz de Iguazú.

1.2.2.2. Requisitos de exportación

En primer lugar, el mercado brasileño aplica los siguientes requisitos:

a) Requisitos fitosanitarios

El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento (MAPA) de Brasil, mediante la Secretaría de Defensa Agropecuaria, vigila las condiciones fitosanitarias de productos de exportación (hortalizas, ganado, vegetales, legumbres, entre otros), controlando el tránsito internacional de los productos agropecuarios, tanto para zonas fronterizas, aeropuertos, puertos, entre otros. Cabe señalar que esta institución evalúa la calidad de los productos respecto a enfermedades y plagas, con el objetivo de evitar el ingreso de amenazas al mercado brasileño. (Alzamora Falcón, 2017)

b) Requisitos técnicos

Los requisitos técnicos se aplican con la finalidad de garantizar la calidad de los productos importados, así como su inocuidad. Dentro de estos requerimientos se encuentran

las reglas técnicas para el etiquetado de productos, donde se debe incluir obligatoriamente información como la descripción del producto, peso bruto y líquido, fecha de cosecha, plazo de validez, número de lote, entre otros datos que brinden al consumidor detalles precisos sobre el producto a adquirir, tanto en el idioma de origen como en portugués. (Alzamora Falcón, 2017)

c) Requisitos arancelarios

Brasil es parte del Mercosur, por lo tanto, aplica un arancel externo común basado en un sistema armónico. Cabe detallar que se han establecido preferencias arancelarias que se aplican a aquellos países exportadores de una gran gama de productos, como el arancel o la reducción arancelaria, y esto potencia la competitividad de las empresas peruanas. Por lo tanto, ya que gran parte del mercado de Brasil demanda orégano peruano, este brinda preferencia arancelaria del 0% a este producto de exportación; mientras que, al resto de países, se aplica un arancel del 8%. (Alzamora Falcón, 2017)

1.2.3. Estudio de mercado

El estudio de mercado se conceptualiza como el conjunto de acciones realizadas por una empresa, con fines comerciales, que tienen como finalidad obtener información sobre el estado de un segmento determinado (mercado), en esencia, sus características y rentabilidad. Por lo tanto, el estudio de mercado es la investigación que se realiza a un nicho específico, con el fin de establecer si una idea de negocio es viable, o la posibilidad de comercializar un producto en determinado segmento. (da Silva, 2021)

El estudio de mercado, netamente, se define como una investigación que permite a los emprendedores determinar, a partir de perspectivas económicas futuristas, si una idea de negocio es viable para un mercado específico. Se debe considerar que, en todo emprendimiento, los recursos financieros iniciales son limitados, por lo que evaluar su

viabilidad resulta de gran utilidad para reducir el riesgo que implica el inicio de toda actividad económica. (Fernández, 2017)

Entonces, en términos estratégicos, el estudio de mercado engloba el entorno, general (aspectos económicos, geopolíticos, legales y socioculturales) y específico, donde se va a desarrollar la empresa futura, así como el sector de actividad (público objetivo, competidores, mercado laboral, proveedores, entorno tecnológico, productos sustitutos, servicios). Por lo tanto, el estudio de mercado representa una herramienta de orientación y validación para el emprendedor, sobre la estrategia de creación de su proyecto de negocio. (Labrunic & Segundo, 2018)

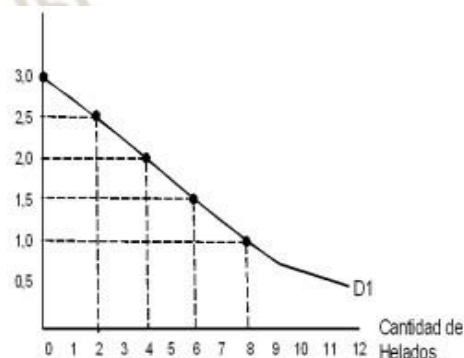
1.2.3.1. Demanda

La demanda representa la primera fuerza económica, y se define como el comportamiento de los consumidores sobre un producto específico, siendo este un aspecto dinámico enmarcado en la satisfacción de necesidades. En este sentido, la demanda hace referencia al proceso de decisión que implica la búsqueda, evaluación y adquisición de un producto o servicio, según las necesidades del consumidor. (Arboleda, 2021)

Figura 1.

Factores que influyen en la demanda

Precio del Helado (Pesos)	Cantidad del Helado
1,0	8
1,5	6
2,0	4
2,5	2
3,0	0



Fuente: Arboleda (2021).

En la Figura 1, se evidencia que el precio se relaciona de forma inversa con la demanda del producto, por lo que, a mayor precio, la cantidad de productos que adquirirán los consumidores será menor, provocando una curva de demanda negativa.

Arboleda (2021) señala que la demanda puede representarse mediante la siguiente función:

$$Q_D = f(P, R, P', G)$$

Donde:

- P : Precio
R : Renta del consumidor
P' : Precio de bienes relacionados
G : Preferencias del consumidor

1.2.3.2. Oferta

La oferta representa la segunda fuerza económica, y se define como el conjunto de vendedores que se encuentran interesados en producir y comercializar un bien o servicio; es decir, hace referencia a la cantidad que se ofrece sobre determinado bien o servicio, considerando que esta es la cantidad que desean y pueden ofertar los vendedores. (Universidad San Martín de Porres, 2020)

Cabe señalar que, a diferencia de la Ley de la demanda, la Ley de la oferta se relaciona de forma directa con el precio y la cantidad a ofertar, afirmando que “manteniéndose todo lo demás constante, la cantidad ofrecida de un bien aumenta cuando sube el precio”. (Universidad San Martín de Porres, 2020, pág. 32)

1.2.3.3. Mercado objetivo

El mercado objetivo o público objetivo se define como el conjunto establecido de clientes a los que una empresa se orienta a satisfacer sus necesidades (Izquierdo, 2011). En este sentido, según Peiró (2017), para establecer el mercado objetivo se deben considerar los siguientes factores:

- a) Geográficos, permite establecer los bienes y servicios que requiere una región geográfica.
- b) Edad, considera los cambios y tendencias de los consumidores, según su etapa generacional.
- c) Sexo, las campañas del bien o servicio se orientan en función de los que resulta más atractivo al público objetivo, en este caso, hombres y mujeres.

Es preciso destacar que, al establecer un mercado objetivo, las ventajas organizacionales se enfocan en la creación de un bien o producto efectivo para la satisfacción de las necesidades de los consumidores, optimización de recursos y conocimiento de la demanda potencial del bien o servicio a comercializar. (Peiró, 2017)

1.2.3.4. Costos

Los costos implican la suma de esfuerzos o recursos que se invierten en la producción de un bien o servicio, considerando, a su vez, el valor monetario de los recursos que se entregan a cambio del bien a adquirir. En esencia, el costo se relaciona con la función de producción (mano de obra, materia prima, cargos indirectos), por lo que, a diferencia de los gastos, los costos se definen como los recursos que se consumen con el fin de crear un producto, y que este genere rentabilidad. Entonces, el costo afecta el balance económico, pero este es recuperable. (Reveles López, 2019)

1.2.3.5. Precios de exportación

Los precios de exportación hacen referencia al valor monetario que se le pide al importador, a cambio del bien exportado, siendo estos precios los que permiten establecer la rentabilidad y sostenibilidad de una empresa. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016)

A partir de lo indicado, se puede establecer que los precios de exportación implican la identificación de las exigencias del mercado respecto a reducción, aumento o mantenimiento de costos y precios, fijación de precios considerando los costos (costo unitario más margen de beneficio), establecimiento de acciones estratégica, competencia y demanda. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016)

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016), los precios de exportación se constituyen de los siguientes componentes:

- a) Establecimiento de los elementos de costos, así como la materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de exportación.
- b) Identificación de los costos de exportación, considerando tanto los costos directos como indirectos.
- c) Determinación de los costos de gestión, es decir, costos administrativos y de comercialización.
- d) Identificación de los costos financieros, tales como los intereses.
- e) Identificación de los aranceles de importación, así como los beneficios de exportación del país de destino.
- f) Determinación del margen de utilidad del producto exportado.

A partir de lo señalado, se puede establecer que el punto de equilibrio de los precios de exportación se determina mediante la siguiente fórmula:

$$Q = \left(\frac{CF}{PV - CVT} \right)$$

Donde:

Q : Cantidad

CF : Costos fijos

PV : Precio de ventas

CVT : costos variables o totales

1.2.3.6. Variabilidad de exportación

De acuerdo con Bazán (2020), la variabilidad de exportación se mide considerando el flujo de caja (económico y financiero), el Valor Actual Neto (VAN), y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

1.2.3.6.1. Flujo de caja

El flujo de caja representa las entradas y salidas netas de dinero en una empresa, considerando un plazo determinado. Cabe resaltar que el tiempo es un parámetro fundamental para el análisis del flujo de caja, ya que este varía en función de un periodo de tiempo. (Foret, 2020)

Entre las características del flujo de caja, se encuentra que este brinda información sobre la capacidad de pago de determinada empresa, además de manifestar la salud financiera de la misma. Se debe considerar que el flujo de caja no mide únicamente las pérdidas o beneficios de la empresa, sino que permite establecer el saldo resultante de la actividad comercial, sin considerar si se generan pérdidas o ganancias. (Foret, 2020)

En este marco, la variabilidad de exportación se mide de acuerdo a los siguientes flujos de caja:

a) Flujo de caja económico

El flujo de cada económico o empresarial evidencia la rentabilidad intrínseca del proyecto por si mismo, sin considerar su financiamiento. Este tipo de flujo se determina considerando los estados financieros proyectados, gastos operativos y de valor residual, diferencias identificados o flujos de caja relevantes, inversión de activos fijos, y la variación del presupuesto de gasto de CTO, como se presenta en la Figura 2. (Bazán, 2020)

Figura 2.

Flujo de caja económico

+ Ventas
- Costos Variables
- Gastos fijos
- Depreciacion
Utilidad operativa
- Impuesto
Utilidad neta
- Depreciacion
FLUJO CAJA OPERATIVO
- Inversiones
+ Valor Residual
Variacion de CTO
FLUJO CAJA ECONOMICO

Fuente: Bazán (2020).

b) Flujo de caja financiero

El flujo de caja financiera refleja la rentabilidad que obtienen los inversionistas según los recursos que han aportado para la realización de la idea de negocio. Para determinar este tipo de flujo, previamente debe hallarle el flujo de caja económico, para luego valorar otros factores que permitan establecer la viabilidad del proyecto. (Bazán, 2020)

Entre las herramientas para determinar el flujo financiero se encuentra la tasa de costo de capital (Ke), la cual permite establecer la cantidad neta que quedará disponible para los socios del proyecto, después de haber perdido un financiamiento. (Bazán, 2020)

En síntesis, el flujo de caja refleja los ingresos (inversión de socios o endeudamiento), así como los gastos que implican por concepto de pago, en un tiempo establecido, como se presenta en la Figura 3. Cabe precisar que, mediante los flujos financieros, es posible determinar si un proyecto puede, o no, ser ejecutado, siendo este aspecto en el que radica su importancia. (Bazán, 2020)

Figura 3.

Flujo de caja financiero

FLUJO CAJA ECONOMICO
+ Endeudamiento
- Amortizacion
- Intereses
+ E. Fiscal por intereses
FLUJO CAJA FINANCIERO

Fuente: Bazán (2020).

1.2.3.6.2. Valor Actual Neto (VAN)

Fajardo et al. (2019) definen al VAN, también denominado Valor Presente Neto (VPN), como el “valor monetario que resulta de restar a la inversión inicial la suma de los flujos descontados” (p. 470). Por lo tanto, el VAN se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{FNE}{(1+t)^i}$$

Donde:

I_0 : Inversión inicial

t: tasa de descuento

FNE: Flujo Neto de Efectivo

n: número de periodos de tiempo determinados y medidos.

La interpretación del cálculo de VAN permite suponer una futura reinversión de las ganancias anuales, además de los criterios a aplicar en la toma de decisiones financieras (Fajardo et al., 2019). En este sentido, se pueden obtener los siguientes resultados:

$VAN > 0$, se acepta el proyecto

$VAN < 0$, se rechaza el proyecto

$VAN = 0$, la decisión de efectuar el proyecto queda al criterio de un experto

1.2.3.6.3. Tasa interna de retorno (TIR)

Según Fajardo et al. (2019), la TIR, también denominada Tasa Interna de Rentabilidad, se define como aquella tasa que permite que el VAN sea igual a 0, y esta iguala la inversión inicial a la suma de los flujos encontrados, como se observa en la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{FNE_i}{(1 + TIR)^i} = 0$$

El primer criterio a considerar para decidir si se acepta o rechaza un proyecto no es el cálculo del VAN en sí mismo, sino que se requiere de determinar, correctamente, la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), conceptualizada como la tasa mínima que debe generar un TIR para que sea aceptado, ya que esta evidencia el riesgo que implica la realización de la inversión. (Fajardo et al., 2019)

Entonces, en función al TIR, se consideran los siguientes criterios:

$TIR > TMAR$, se acepta el proyecto

$TIR < TMAR$, se rechaza el proyecto

1.3. Definición de términos básicos

- **Orégano** (*Origanum Vulgare*): planta aromática con propiedades medicinales (carminativas, digestivas, expectorantes, antioxidantes), caracterizada por ser una especia que complementa el aroma y sabor de los alimentos. (Hernández et al., 2016)
- **Capital:** factor de balance que integra los aportes realizados por los socios, pertenecientes a una sociedad, con el objetivo de generar rentabilidad. Se define como capital a los activos que se producen, y se usan repetida y continuamente, en los procesos de producción, por periodos mayores a un año. (Arboleda, 2021)
- **Demanda externa:** generada por agentes económicos externos respecto a bienes o servicios producidos en otro país; es decir, la demanda externa se concibe como aquella que conlleva a las exportaciones de un país. (Arboleda, 2021)
- **Liquidez:** obligaciones monetarias o pasivos financieros que tienen las instituciones con el sector privado, la cual puede constituirse por la moneda nacional o extranjera. (Arboleda, 2021)
- **Oferta agregada:** oferta representada al sumar el producto bruto interno y las importaciones, por lo que se entiende que la oferta agregada es el total de bienes y servicios ofrecidos en el mercado durante un periodo establecido. (Arboleda, 2021)
- **Distribución:** variable de marketing que posibilita que el sistema de producción se conecte, adecuadamente, con el de consumo; es decir, la misión de la distribución es que el producto este a disposición del consumidor en el momento y lugar adecuadas, y que este tenga la cantidad demandada por el cliente. El cumplimiento de lo indicado justifica la existencia del sistema de distribución comercial entre la empresa productora y el consumidor (producción-consumo). (Cartulín Meza, 2015)

- **Rendimiento:** generalmente, este término se relaciona con el interés o beneficio obtenido a partir de una inversión, valor que se expresa en términos porcentajes, considerando una tasa anual. Por otro lado, el rendimiento se concibe como la cantidad de outputs obtenidos en un tiempo establecido, por lo que también se relaciona a la productividad. (Arboleda, 2021)
- **Exportación:** venta de un producto o servicio al exterior del país, efectuada por una empresa residente, conllevando a una transferencia (efectiva o imputada) de la propiedad de los mismos. (Cartulín Meza, 2015)
- **Acopiador:** agente encargado de reunir, juntar o acumular, los productos a comercializar. (Fernández, 2017)
- **Exportaciones tradicionales:** productos de exportación que, a nivel histórico, han constituido la mayor parte del valor de las exportaciones nacionales. Generalmente, estas tienen un valor agregado respecto a los productos de exportación no tradicionales. Estos productos se definen en la lista de exportaciones tradicionales señalados en el Decreto Supremo 076-92-EF, así como el gas natural. (Cartulín Meza, 2015)
- **Precio:** valoración de un bien o servicio en unidades monetarias o algún tipo de cambio, el cual se fija de manera libre en el marco, según la oferta y demanda o por las autoridades (precio controlado). (Henríquez, 2016)
- **Precio mayorista:** precio establecido por un canal de comercialización mayorista, el cual incluye el precio del productor y los costos de la actividad comercial. (Henríquez, 2016)
- **Precio al por menor:** precio al que se vende determinado producto o servicio al consumidor final. (Henríquez, 2016)

- **Precio al productor:** valor de mercado de los productos en la salida de las unidades de explotación. Este precio es equivalente a los insumos primarios, intermedios e impuestos indirectos netos de subsidios. (Henríquez, 2016)
- **Valor Actual Neto (VAN):** criterio de inversión que hace referencia a la actualización de cobros y pagos de una inversión, a fin de conocer las ganancias o pérdidas de dicha inversión. (Fajardo et al., 2019)
- **Mercado común:** área económica que se conforma por un conjunto de naciones donde, además de la unión aduanera, se eliminan las restricciones a los movimientos de factores de producción. Esto conlleva a la libre circulación de bienes, capital, servicios y trabajo, implicando el levantamiento de barreras arancelarias y eliminación de controles aduaneros internos, además de eliminar las restricciones de los movimientos ciudadanos. (Fernández, 2017)

CAPÍTULO II

2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.1. Técnicas

Se utilizó información primaria y secundaria:

- Primaria: para la verificación y comportamiento de la variable independiente, que es el estudio técnico productivo.
- Secundaria: documentos o investigaciones relacionadas con el tema de estudio.

2.2. Instrumentos y materiales de verificación

Los instrumentos utilizados fueron documentos de estudios previos y páginas web con acceso a información internacional, que contenga información sobre partidas arancelarias y el valor en que cada país exporta e importa.

2.3. Campo de Verificación

2.3.1. Ámbito

El ámbito geográfico fue la ciudad de Arequipa – Perú.

2.3.2. Temporalidad

El periodo de investigación considerado fue entre los años 2021 – 2025.

2.3.3. Unidades de Estudio

La investigación se ha orientado a un caso en particular, por lo que la única unidad de estudio fue la empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A.

2.4. Estrategia de recolección de datos

Primero, se extrajo información secundaria de investigaciones, publicaciones y libros relacionados con las variables de investigación: Análisis de Estudio de Mercado y Exportación Directa de Orégano. Asimismo, se recolectó información secundaria de la empresa (capacidad productiva).

Segundo, se ingresó a páginas internacionales y nacionales como: PROMPERU, SUNAT, SIICEX, TRADEMAP, MINAGRI, SENASA, OMC, MINCETUR, ADEX DATA TRADE, BRASIL TRADE NET, entre otras, para extraer información primaria. Un ejemplo de ello es el ranking de países exportadores e importadores, ranking de principales empresas exportadoras, monto de aranceles, tratados de libre comercio, requisitos de sanidad para la exportación, entre otros.

Tercero, se seleccionó y ordenó la información extraída para, después, organizarla en tablas de Excel y, seguidamente, poder procesarla.

Cuarto, se procedió con el trabajo de campo, en este caso se realizaron entrevistas a los propietarios de la empresa, respecto a indicadores como los costos e inversiones incrementales que se necesitarán, así como su capacidad productiva.

Quinto, luego de obtener la información, se procesó y realizó el análisis para obtener las conclusiones de resultados y demostración de la hipótesis.

CAPÍTULO III

3. ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA

3.1. Datos de la empresa

3.1.1. Nombre de la empresa

“Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A”.

3.1.2. RUC

20601265053

3.1.3. Propietarios

Los propietarios de la empresa de estudio es la Familia Burgos Arias, siendo el Gerente General, Darwin Víctor Burgo Arias.

3.1.4. Dirección

Mza. B lote. 19 Av. Jesús De Nazareth – Socabaya – Arequipa –Perú.

3.1.5. Fecha de creación e inscripción

Creación: 10 de octubre de 1995

Inscripción: 31 de mayo del 2006

3.2. Reseña histórica

La EMPRESA EXPORTADORA DE BUEN AROMÁTICO DBA S.A es una empresa familiar, ubicada en la región de Arequipa, que se dedica al procesamiento y comercialización de orégano seco, entre otros productos, desde hace 21 años. Durante su existencia, esta empresa no ha logrado exportar su producto de forma directa, sino que ha

requerido de intermediarios locales que compran la planta de orégano y lo venden a un cliente exterior, quienes lo envasan con su propia etiqueta.

La empresa fue creada por la Sra. María Aries, en 1995, quien es madre de los dueños actuales, en Puquina–Moquegua–Perú. Respecto a sus inicios, en el año de creación llega una ONG al distrito de Puquina, con el fin de incentivar a la población al cultivo de plantas aromáticas, así como de maíz y papa. Para ello, se impartieron capacitaciones que brinden información sobre el cultivo de los productos mencionados.

En esas circunstancias, la Sra. María Arias, una productora de Puquina, se inscribe en esta institución para ser capacitada y formar parte de esta ONG. Gracias a esta capacitación, la señora Aries y otros productores optan por cultivar el orégano, ya que observan que es más rentable. De esta manera, se empieza a vender localmente y, por años, se lleva este sistema.

Tiempo más tarde, en el 2015, llega una propuesta desde Suiza: un empresario quería invertir en la compra de orégano en grandes cantidades, por lo que la señora María y otros productores son contactados por este empresario. Al presentarse esta oportunidad, los productores tomaron la decisión de aceptar la propuesta del empresario, ya que sería muy rentable y, además, representaba una oportunidad atractiva para los productores.

Un año más tarde, la señora María se da cuenta que se podría vender más cantidad de producto a un mayor precio, por lo que empieza a buscar nuevos mercados y, con ayuda de su hijo mayor, Darwin Víctor Burgo Aries, deciden entrar al mercado de Tacna en el cual encontraron mejor oportunidad de comercialización para su producto. Esto le sirvió para tomar una decisión: formalizar la empresa legalmente y trasladarse a la ciudad de Arequipa para crear una planta de procesamiento de la materia prima. La empresa se llamaría “EMPRESA EXPORTADORA DE BUEN AROMÁTICO DBA S.A.”.

Actualmente, esta empresa que ha crecido a pasos agigantados, siendo administrada por el Gerente General Darwin Víctor Burgo Aries, quien ha sabido sacar la empresa adelante. Cabe resaltar que, la empresa de estudio busca convertirse en una de las mayores exportadoras de orégano de Arequipa, ser reconocida por la calidad del producto que ofrece a sus clientes y con mira de exportar no solo a Brasil, sino también a Alemania entre otros.

3.3. Misión

Somos una empresa dedicada a la agroindustria en la zona sur del Perú, integrando productos para su mejora económica y calidad de vida.

3.4. Visión

Ser la organización con mayor participación en el mercado mundial.

3.5. Valores

- Satisfacción del cliente
- Eficiencia
- Disposición al cambio
- Cultura organizacional
- Competitividad
- Innovación y desarrollo

3.6. Significado del eslogan

Representa al producto:

Productos orgánicos. Sabor, aroma y color natural (ver Figura 4)

Figura 4.

Logo de la empresa



Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

3.7. Productos que ofrece la empresa

La empresa de estudio produce los productos presentados desde la Figura 5 a la 8.

Figura 5.

Orégano orgánico



Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

Figura 6.

Orégano convencional



Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

Figura 7.

Muña



Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

Figura 8.*Laurel*

Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

3.8. Proceso productivo

Para la siembra de orégano orgánico, no se utiliza ningún tipo de insecticida o algún otro químico. Sin embargo, para la siembra de orégano convencional o orégano común, se consideran todos los requisitos, como insecticidas, entre otros. Por otro lado, respecto al proceso de poda, se consideran tres meses de estacionalidad del producto, tanto para el orégano orgánico como inorgánico.

3.8.1. Descripción del proceso de producción

En la Tabla 4, se describe el proceso de producción del orégano. Además, en la Figura 9 se presenta el proceso productivo del orégano paso por paso y, en la Figura 10, se observa el diagrama de bloques del proceso productivo.

Tabla 4.

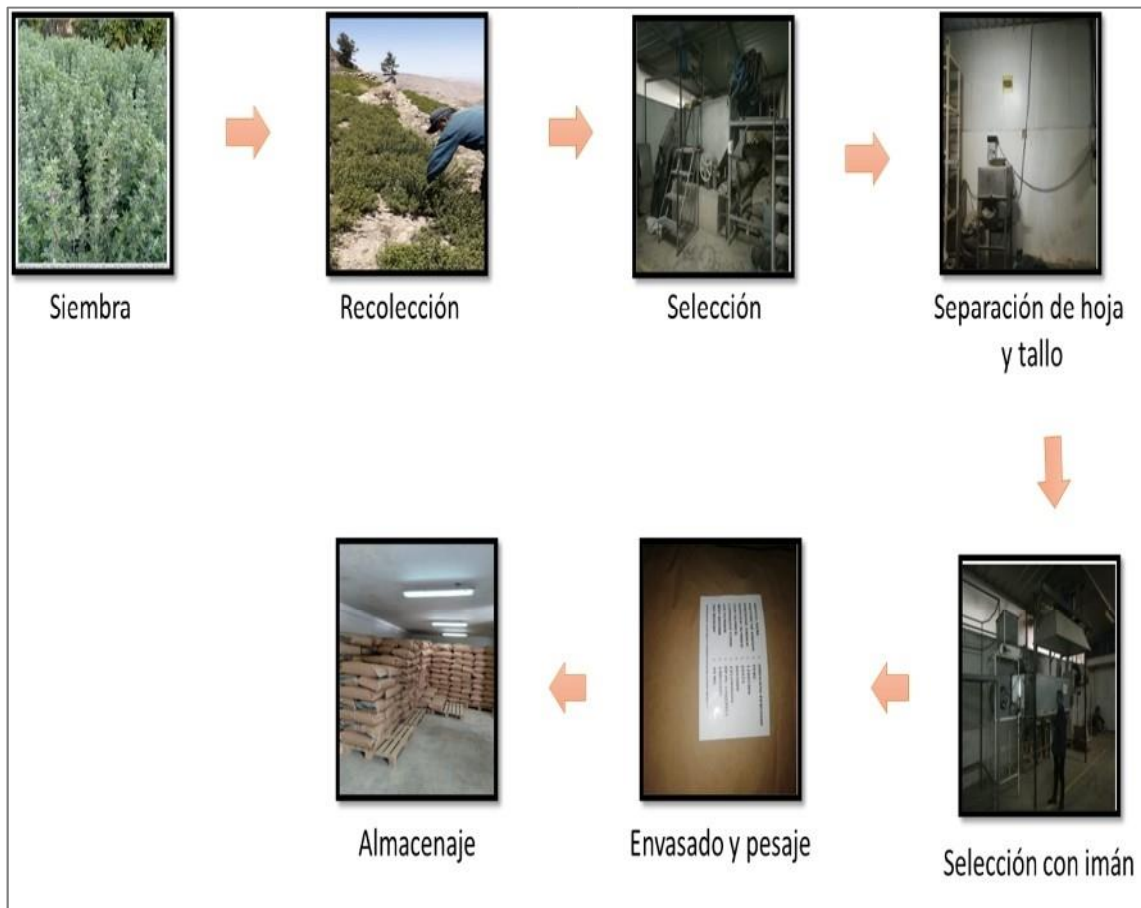
Descripción del proceso productivo

Paso	Proceso
1	Los campos de producción se encuentran en Puquina-Moquegua, y cada tres meses se realiza el proceso del corte (poda) del orégano.
2	Se realiza el proceso de secado de 4 a 5 días, a sol abierto.
3	Luego, se realiza el proceso de separación de la hoja y el tallo.
4	Por último, se realiza el llenado a los sacos de propileno. Cada saco pesa, en promedio, de 40 o 30 kilos.
5	Una vez pesado, los sacos se suben al medio de transporte para trasladar la mercadería a la planta de Arequipa.
6	Cuando el producto ingresa al almacén de la planta de Arequipa, se realiza un pesaje para saber cuánto está ingresando de materia prima a la planta.
7	Después de haber pesado la materia prima, se continúa con la selección. Para ello, se utiliza la máquina “zaranda”, que tienen como función limpiar y dar color al producto.
8	Una vez seleccionado el orégano A y B, este pasa por la máquina de “túnel de viento”, que permite partir la hoja y eliminar los tallos.
9	A continuación, el orégano se somete a la máquina “neumático” para separar la piedra y el tallo. El producto debe pasar tres veces por esta máquina.
10	Con un imán especial, se revisa si existen piedras o polvo. Una vez completado la revisión y limpieza del producto, queda listo para empaquetar, esto se realiza para cumplir con el parámetro por debajo del 1% que rige a la empresa.
11	Una vez revisado el producto por completo, se llena unos formatos de registros propios de la empresa, donde se da la conformidad. Luego, se ingresa al almacén y se vuelve a pesar, siendo este último el peso neto.
12	Cada saco llega a pesar 30 kilos.

Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

Figura 9.

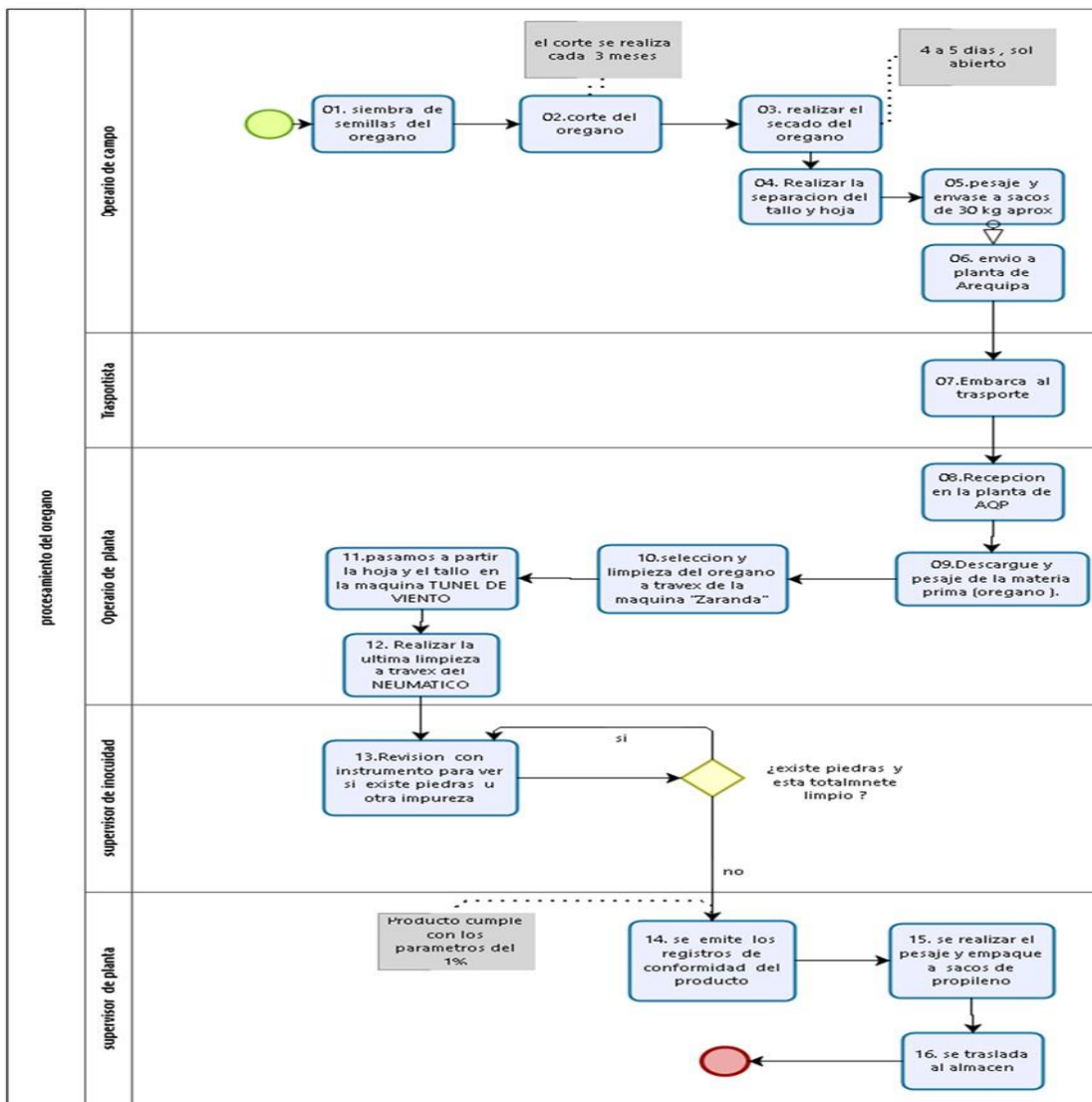
Descripción del proceso productivo del orégano



Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

Figura 10.

Diagrama de bloques del proceso productivo del orégano



Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

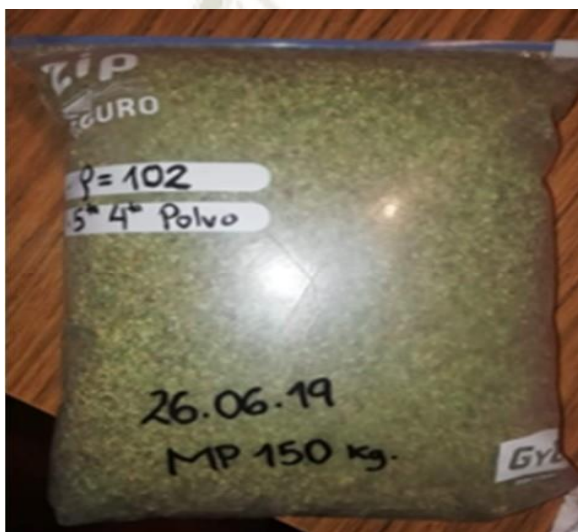
3.8.2. Envase, empaque y embalaje

a. Envase

Se emplearán bolsas de polipropileno para tener una mayor calidad en el producto, como se presenta en la Figura 11.

Figura 11.

Orégano en Bolsas de polipropileno



Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

b. Empaque

Se utilizarán bolsas de papel trilaminadas, como se presenta en la Figura 12.

Figura 12.

Orégano Bolsas de Papel Trilaminado



Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

c. Embalaje

Las bolsas con orégano serán llevadas a un lugar determinado para su embalaje; estas serán colocadas en las cajas de cartón (ver Figura 13), previamente armadas, con capacidad para cuatro bolsas, con un peso total de 24 kg por caja. Cabe precisar que trabajo se realizará con personal capacitado para, posteriormente, no tener inconvenientes con defectos del producto, lo que permitirá respaldar la calidad del mismo.

Figura 13.

Embalaje final en Cajas de Cartón Corrugado



Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

3.8.3. Costos de Exportación

Los costos de exportación se realizan en base a los procesos de producción del orégano de estacionalidad, como se detalla en la Tabla 5.

Tabla 5.

Costos de exportación anual por la cantidad de 328 TM.

Detalle de costos de exportación	Costos de exportación por corte	Costos de exportación anual
Certificado fitosanitario	S/8,153.60	S/24,460.80
Tramites documentarios	S/1,500.00	S/4,500.00
Estiba y otros costos de manipulación en territorio aduanero	S/6,300.00	S/18,900.00
Agente aduanero	S/13,860.00	S/41,580.00
Transporte Arequipa -Matarani	S/166,307.88	S/498,923.65
Embalaje	S/6,720.00	S/20,160.00
Total		S/608,524.45

Fuente: Elaboración propia.

3.9. Certificados de la empresa para la exportación del producto

a) Certificación HACCP

La empresa Exportadora del Buen Aromático DBA S.A cuenta con la certificación HACCP, documento que demuestra su capacidad de control ante los peligros que incidan en la inocuidad de los alimentos, es decir, garantiza la protección del consumidor al adquirir los productos que oferta.

b) Certificado Fitosanitario

El certificado que se acomoda a la empresa Exportadora del Buen Aromático DBA S.A cuenta con la certificación HACCP es el certificado fitosanitario, siendo este el que, actualmente, integra la misma.

3.10. Cantidad de colaboradores que requiere la empresa

La empresa se conforma por 15 trabajadores, distribuidos en diferentes áreas, lo que se puede apreciar en la Tabla 6, por descripción de cargo, y en el organigrama (Figura 14).

Tabla 6.

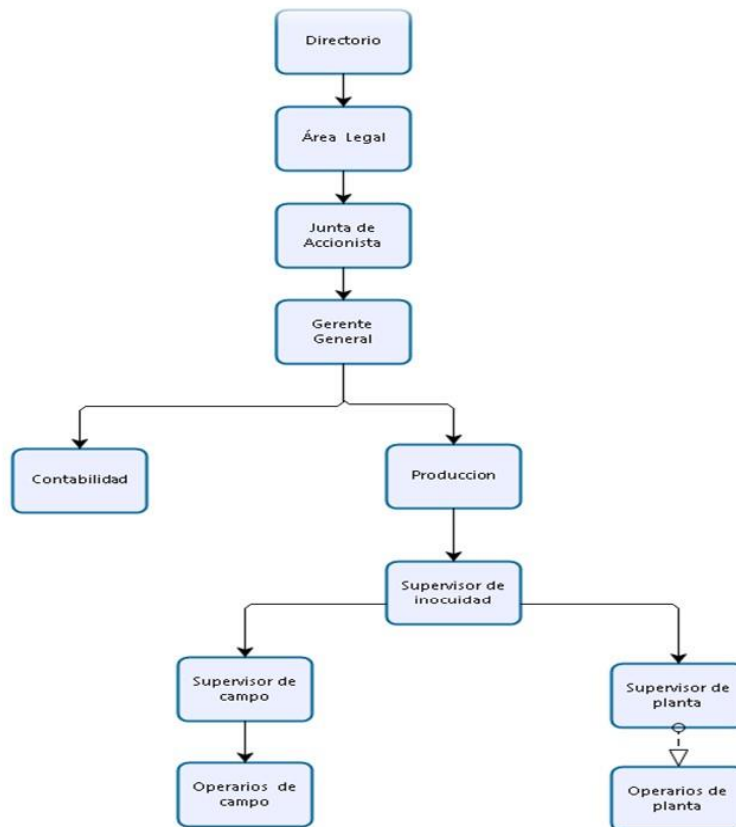
Descripción de cargos

Descripción	Cantidad
Gerente General	1
Asesor Legal	1
Contador	1
Operarios de campo	5
Supervisor de inocuidad	1
Supervisor de planta	1
Operarios de planta	5
Total	15

Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

Figura 14.

Organigrama de la Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A



Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

3.11. Proyecto a futuro de la empresa

- Al 2021, la “EMPRESA EXPORTADORA DE BUEN AROMÁTICO DBA S.A” cuenta con 9 hectáreas en producción en Puquina - Moquegua.
- Actualmente, la empresa tiene en mente expandir hasta 50 hectáreas, lo que se está logrando, cada cierto tiempo, mediante la activación de seis hectáreas con inversión de nuevos socios.
- Se desea comprar activos para transporte (camión), ya que, actualmente, la empresa no cuenta con ninguno y solo alquila para trasportar la mercadería.

- Se desea abrir otra planta en Socabaya – Arequipa, alejada de la ciudad, debido a que el ruido de las maquinarias no permite trabajar tres turnos.
- Se pretende llegar a una producción de 150 toneladas por año.

3.12. Análisis FODA Y PESTEL

3.12.1. Análisis FODA

A continuación, se presentan las “Fortalezas”, “Oportunidades”, “Debilidades” y “Amenazas” observadas mediante la presente investigación (de fuente directa por visita a la empresa entre otros), con la finalidad de que la empresa intente aprovechar y potenciar las fortalezas y oportunidades, al mismo tiempo que trate de corregir o reducir los riesgos que conllevan las debilidades y amenazas.

a) Fortalezas

- Posibilidad de tener tres cosechas al año.
- Infraestructura de riego es muy buena
- Brindar dos tipos de productos: orégano orgánico y convencional.
- Ventajas comparativas, propiedades curativas y preventivas del orégano.
- Se contará con una cantidad de orégano que se irá incrementando con el pasar de las cosechas.
- Bajas quejas por problemas fitosanitarios.
- Experiencia más de 10 años en la siembra, cosecha de orégano

b) Oportunidades

- El mercado brasilero demanda una gran cantidad de orégano, siendo uno de los países con mayor nivel de importación de este producto.

- Al tener la empresa una buena cosecha anual, se puede competir mejor y satisfacer la demanda del mercado.
 - Disponibilidad de insumos y mano de obra.
 - Oportunidad de consolidar la producción y consumo del orégano, así como mejorar el proceso de comercialización.
 - La creciente tendencia por consumir productos orgánicos.
 - Segmento de mercados creciente requiere productos con un alto valor nutricional
 - Alto poder adquisitivo de nuestro segmento de mercado.
 - Moquegua – Puquina es una zona privilegiada para la producción, ya que tiene mayor rendimiento que otros departamentos.
 - Desarrollo constante del mercado brasileño en cuanto a gustos y preferencias de los consumidores.
- c) Debilidades
- No se cuenta con un sistema de generación de tecnología que, continuamente, trate de resolver los problemas que limitan la producción, impidiendo la reducción de costos.
 - Distancia geográfica, lo que genera altos costos de transporte.
 - Falta de experiencia exportadora.
 - Elevados costos de importación en los materiales para el empaque.
 - Capacitación constante mano de obra para la producción.
 - La planta de Arequipa es muy pequeña, por lo tanto, no se puede optar por tres turnos.

- No cuenta con la maquinaria suficiente para producir altas cantidades.
- d) Amenazas
- Competencia internacional, especialmente del mercado chileno, ya que este cuenta con extensas áreas de cultivo de orégano, por tanto, tienen una larga trayectoria dentro del cultivo.
 - Barreras sanitarias exigentes en los mercados internacionales.
 - Situación político/económica del país que no hace muy atractiva la inversión extranjera.
 - Producción en otros mercados durante los mismos periodos que en el Perú, este el caso de Chile, lo cual pondría en juego los buenos precios que se están consiguiendo por producir en contraestación.
 - Lentitud para adoptar certificaciones fitosanitarias que brinden una mejor calidad.
 - Insuficiente infraestructura portuaria.
 - No se cuenta con un almacén suficientemente grande para almacenar grandes cantidades.

3.12.2. Análisis PESTEL

3.12.2.1. Factor Político

Respecto a este factor político, en el Perú se ha reducido las trabas burocráticas, el número de procesos involucrados, los días invertidos en los trámites y el costo de los mismos se redujeron de manera importante. Esto se debe a que se realizaron reformas que permitieron eliminar requerimientos innecesarios, lo que permitió que el Perú pasara del puesto 101 al 86

en cuanto a la facilidad de la obtención de los permisos, según el ranking Doing Business. (Doing Business, 2013)

3.12.2.2. Factor Económico

En el periodo 2020-2022, la actividad económica crecerá, en promedio 4,8%, siendo que el PBI para el 2022 llegaría a 4,5% en un contexto de mayor fortaleza del gasto privado e implementación de políticas económicas que se enfoque en optimizar la productividad y competitividad del Estado peruano, mediante la eficiencia de los factores de producción como la fuerza laboral, capital y productividad. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019)

3.12.2.3. Factor Socio – Cultural

Hoy en día, Arequipa es una de las regiones con mayor desarrollo en el Perú; asimismo, su potencial productivo implica capital humano con elevada educación en términos relativos. Cabe resaltar que, cuatro de cada 10 integrantes de la población económicamente activa de la región, tiene educación superior, por lo que, en el contexto nacional, se ubica en la proporción más elevada. Sin embargo, los logros educativos son menores en la zona rural, en contraste con la urbana, así como en el acceso a la salud, donde existen brechas por cerrar. En cuanto a la informalidad laboral, en la región de Arequipa sigue dominando el mercado de trabajo. (Banco Central de Reserva del Perú, 2016)

Por lo tanto, la empresa se encuentra comprometida a ofrecer un producto de calidad, centrándose en lograr satisfacer las necesidades de los clientes; asimismo, servirá como incentivo al desarrollo de la empresa y, sobre todo, a incrementar puestos de trabajo.

3.12.2.4. Factor Tecnológico

De acuerdo al artículo económico del Diario Gestión, en una entrevista realizada en octubre del 2018 a la presidente de Concytec, Fabiola León Velarde, el 0.12% del PBI se

orienta a Ciencia, Tecnología e Inversión, lo que resulta insuficiente. Consecuentemente, en el ranking mundial de innovación, el Perú se ubica en el puesto 71 de 126 economías. (Redacción Gestión, 2018)

En la Figura 15, se evidencia que, durante el 2018, la inversión peruana alcanzó los 160 millones de soles. Mientras que, en el año 2019, tuvo un leve crecimiento, alcanzando los 177 millones de soles y, para el año 2020, se proyecta que la inversión sea similar o superior. (Pichihua, 2018)

Figura 15.

Inversión histórica en ciencia, tecnología e innovación desde el año de 1999 al 2019



Fuente: Pichihua (2018).

3.12.2.5. Factor Ecológico/Ambiental

Sobre el factor ecológico/ambiental, se destaca que una agricultura sostenible y sustentable con el ambiente brinda mejores ventajas frente a la competencia del futuro. En este marco, los sistemas de agricultura que integran manejos convencionales como orgánico, son un buen modelo a seguir, ya que los clientes destacan la alternativa moderada y

conveniente de estos sistemas, entre la agricultura convencional y la tradicional. (Gambetta Paredes, 2014)

3.12.2.6. Factor Legal

Dada la coyuntura actual de la enfermedad del COVID-19, en los centros de labores se están desarrollando protocolos de seguridad que cumplan con la prevención, siendo estas vitales para prevenir la propagación del COVID-19.

El país cuenta con una Política Nacional de Competitividad (PNC), cuyo objetivo es impulsar el crecimiento del PBI, mediante el fomento de la competitividad en base a las potencialidades de desarrollo económico de cada territorio, a través de la implementación de medidas de carácter transversal, en favor de los sectores productivos. Este plan cuenta con nueve objetivos: i) Infraestructura económica y social de calidad, ii) Fortalecer el capital humano, iii) Generar el desarrollo de capacidades para la innovación, iv) Mecanismos de financiamiento local y externo, v) Crear las condiciones para un mercado laboral dinámico y competitivo para la generación de empleo digno, vi) Condiciones para desarrollar un ambiente de negocios productivo, vii) Facilitar las condiciones para el comercio exterior, viii) Fortalecer la institucionalidad del país, ix) Promover la sostenibilidad ambiental. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019)

CAPÍTULO IV

4. MERCADO BRASILEÑO COMO DESTINO DE EXPORTACIÓN

4.1. Aspectos generales de Brasil

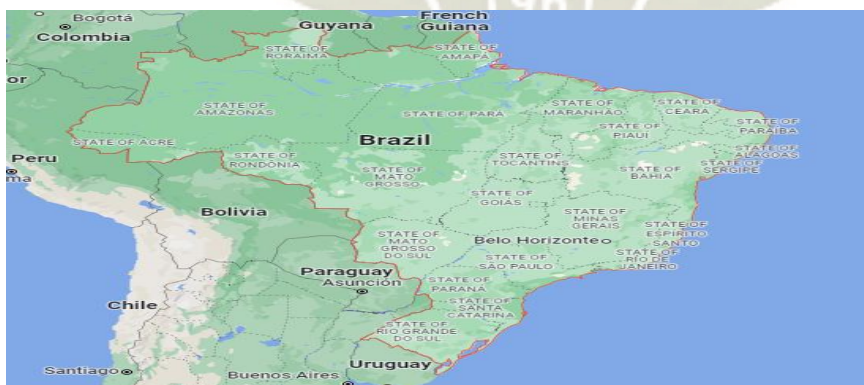
4.1.1. Geografía

Brasil, es uno de los países más grandes del mundo, ya que tiene una superficie de 8,514,876 km², siendo el quinto país más grande del mundo, ocupando el 47.7% de la América del Sur y el 21% de continente americano, como se presenta en la Figura 16. (Prom Perú, 2016)

La capital de Brasil es Brasilia, siendo este el centro económico del país, y se concibe como una ciudad Cosmopolitan con grandes centros comerciales, comercios e industrias. Entre las ciudades más grandes se encuentran Sao Paulo, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Arrecife y Salvador. Cabe precisar que Brasilia se conforma por regiones como sudeste, sur, nordeste, norte y centro – oeste. (Prom Perú, 2016)

Figura 16.

Mapa de Brasil



Fuente: Google Maps (2015).

4.1.2. Población y nivel de vida

Brasil es un país que se caracteriza por su diversidad cultural y por ser multirracial, puesto que en su territorio habitan inmigrantes europeos, indígenas nativos y esclavos africanos. El idioma oficial es el portugués. (IDH, 2020)

Tabla 7.

Tendencias del IDH de Brasil basadas en series de tiempo coherentes

	Esperanza de vida al nacer	Años esperados de escolaridad	Años promedio de escolaridad	INB per cápita (PPA en \$ de 2017)	Valor de IDG
1990	66.3	12.2	3.8	10.251	0.613
1995	68.3	13.3	4.6	11.084	0.651
2000	70.1	14.3	5.6	11.276	0.685
2005	71.9	13.8	6.3	12.208	0.7
2010	73.6	14	6.9	14.409	0.727
2015	75	15.3	7.6	14.775	0.756
2016	75.2	15.4	7.7	14.139	0.758
2017	75.5	15.4	7.8	14.248	0.761
2018	75.7	15.4	7.8	14.182	0.762
2019	75.7	15.4	8	14.263	0.765

Fuente: IDH (2020).

Este país tiene una población, de 212.559.409 personas; en el año 2020, la población económicamente activa representa el 52% de la población. Además, según el informe anual de desarrollo humano, Brasil está ubicado en el puesto 84, con un valor de 0.765, lo que indica que es uno de los países con IDH más altos, incluyendo, a su vez, altos índices de escolaridad y esperanza de vida. (IDH, 2020)

4.1.3. Indicadores económicos

Para determinar si Brasil es un buen país como mercado final, se debe analizar el Indicador de Confianza Empresario Industrial (ICEI) (ver Figura 8). Si este está por encima

de 50, el país se califica como bueno, ya que aporta confianza a los empresarios y a los negocios. (CESLA, 2021)

Tabla 8.

Indicador de Confianza Empresario Industrial (ICEI) de Brasil del 2015 al 2021

AÑO	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
2016	36,00	37,00	37,00	37,00	41,00	45,00	47,00	51,00	53,00	52,00	51,00	48,00
2017	50,00	53,00	54,00	53,00	53,00	51,00	50,00	52,00	55,00	56,00	56,00	58,00
2018	59,00	58,00	59,00	56,00	55,00	49,00	50,00	53,00	52,00	53,00	63,00	63,00
2019	64,00	64,00	62,00	58,00	56,00	56,00	57,00	59,00	59,00	59,00	62,00	64,00
2020	65,00	64,00	60,00	34,00	34,00	41,00	47,00	57,00	61,00	61,00	62,00	63,00
2021	60,00	59,00	54,00	53,00	58,00	61,40	61,22	63,20	57,44	57,05	55,20	56,61
2022	55,17	55,33										

Fuente: CESLA (2021).

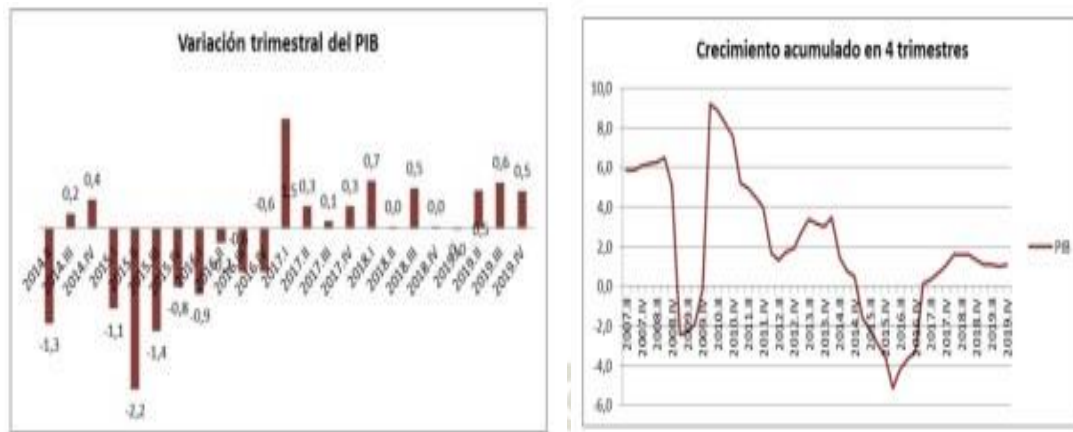
Al encontrarse el valor por encima de 50, para el mes de septiembre de este año, el país en cuestión se ubica con un alto nivel de confianza para invertir.

Para analizar el PBI, se consideraron los resultados publicados por El Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), respecto a las Cuentas Nacionales Trimestrales para el periodo octubre-diciembre de 2019, cuarto trimestre del año y cierre del primer año de Gobierno de Bolsonaro (ver figuras 17 y 18).

Con datos corregidos de variaciones estacionales, el Producto Interior Bruto brasileño (PIB) creció un 0,5% intertrimestral entre octubre y diciembre, lo que supone el tercer resultado no negativo del año. En términos interanuales, el crecimiento ha sido del 1,1%, valor próximo a las expectativas de crecimiento anual para el país a final del año (1,2% en diciembre), aunque significativamente por debajo de las expectativas a comienzo del año (2,5%).

Figura 17.

Indicadores económicos



Fuente: CESLA (2021).

Figura 18.

Cuentas Nacionales Trimestrales

Evolución Intertrimestral (con ajuste estacional)		2018. I	2018. II	2018.III	2018. IV	Acumulado en 2018	2019. I	2019. II	2019. III	2019. IV	Acumulado en 2019
PIB a precios de mercado		0,7	0	0,5	0	1,3	0	0,5	0,6	0,5	1,1
Perspectiva de la oferta	Valor añadido bruto S. Agropecuario	3,3	0,3	1,1	0,7	1,4	1,2	0,8	1,4	-0,4	1,3
	Valor añadido bruto S. Industrial	0	-0,4	0,1	-0,3	0,5	-0,3	0,8	0,8	0,2	0,5
	Valor añadido bruto S. Servicios	0,3	0,3	0,6	0	1,5	0,3	0,3	0,5	0,6	1,3
Perspectiva de la demanda	Consumo privado	0,5	-0,1	0,7	0,3	2,1	0,6	0,2	0,7	0,5	1,8
	Consumo público	-0,4	0,4	0,3	-1,3	0,4	0,6	-0,3	-0,4	0,4	-0,4
	Formación bruta de capital fijo	0,4	-1,1	4,2	-0,6	3,9	-0,8	2,6	1,3	-3,3	2,2
	Exportaciones	2,3	-2,6	6,5	1,9	4	-4,5	-1,8	-2,1	2,6	-2,5
	Importaciones	1,6	-3,1	8,6	-4,9	8,3	1,2	0,4	1,7	-3,2	1,1

Fuente: Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (2020).

En valores corrientes, el PIB (ver figuras 18 y 19) del cuarto trimestre de 2019 alcanzó los 1,89 billones de reales (unos 414.666 millones de euros), siendo 1,61 billones (unos 353.234 millones de euros), correspondientes al Valor Añadido a precios básicos, y 278.095

millones de reales (unos 61.014 millones de euros) a Impuestos sobre Productos Líquidos de Subsidios. (Instituto Brasileño de Geografía y Estadística, 2020)

Por el lado de la demanda, el Consumo de las Familias registró crecimiento por decimosegundo trimestre consecutivo, disminuyendo el ritmo de avance, con un crecimiento del 0,5% frente al 0,7% del trimestre anterior. La Formación Bruta de Capital experimentó un acusado descenso del 3,3% en tasa intertrimestral.

En cuanto al sector externo, las Exportaciones de Bienes y Servicios registraron el primer aumento trimestral en el año 2019 (2,6%), mientras que las importaciones, tras tres trimestres consecutivos mostrando valores positivos, sufrieron un retroceso del 3,2% respecto al trimestre precedente.

Por el lado de la oferta, el sector agropecuario interrumpió la tendencia alcista de los trimestres precedentes con una disminución del 0,4%. Por su parte, tanto el sector industrial como el sector servicios han mostrado crecimiento intertrimestral, desacelerándose el primero respecto al trimestre precedente (seis décimas), y acelerándose el segundo (una décima) en la misma base de comparación.

En tasa interanual, el PIB, en 2019, creció un 1,1% en relación con el año anterior. En términos reales, supuso un incremento del 0,3% con respecto al año anterior.

El valor agregado a precios básicos tuvo un aumento del 1%, mientras que los impuestos sobre los productos líquidos de las subvenciones también crecieron un 1,5%. Entre las actividades que contribuyen a la generación del Valor Añadido, el sector de servicios creció un 1,3% interanual, impulsado por el crecimiento de las actividades TICs (3,4%) y las actividades inmobiliarias (2,3%). Por su parte, la industria mostró un crecimiento del 0,5% y dentro del sector, el mayor avance correspondió a las actividades de electricidad y gas,

agua, alcantarillado, gestión de residuos (1,9%), y la construcción (1,6%), que ha mostrado su primer resultado positivo tras cinco años consecutivos de declive.

Además, tanto la industria extractiva presentó una disminución interanual del 1,1%, mientras que la industria de transformación se mantuvo estable con un avance del 0,1%. Finalmente, el sector primario creció de un 1,3% interanual.

4.2. Requisitos para exportar a Brasil

Para realizar una exportación a Brasil, se deben cumplir una serie de requisitos, como los que se presentan a continuación.

4.2.1. Análisis de riesgo de plagas (ARP)

El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento (MAPA) de Brasil, mediante la Secretaría de Defensa Agropecuaria, es el encargado de vigilar, exhaustivamente, los productos alimentarios, como frutas, carnes, hortalizas, vegetales y hortalizas, garantizando, de esta forma, que los productos que ingresen al país no tengan plagas o enfermedades que pudieran afectar la estabilidad del mismo.

Brasil exige a todos los productos que ingresan al país un ARP, no obstante, el Perú, según la norma Ministerios de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento (MAPA), esta excepto de presentar este certificado.

4.2.2. Requisitos o estándares de calidad para productos agrícolas

Para el caso del orégano en Brasil no existe un padrón oficial en cuanto a la calidad, de manera que se satisfaga la expectativa de calidad y apariencia de los consumidores, pero buscan que el producto tenga estándares de calidad altos y que cumpla con los requisitos exigidos por el mercado y los clientes.

4.2.3. Residuos contaminantes

Para el orégano que no tiene un padrón, los LMR de residuos y plaguicidas son los impuestos por el CODEX.

4.2.4. Etiquetado de productos vegetales

Se exige que los productos a exportar sean almacenados en envases donde se garantice la frescura y calidad de los mismos. Además, debe incorporarse la identificación, si contiene gluten y el tiempo de almacenamiento en un lugar limpio y seco.

Además, el etiquetado del producto debe contener la siguiente información:

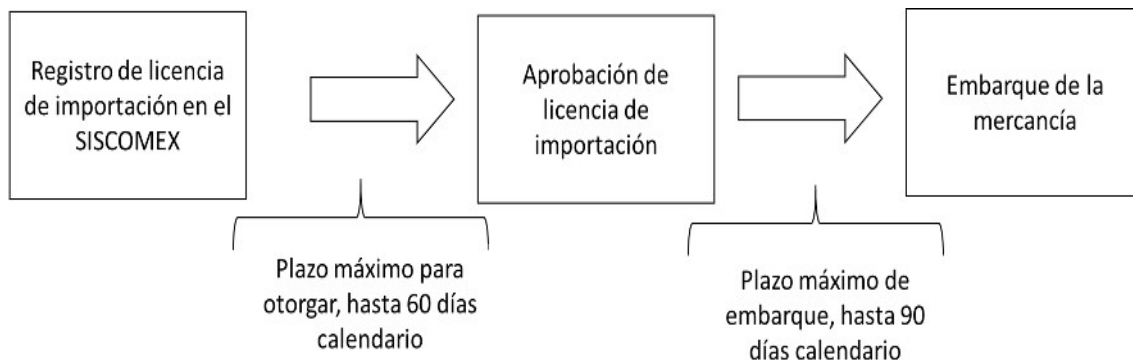
- Nombre y dirección del exportador
- Nombre y dirección del importador
- Producto
- Peso bruto
- Peso líquido
- País de origen
- Fecha de cosecha
- Plazo de validez
- N° de lote

4.2.5. Licencia de importación

Esta licencia la debe solicitar el importador antes del embarque del producto. En el caso del orégano, esto debe ocurrir posterior a la fiscalización en la frontera por parte del Ministerios de Agricultura, Pecuaria y Abastecimiento (MAPA). El procedimiento a seguir es el presentado en la Figura 19.

Figura 19.

Procedimiento para solicitar la licencia de importaciones no automática



Fuente: Prom Perú (2016).

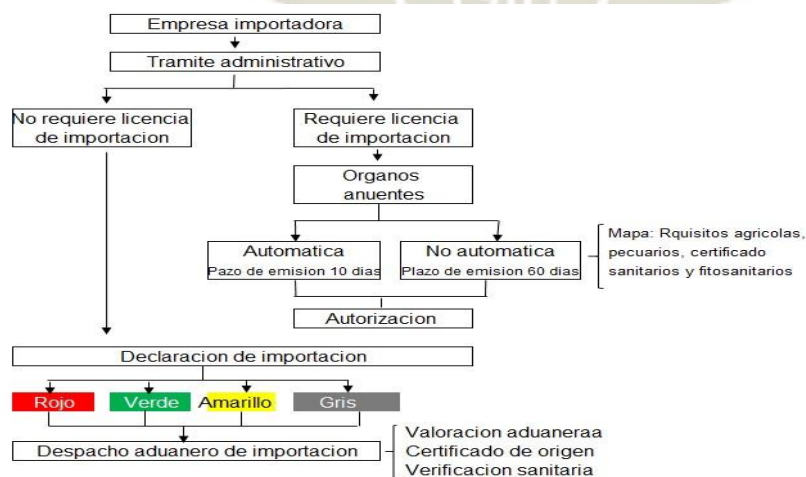
Este procedimiento es utilizado para solicitar la licencia de importaciones no automática, siendo este un requisito para el importador.

4.2.6. Procedimiento de importación y desaduanaje a Brasil

Para la importación a Brasil, se debe seguir el procedimiento presentado en la figura 20.

Figura 20.

Procedimiento de importación



Fuente: Prom Perú (2016).

4.2.7. Documentación requerida

La documentación requerida se divide en dos etapas: primera, para exportar a Brasil o actuar como exportador, y segunda, como importador o para importar desde Brasil.

a) Exportador

- Factura comercial original
- Lista de empaque
- Documentos de transporte: Carta porte internacional (transporte terrestre)
- Documento de transporte: Manifiesto internacional de carga (Transporte terrestre)
- Declaración única de aduanas
- Certificado fitosanitario por el SENASA

b) Importador

- Factura comercial original
- Lista de empaque
- Certificado de origen
- Registro de importación en el SICOMEX
- Licencia de importación
- Documentos de transporte: Carta porte internacional (transporte terrestre)
- Documento de transporte: Manifiesto internacional de carga (Transporte terrestre)
- Declaración única de aduanas
- Certificado fitosanitario por el SENASA
- Autorización de inspección física en frontera emitida por el importador

4.2.8. Requisitos

a) Requisitos para arancelarios

- Medidas fitosanitarias

El Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento (MAPA) de Brasil, mediante la Secretaría de Defensa Agropecuaria, vigila a los productores de frutas, hortalizas, legumbres, vegetales, entre otros, provenientes de países externos. Además, esta entidad se encarga de controlar el tránsito internacional de los productos agropecuarios en los puertos, aeropuertos, zonas fronterizas, estableciendo restricciones en cuanto al ingreso de plagas y enfermedades que representen una amenaza para la producción del mercado brasileño.

- Reglamentos técnicos

El mercado aplica reglas técnicas a fin de garantizar la inocuidad de los productos importados, además de identificar si este se sujeta a algún reglamento técnico, para lo cual el exportador utiliza el portal web Siscomex. Respecto al etiqueta, el código de protección del consumidor de Brasil exige que todo producto de importación brinde la información necesaria, precisa, clara y fácil de leer, tanto en portugués como en el idioma del país de origen. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016)

b) Requisitos arancelarios

Arancel

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010), en el ACE N° 58, existen preferencias arancelarias aplicadas a una gran gama de productos de exportación, que permiten mejorar la competitividad de las empresas peruanas. Existen productos con arancel 0 y otros con significativa reducción arancelaria.

Tabla 9.

Ventajas que pueden dar los compromisos del acuerdo Perú-Mercosur en algunos productos agrícolas de interés

PRODUCTO	PARTIDA	ARANCEL PERU	ARANCEL VIGENTE
Aceituna	2005.70.00	0%	14%
Esparrago	2005.60.00	0%	14%
Papa	0701.90.00	0%	10%
Orégano	1211.90.30	0%	8%
Limón	080550.00	0%	10%
Ajo	0703.30.90	0%	35%

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010).

Según la Tabla 9, Brasil es el principal país destino de las exportaciones de orégano, ya que otorga preferencia arancelaria de 0% a este producto, mientras que, otros países un 8%.

4.2.9. Logística y transporte

En la tabla 10, se detallan las exportaciones a Brasil según vías de transporte. Como se puede observar, en esta tabla, más del 90% de las exportaciones son por vía marítima.

A continuación, se detallan las rutas y duración de este viaje. Para llevar el producto a Brasil, puede realizarse por tres vías: terrestre, marítima y aérea. Para el estudio, se tomó la vía marítima como medio de transporte.

Como se puede observar, (ver tablas 11 y 12, figuras 22 y 23) ya sea que se escoja la ruta Costa Norte Atlántica o Costa este Sudamérica – Brasil, la duración del viaje en promedio es de entre 20 y 31 días.

Tabla 10.

Exportaciones a Brasil según vías de transporte en precio FOB

MEDIO DE TRANSPORTE	FOB 2015	SHARE	FOB 2016	SHARE	FOB 2017	SHARE	FOB 2018	SHARE
MARITIMO	\$ 969,956,051.58	90.43%	\$1,100,072,187.21	91.31%	\$ 1,495,137,087.68	93.60%	\$ 1,608,295,952.49	93.54%
AEREA	\$ 80,282,897.39	7.49%	\$ 83,386,274.92	6.92%	\$ 77,720,482.94	4.87%	\$ 89,867,465.14	8.38%
CARRETERA	\$ 22,250,355.95	2.07%	\$ 21,055,820.03	1.75%	\$ 24,126,989.94	1.51%	\$ 20,887,114.55	1.95%
POSTAL (ADUANA POSTAL)	\$ 21,492.17	0.00%	\$ 58,971.20	0.00%	\$ 147,423.88	0.01%	\$ 155,002.68	0.01%
FLUVIAL	\$ 52,679.50	0.00%	\$ 202,138.28	0.00%	\$ 258,408.58	0.02%	\$ 196,180.06	0.02%
TOTAL	\$ 1,072,563,476.59		\$1,204,775,391.64		\$ 1,597,390,393.02		\$ 1,719,402,014.92	

Fuente: Prom Perú (2016).

Tabla 11.

Duración promedio de días en puertos Costa Norte Atlántica – Brasil

Puerto de origen (Perú)	Puerto de destino	US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)				Días de tránsito (**)	Frecuencia de salida (**)
		20 pies	40 pies	40 pies refrigerado	Mercadería Consolidada Tm/m ³		
Callao	Guayaquil (Ecuador)	633	812	2,420	57	2	SEMANAL
Callao	Cartagena (Colombia)	1,109	1,569	3,143	98	8	SEMANAL
Callao	Santos (Brasil)	1,500	2,250	4,200	95	29	SEMANAL
Callao	Itapoa (Brasil)	1,900	2,400	4,600	100	33	SEMANAL

Fuente: Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (2020).

Tabla 12.

Duración promedio de días en puertos Costa Este Sudamérica – Brasil

Puerto de origen (Perú)	Puerto de destino	US\$ Tarifa promedio de flete por contenedor (*)				Días de tránsito (**)	Frecuencia de salida (**)
		Contenedores		40 pies refrigerado	Mercadería Consolidada Tm/m ³		
		20 pies	40 pies				
Callao	Buenos Aires (Argentina)	2,100	2,713	4,467	67	38	SEMANAL
Callao	San Antonio (Chile)	647	806	2,365	67	4	SEMANAL
Callao	Santos (Brasil)	1,502	2,077	4,288	98	31	SEMANAL

Fuente: Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (2020).

Figura 21.

Ruta marítima – Costa Norte Atlántica – Brasil



Fuente: Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (2020).

Figura 22.

Ruta marítima – Costa Este Sudamérica



Fuente: Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (2020).

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO DE MERCADO

5.1. Estudio de Oferta

Se puede observar en la tabla 13, Perú es el país que más le ofrece orégano a Brasil, con 6434 TM en el año 2020, esto debido a su ubicación geográfica, al igual que a los factores climáticos que favorecen el cultivo de esta especie.

Tabla 13.

Evolución de las importaciones de orégano de Brasil por valor (US\$)

Exportadores	Valor importado					Var	Var
	2016	2017	2018	2019	2020	% 18/19	% 19/20
Mundo	16722	26124	24194	20828	27612	- 13.91%	32.57%
Perú	4215	9864	8879	5465	6434	- 38.45%	17.73%
Egipto	1195	1385	1312	2081	4659	58.61%	123.88 %
India	742	827	1615	2556	3503	58.27%	37.05%
EEUU	471	872	988	1162	2071	17.61%	78.23%
Alemania	1787	1669	1596	1553	1815	-2.69%	16.87%
Chile	1027	1124	1128	949	1364	- 15.87%	43.73%
Bolivia	1931	1555	1347	897	1152	- 33.41%	28.43%
España	84	205	542	439	1025	- 19.00%	133.49 %
Turquía	582	1541	1058	562	901	- 46.88%	60.32%
Sudán	1017	508	0	412	727	-	76.46%
Resto	3670	6576	5725	4750	3964	- 17.03%	- 16.55%

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego (2019).

Tabla 14.

Zonas de producción por departamento del orégano (TM) 2014-2019

Región	Años						Producción Promedio (t)	Var. % 19/18
	2014	2015	2016	2017	2018	2019		
Tacna	10898	9895	8585	9947	11946	11174	10408	-6.46%
Arequipa	3232	3487	5643	4971	3952	2575	3977	- 34.84%
Moquegua	1425	1707	2021	2337	2354	2114	1993	- 10.20%
Apurímac	32	74	69	72	70	74	65	5.7 %
Junín	64	62	61	63	65	61	6,3	-6.2%
Puno	15	15	17	16	16	17	16	6.3%
Ayacucho	31	30	38	39	2	48	31	2300.00%

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego (2019).

Para el estudio de la oferta, se debe considerar la producción nacional, presentada en la tabla 14. Al analizar las regiones donde se cosecha más orégano, se puede observar que más del 60% de la producción nacional ocurre en Tacna, el 16% en Arequipa y el resto en otras regiones del Perú.

Tabla 15.

Evolución de Principales Empresas Exportadoras de Orégano Seco 2015 – 2019 (US\$ FOB)

Exportador	2015	2016	2017	2018	2019
Aromático inversiones SAC	1,805,13	2,408,29	4,546,393	3,331,114	2,590,041
Novos distribución y exportación del Perú SAC	943,877	1,401,88	2,666,095	1,760,754	1,338,223
Productos vegetales de exportación empre	535,815	614,736	1,656,708	1,699,834	1,331,368
Sabor peruano de exportación SAC.	286,124	504,173	1,279,916	733,655	1,071,145
Agro fergi SAC	401,070	1,072,56	2,059,955	1,701,302	924,205
Comercializadora verde de alimentos SAC	-	-	300,685	612,789	635,294
Ind. Com. Holguin e hijos S.A.	421,694	769,155	1,280,187	1,266,594	612,320
Grupo estela SAC.	412,900	258,480	398,990	421,132	497,696
Export food & spice SAC.	40,964	291,494	735,119	299,648	370,535
Agronegocios andinos EIRL	72,011	172,652	261,100	708,385	349,985
Resto	4,447,93	4,111,37	4,084,039	3,471,521	2,653,816

Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego (2019).

Como se observa en la tabla 15, se puede concluir que la empresa con mayor cantidad de exportaciones es Aromático Inversiones SAC, teniendo una significativa participación en el mercado brasilero, mientras que, en segundo lugar, se encuentra la empresa Novos distribución y exportación del Perú SAC.

Según las tablas 16 y 17. se puede analizar que la empresa Aromático Inversiones SAC tiene la mayor participación de 20.93% En cambio, De Buen Aromático DBA S.A tiene una participación pequeña (0.012%) y se encuentra en otros (21.45%) por eso la fuente de la tabla 16 no especifica la participación de la empresa en estudio.

Tabla 16.

Evolución de Principales Empresas Exportadoras de Orégano Seco 2015 – 2019 (TM)

Exportador	Participación %	Valor FOB	Toneladas métricas
Aromático Inversiones SAC	20.93%	1,346,653	581,498.02
Novos Distribución Y Exportación Del Perú SAC	10.81%	95,789	300,448.54
Productos Vegetales De Exportación Empre	10.76%	692,225	298,909.50
Sabor Peruano De Exportación SAC.	8.66%	556,926	240,486.04
Agro Fergi SAC.	7.47%	480,526	207,496.09
Comercializadora Verde De Alimentos SAC	5.13%	330,311	142,631.80
Ind. Com. Holguin E Hijos S.A.	4.95%	318,366	137,473.84
Grupo Estela SAC.	4.02%	258,769	111,739.25
Export Food & Spice SAC.	2.99%	192,654	83,189.95
Agronegocios Andinos EIRL	2.83%	181,969	78,576.20
Otros	21.45%	1,379,811	595,816.34

Total	100.00%	6,434,000	2,778,266
-------	---------	-----------	-----------

Fuente: Prom Perú (2016).

Tabla 17. Participación de la empresa en el mercado y tasa de crecimiento

PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA:	0.012 %
TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO DE LOS COMPETIDORES	31.45 %
TASA DE CRECIMIENTO DE LA EMPRESA	3.145 %

Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

Además, en las tablas presentadas se puede observar la participación de las diferentes empresas que exportan orégano a Brasil; asimismo, para la presente investigación, se ha considerado la participación de las pequeñas empresas. En ese sentido, se tomó en cuenta la participación de la Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A, de 0.012%, considerando que la empresa presenta una tasa de crecimiento de 3.145% y, a la vez, se observa que la tasa de crecimiento de los competidores es de 31.45%. En este sentido, la participación aumentaría a 3.7 %. Cabe señalar que, de existir una demanda no satisfecha del mercado, la empresa en estudio lo puede cubrir.

5.2. Estudio de demanda

Para analizar la demanda del producto a exportar, es necesario analizar la demanda de orégano en el mundo y luego en el Perú, de manera que se pueda determinar a ciencia cierta.

Como se observa en la Tabla 18, Brasil es el principal país importador de orégano a nivel global en los últimos cinco años, asimismo, en el año 2019 al 2020, se presenta un

incremento en la importación de orégano en un 31.42%, sin embargo, tuvo un declive en el año 2018 en un 21.81%.

Tabla 18.

Principales Países Destino del Orégano Seco 2016- 2020 (US\$FOB)

Importadores	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019	Valor exportado en 2020	Var % 18/19	Var % 19/20
Mundo	18313	25567	25547	20212	23170	- 20.88%	14.63%
Brasil	5392	9604	6766	5290	6952	- 21.81%	31.42%
España	2454	3090	3916	3438	2790	- 12.21%	-18.85%
Estados Unidos de América	2986	2545	3209	2707	2519	- 15.64%	-6.94%
Argentina	1085	3036	1777	942	1970	- 46.99%	109.13%
Chile	1052	2022	2136	1341	1562	- 37.22%	16.48%
Alemania	637	1103	2117	1417	1561	- 33.07%	10.16%
Ecuador	637	788	755	530	745	- 29.80%	40.57%
Francia	478	530	547	508	730	-7.13%	43.70%
Uruguay	330	634	604	623	578	3.15%	-7.22%
Bangladesh	418	217	290	550	510	89.66%	-7.27%
Resto	2843	1999	3433	2868	3250	- 16.46%	13.32%

Fuente: Trade Map (2020).

Ahora bien, con el fin de probar la hipótesis de la presente investigación, se presentan los siguientes resultados mostrados en la tabla 19.

Tabla 19.

Demanda para la exportación de Orégano a Brasil 2016-2020 (TM)

Año	Demanda mundial (toneladas)	Demanda Brasil
2016	18313	5392
2017	25567	9604
2018	25547	6766
2019	20212	5290
2020	23170	6952

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010).

En el ámbito regional, el principal mercado importador de orégano de América del Sur es Brasil. Por la cercanía geográfica, este país, históricamente, ha importado orégano desde Chile y Perú, dado que la producción interna de orégano es insuficiente para abastecer su a su población. (Arizio & Curioni, 2008)

Tabla 20.

Porcentaje de producción por producto

Tipo de Producto	%
Exportación convencional	50%
Exportación orgánico	50%

Fuente: Empresa Buen Aromático DBA S.A.

Como se puede observar en la tabla 20, se muestra los porcentajes de producción por producto de la empresa Exportadora Buen Aromático DBA S.A que distribuye a cada producto de la siguiente manera: para el comercio internacional destina el orégano

convencional el 50% y orégano orgánico el 50%. La tabla antes mencionada nos permite calcular la proyección de la demanda de la empresa en TM.

Para poder estimar la demanda, se utilizó el método variación porcentual, generalmente, este es utilizado para la proyección de ventas, el cual será adecuado para la proyección de demanda del orégano en Brasil para los años 2022 al 2026. La información fue extraída de Trade map.

Tabla 21.

Proyección de la demanda de la empresa en (TM).

Demanda	2022	2023	2024	2025	2026
Exportación Convencional	164.39	169.56	174.90	180.40	186.07
Exportación Orgánico	164.39	169.56	174.90	180.40	186.07
Total	328.78	339.12	349.79	360.79	372.14

Fuente: Empresa Buen Aromático DBA S.A.

Como se observa en la Tabla 21, para realizar el cálculo de proyección de la demanda en la empresa Buen Aromático DBA S.A, se toma en cuenta la participación de la empresa en toneladas métricas que es 328.78 y el porcentaje de producción por producto.

Asimismo, para el primer año, se calcula de la siguiente manera: el porcentaje de producción de producto por la participación de toneladas métricas de la empresa, en el comercio internacional. A continuación, para calcular del año 2023 al 2026, se calcula la exportación del año anterior por la variación en la tasa de crecimiento de la empresa

La empresa tiene como proyecto futuro cada vez vender más al mercado internacional que al mercado local.

5.3. Marketing Mix

5.3.1. Producto

El producto a exportar será el orégano convencional y orgánico, por lo tanto, es necesario la elaboración de la ficha nutricional en español y en inglés tal como se observa en la figura 23.

Figura 23.

Ficha nutricional del orégano en español y en inglés

Datos de nutrición		Nutrition facts	
Tamaño de la porción: 100 g		Portion size : 100 g	
Cantidad por porción		Amount per proportion	
Calorías	308 Kcal	Calories	308 Kcal
Proteínas	11 g	Protein	11 g
Grasas totales	10.25 g	Total fat	10.25 g
Hidratos de carbono	31.63 g	Carbohydrates	31.63 g
Fibra	42.80 g	Fiber	42.80 g
Magnesio	270 mg	Magnesium	270 mg
Potasio	1.669 mg	Potassium	1.669 mg
Calcio	1.576 mg	Calcium	1.576 mg
Hierro	44 mg	Iron	44 mg

Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

Además, es necesario determinar la partida arancelaria, precisada en la figura 24:

Figura 24.

Partida arancelaria del orejano

SECCION	II: PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL.
CAPITULO	12: Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos de las especies utilizadas principalmente en perfumería, medicina o para usos insecticidas, parasiticidas o similares, frescos o secos, incluso cortados, quebrantados o pulverizados.
1211.9	-Los demás:
1211.90.30.00	--Oreagano (<i>Origanum vulgare</i>)

Fuente: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2020).

El producto se venderá a un solo distribuidor mayoritario en Brasil, el cual se encargará de realizar la nacionalización y el empaquetado, ya que el orégano se venderá por sacos.

Además, el mercado objetivo, de acuerdo, con las investigaciones de Latin Panel (actual Kantar) empresa líder en el conocimiento de mercados, el consumidor busca comprar más en internet que en persona y los vendedores deben adaptarse mejor a estas estrategias online para que influyan en los consumidores la decisión de la compra. (Kantar, 2020)

5.3.1.1. Capacidad de producción en (TM)

La capacidad de producción, es decir, la capacidad de oferta exportable de nuestro producto (Orégano Vulgare), está condicionada por dos procesos. Primeramente, se va a describir la capacidad total de producción y, a continuación, los dos procesos.

Tabla 22.

Capacidad de producción en (TM)

	Hectáreas:	TM
Actualmente tiene:	9	80.00
A partir del próximo año	50	378.25

Fuente: Empresa Exportadora De Buen Aromático DBA S.A.

En la Tabla 22, se puede observar que la empresa De Buen Aromático DBA S.A cuenta actualmente con 9 hectáreas, equivalente a 80 toneladas métricas; por otro lado, se proyecta la compra de 50 hectáreas más, que abarca 445 toneladas métricas, pero solo se trabajará con 85 % de su capacidad, lo que refiere a un equivalente 378.25 toneladas métricas.

5.3.1.2. Procesos que conforma la capacidad de producción

a) Cantidad de Materia Prima por la misma empresa

En el negocio nuestro el proveedor de materia prima vendría a ser la propia planta de la empresa analizada, ubicada en Puquina – Moquegua. Esta producción se da en tres temporadas las cuales pertenecen a las épocas de cosecha que se da en los meses de mayo, agosto y noviembre.

b) Tiempo de Procesamiento en Planta

El tiempo de proceso en la planta de Arequipa inicia desde que ingresa la materia prima (orégano sin procesar) a nuestro almacén N° 2 de Arequipa, hasta que completa el proceso productivo y es embalado en nuestro respectivo almacén. El tiempo de procesamiento en la planta está condicionado, principalmente, por la capacidad de procesamiento de las máquinas en las etapas de clasificación, secado solar, deshojado y clasificación por tamaño.

5.3.2. Precio

Tabla 23.

Evolución de los precios del orégano a precios internacionales (US\$)

Mes	2019	2020	Var % 19/20
ENE	1.98	1.57	-20.71%
FEB	1.80	1.93	7.22%
MAR	2.01	1.7	-15.42%
ABR	2.18	1.76	-19.27%
MAY	2.06	2.09	1.46%
JUN	2.13	2.08	-2.35%
JUL	2.05	2.76	34.63%

AGO	2.11	2.95	39.81%
SEP	2.00	2.97	48.50%
OCT	1.68	2.7	60.71%
NOV	1.48	2.84	91.89%
DIC	1.81	2.44	34.81
PROMEDIO	1.94	2.32	

Fuente: Prom Perú (2016).

Según la tabla 23, el precio promedio de venta será a \$ 2.32, lo que indica que la empresa debe competir con estos precios, aunque la empresa solo venderá a un distribuidor o comprador, siendo este quien se encargará de fijar los precios competitivos.

En cuanto al precio, en la tabla 23 se tiene que examinar el precio de los competidores a nivel local y el precio de los competidores extranjeros; cabe señalar que la empresa informó que el precio del orégano varía de acuerdo con la temporada en la que se exporta. También la empresa en estudio, señala que el precio de ingreso del orégano al mercado de Brasil depende de la temporada, por lo que se debe tener producción en las épocas que Brasil más necesita este producto. A

Además, la empresa de análisis señala que se puede determinar el precio se establecerá para el producto de acuerdo con la estación del año ya que cada país tiene un precio diferente y ciclos de producción diferentes. Sin embargo, en algunos países coinciden los mismos ciclos, por lo que se tendrá que evaluar quienes son los competidores de acuerdo con nuestro ciclo de producción.

5.3.3. Promoción

El principal objetivo es dar a conocer el producto, sus beneficios y características. A continuación, se muestra las maneras de incentivar el consumo de producto a exportar según la empresa del estudio:

- La publicidad por correo permite llegar al tipo de consumidor que se aspira.
- De otra manera, la creación de una página web para dar a conocer al mercado de Brasil las propiedades, beneficios del consumo del orégano, y brindarle mayor confianza al cliente.
- Participar en ferias internacionales que se realicen para darnos a conocer en el mercado internacional y captar posibles potenciales clientes.

A continuación, en la Tabla 24 se muestra algunas de las ferias en las que se participa. Estas ferias lo organizan las entidades del gobierno nacional y regional a costo muy económico con el fin de promover los productos peruanos. Al respecto, las ferias que proporcionan PROMPERU no cobran ninguna comisión, ellos impulsan para que las pequeñas empresas como la de esta investigación, puedan exportar fácilmente.

Tabla 24.

Ferias a participar

Nombre feria	Ubicación	Fecha
Rondonia rural show Internacional	Ji Paraná (Centro tecnológico Yandeci Rack)	Mayo 2022
Apas show	Sao paulo (Expo Norte)	16/05/2022

Biofach América latina Sao Paulo 08/06/2022
(Parque Anhemí)

Naturaltech Sao Paulo 08/06/2022
(Parque Anhemí)

Fuente: Elaboración propia.

5.3.3.1. Entidades responsables de promoción

En el Perú las siguientes entidades responsables del negocio en estudio y colocación del producto, permiten la promoción del mismo y el contacto con compradores y nuevos mercados a nivel internacional. (Gambetta Paredes, 2014)

- PROMPERU (Comisión de Promoción del Perú)
- MINCETUR (Ministerios de Comercio Exterior y Turismo del Perú)
- ADEX (Asociación de Exportadores del Perú)
- Cámara de Comercio de Arequipa

5.3.4. Plaza

Al vender a un solo distribuidor y ofrecer cantidades de la plaza, se encargará el distribuidor o comprador de todo el producto ofrecido, por lo que la plaza en esta investigación se relaciona con el único vendedor del producto ofertado.

5.3.4.1. Cliente

- a) Proceso de búsqueda de cliente

Para la realización de Búsqueda de Clientes, lo primero que se deberá realizar es formular una base de datos de clientes, la cual será llenada a medida que vayamos atrayendo nuevos clientes.

A continuación, se muestra diversos métodos de búsqueda de clientes (Gambetta Paredes, 2014):

- Colaboración en Ferias Comerciales en el sector agroindustrial que se realizan en distintos países.
- Base de datos de las ferias comerciales, en las que participan compradores y ofertantes de la línea de productos de nuestra empresa.
- Búsqueda de clientes vía web y redes sociales a través de base de datos de empresas que se encuentran en nuestro sector o empresas que son compradores potenciales de nuestros productos.
- Seguimiento de exportaciones del mismo producto que se ofrece en la empresa a través de SUNAT. De esta forma, podemos contactar clientes potenciales.

Las ferias comerciales son muy significativas para la empresa, ya que permiten el contacto con nuevos clientes, la evaluación de sus necesidades, para así, poder comenzar una relación a futuro. Por lo tanto, se debe confeccionar una cartera de clientes que trabajen en el rubro, a fin de tener relación minuciosa sobre las empresas que podrían comprar nuestros productos. (Gambetta Paredes, 2014)

A continuación, se muestran posibles compradores potenciales (ver figura 25).

- a. Empresa Importacao Exportacao Ltda

Figura 25.

Logo de la empresa Importacao Exportacao Ltda



Fuente: Importacao Exportacao Ltda.

La empresa Colima Importacao Exportacao Ltda, dedicada al comercio por mayor y especializado en productos alimenticios que implica una actividad comercial de reventa a gran escala de determinados productos. Al igual que otros servicios mayoristas, es atendido por empresas, pequeñas empresas y particulares. Entre los alimentos incluidos se encuentran: dietética, alimentos preparados, condimentos y especias.

Dicha empresa fue contactada por Darwin Víctor Burgo Arias, encargado del área de ventas, el cual contacta a este nuevo cliente a través de una feria internacional realizada por PROMPERU, en este Darwin aprovecha para intercambiar información con este cliente y, a la vez, entabla una relación de negocios para una posterior negociación de nuestro producto.

Esta empresa fue elegida por Darwin, puesto que el empresario mostro interés en nuestro producto y, a la vez, prometía realizar una compra de grandes cantidades. A la fecha, dicha empresa solicitó pruebas del producto para poder verificar la calidad que le ofrece Darwin. En la actualidad, se encuentra en negociaciones con dicha empresa.

De esta forma, Darwin contacta a nuevos clientes potenciales para posibles negociaciones, lo cual nos comenta que ha sido un gran apoyo estas ferias que realiza

PROMPERU, gracias a las capacitaciones que recibe por esta institución, le ha permitido obtener una visión amplia de nuevos mercados internacionales.



CAPÍTULO VI

6. EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA



El análisis financiero se realizó en base a los costos incrementales del mercado, es decir tomando en consideración sólo los costos producidos por el incremento de las acciones ampliadas de la empresa, analizando los siguientes factores económicos (ver Tabla 25).

Tabla 25.

Costos operativos (nuevos soles)

Descripción	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo Total 1	Costo Total 2	Costo Total 3	Costo Anual
INSUMOS Y SERVICIOS DIRECTOS							
MATERIA PRIMA (INSUMOS)							
Esquejes plantones	50000		0.5	S/25,000.00			S/25,000.00
Escardillada	50	ha	S/500	S/25,000	S/25,000	S/25,000	S/75,000
Pulverización	50	ha	S/400	S/20,000	S/20,000	S/20,000	S/60,000
Herbicidas	50	ha	S/800	S/40,000	S/40,000	S/40,000	S/120,000
Insecticidas	50	ha	S/850	S/42,500	S/42,500	S/42,500	S/127,500
Fungicidas	50	ha	S/765	S/38,250	S/38,250	S/38,250	S/114,750

Fertilizantes manuales conguano	50	ha	S/1,500	S/75,000	S/75,000	S/75,000	S/225,000
Operarios no calificados temporales por jornada	1000	HORAS	S/30	S/30,000	S/30,000	S/30,000	S/90,000
Operarios de campos	30	MES	S/1,100	S/33,000	S/33,000	S/33,000	S/99,000
Costo post cosecha	50	ha	S/300	S/15,000	S/15,000	S/15,000	S/45,000

GASTOS GENERALES

Combustible para viajar al campo y viáticos	12	MES	S/200	S/2,400	S/2,400	S/2,400	S/7,200
---	----	-----	-------	---------	---------	---------	---------

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL 1	COSTO TOTAL 2	COSTO TOTAL 3	COSTO ANUAL
Mantenimiento del sistema de riego		MES		S/2,500	S/2,500	S/2,500	S/7,500
Combustible para llevar personal a la plantación de orégano	6	VECES	S/150	S/900	S/900	S/900	S/2,700
Trasporte para llevar los fertilizantes	1	VECES	S/600	S/600	S/600	S/600	S/600

MAQUINARIA

Arado	50		S/160	S/8,000	S/8,000	S/8,000	S/24,000
Surqueo	50		S/120	S/6,000	S/6,000	S/6,000	S/18,000
Niveleo	50		S/110	S/5,500	S/5,500	S/5,500	S/16,500
OTROS							
Luz en la planta de puquina		MES	S/300	S/300	S/300	S/300	S/900
Agua en la planta de puquina	50	ha	S/300	S/15,000.00	S/15,000	S/15,000	S/45,000
Asistencia técnica para el cuidado de los plantones	1500		S/1,500	S/1,500	S/1,500	S/1,500	S/4,500
TOTAL				S/386,450	S/361,450	S/361,450	S/1,108,150

Fuente: Elaboración propia.

En los costos, se consideraron los insumos y servicios directos, materia prima (insumos) gastos generales, maquinaria, el cual da un total de costo de ventas anual de S/1, 108,150.

Tabla 26.

Gastos administrativos (Nuevos soles)

Descripción	(S/.) Mes	Anual
Electricidad	S/1,200.00	S/14,400.00
Agua	S/600.00	S/7,200.00
Alquiler de local de producción	S/5,000.00	S/60,000.00
Servicios de limpieza	S/930.00	S/11,160.00
Total	S/7,730.00	S/92,760.00

Fuente: Elaboración propia.

Al analizar los gastos administrativos (tabla 26), se debe considerar los gastos de servicios como electricidad, agua, alquiler de local de producción y servicios de limpieza, los cuales ascienden a S/ 92 760.00 anuales.

Tabla 27.*Remuneraciones (Nuevos soles)*

Concepto	Rem. Mes	Básico anual	Gratificaciones. (2)	Rem. Comp. *	S. Social (9%)	Cts (1/12)	Vacaciones**	Total unidad	Cantidad	Total
Supervisor	S/1,750.00	S/21,000.00	S/3,500.00	S/24,500.00	S/2,205.00	S/2,041.67	S/1,750.00	S/30,496.67	8.00	S/243,973.33
Asesor legal	S/1,500.00	S/18,000.00	S/3,000.00	S/21,000.00	S/1,890.00	S/1,750.00	S/1,500.00	S/26,140.00	1.00	S/26,140.00
Operario de planta	S/1,150.00	S/13,800.00	S/2,300.00	S/16,100.00	S/1,449.00	S/1,341.67	S/1,150.00	S/20,040.67	20.00	S/400,813.33
Vigilante	S/930.00	S/11,160.00	S/1,860.00	S/13,020.00	S/1,171.80	S/1,085.00	S/930.00	S/16,206.80	1.00	S/16,206.80
TOTAL	S/9,430.00	S/113,160.00	S/18,860.00	S/132,020.00	S/11,881.80	11,001.67	9,430.00	164,333.47	30.00	687,133.47

Nota. *Remuneración compensables **Vacaciones truncas. Fuente: Elaboración propia.

Los gastos por remuneración (ver tabla 27) corresponden a los gastos de sueldos y salarios del personal, a partir de las acciones ampliadas de la empresa, desde el supervisor hasta el vigilante, los cuales ascienden a S/687,133.47.

Tabla 28.*Depreciaciones (Nuevos soles)*

Descripción	Precio	Tasa de depreciación	Depreciación anual
Maquina 1 (clasificadora)	S/10,360.00	10%	S/1,036.00
Maquina 2 (zaranda cilíndrica)	S/11,000.00	10%	S/1,100.00
Maquina 3 (trocadora despalilladora)	S/17,000.00	10%	S/1,700.00
Maquinaria 4 (seleccionadora neumática)	S/16,780.00	10%	S/1,678.00
Palet de madera	S/60.00	10%	S/6.00
Balanza	S/1,050.00	10%	S/105.00
Sillas de oficina	S/150.00	10%	S/15.00
Mesas de escritorio	S/700.00	10%	S/70.00
Computadora	S/2,500.00	20%	S/500.00
Impresora	S/850.00	10%	S/85.00
Exhibidoras de prueba	S/1,000.00	10%	S/100.00
Maquina remalladora de sacos	S/3,000.00	10%	S/300.00
Camioneta planta de Arequipa movilización de personal	S/100,000.00	20%	S/20,000.00
Terreno	S/54,000.00	3%	S/1,782.00
TOTAL	S/218,450.00		S/28,477.00

Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 28 la depreciación estimada por las maquinarias y equipos asciende a S/28, 477. 00.

Tabla 29.*Valor en libros de los activos (Nuevos soles)*

Descripción	2021	2022	2023	2024	2025
Maquina 1 (clasificadora)	S/9,324.00	S/8,288.00	S/7,252.00	S/6,216.00	S/5,180.00
Maquina 2 (zaranda cilíndrica)	S/9,900.00	S/8,800.00	S/7,700.00	S/6,600.00	S/5,500.00
Maquina 3 (trocadora despalladora)	S/15,300.00	S/13,600.00	S/11,900.00	S/10,200.00	S/8,500.00
Maquinaria 4 (seleccionadora neumática)	S/15,102.00	S/13,424.00	S/11,746.00	S/10,068.00	S/8,390.00
Palet de madera	S/54.00	S/48.00	S/42.00	S/36.00	S/30.00
Balanza	S/945.00	S/840.00	S/735.00	S/630.00	S/525.00
Sillas de oficina	S/135.00	S/120.00	S/105.00	S/90.00	S/75.00
Mesas de escritorio	S/630.00	S/560.00	S/490.00	S/420.00	S/350.00
Computadora	S/2,000.00	S/1,500.00	S/1,000.00	S/500.00	S/0.00
Impresora	S/765.00	S/680.00	S/595.00	S/510.00	S/425.00
Exhibidoras de prueba	S/900.00	S/800.00	S/700.00	S/600.00	S/500.00
Maquina remalladora de sacos	S/2,700.00	S/2,400.00	S/2,100.00	S/1,800.00	S/1,500.00
Camioneta planta de Arequipa movilización de personal	S/80,000.00	S/78,218.00	S/76,436.00	S/74,654.00	S/72,872.00
Terreno	S/52,218.00	S/23,741.00	S/21,959.00	S/20,177.00	S/18,395.00
TOTAL	S/189,973.00	S/153,019.00	S/142,760.00	S/132,501.00	S/122,242.00

Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 29 la depreciación proyectada para los años 2021, 2022, 2023, 2024 y 2025 ascienden a S/189,973.00, S/153,019.00, S/142,760.00, S/132,501.00 y S/122,242.00, respectivamente.

Tabla 30.

Financiamiento (Nuevos soles)

Descripción	
Financiamiento	En soles
Préstamo	S/120,000.00
Periodos	24
TCEA	25.0%
TEM	1.88%
Cuota mes	S/6,256.42

Fuente: BCP – Pequeña empresa.

Tabla 31.

Cuadro de amortización (Nuevos soles)

Periodos	Principal	Intereses	Capital	Cuota
0	S/120,000.00			
1	S/115,995.89	S/2,252.31	S/4,004.11	S/6,256.42
2	S/111,916.63	S/2,177.16	S/4,079.26	S/6,256.42
3	S/107,760.80	S/2,100.59	S/4,155.83	S/6,256.42
4	S/103,526.97	S/2,022.59	S/4,233.83	S/6,256.42
5	S/99,213.67	S/1,943.13	S/4,313.30	S/6,256.42
6	S/94,819.42	S/1,862.17	S/4,394.25	S/6,256.42
7	S/90,342.68	S/1,779.69	S/4,476.73	S/6,256.42
8	S/85,781.93	S/1,695.67	S/4,560.76	S/6,256.42
9	S/81,135.57	S/1,610.06	S/4,646.36	S/6,256.42
10	S/76,402.00	S/1,522.86	S/4,733.57	S/6,256.42
11	S/71,579.59	S/1,434.01	S/4,822.41	S/6,256.42
12	S/66,666.67	S/1,343.50	S/4,912.93	S/6,256.42
13	S/61,661.53	S/1,251.28	S/5,005.14	S/6,256.42
14	S/56,562.45	S/1,157.34	S/5,099.08	S/6,256.42
15	S/51,367.66	S/1,061.64	S/5,194.79	S/6,256.42
16	S/46,075.37	S/964.13	S/5,292.29	S/6,256.42
17	S/40,683.75	S/864.80	S/5,391.62	S/6,256.42
18	S/35,190.94	S/763.60	S/5,492.82	S/6,256.42
19	S/29,595.02	S/660.51	S/5,595.91	S/6,256.42
20	S/23,894.08	S/555.48	S/5,700.94	S/6,256.42
21	S/18,086.13	S/448.47	S/5,807.95	S/6,256.42
22	S/12,169.17	S/339.46	S/5,916.96	S/6,256.42
23	S/6,141.16	S/228.41	S/6,028.02	S/6,256.42
24	S/0.00	S/115.26	S/6,141.16	S/6,256.42

Fuente: BCP – Pequeña empresa.

Según la tabla 30 y 31 se solicitará un crédito por S/120,000.00 para ser pagado en 24 cuotas a una tasa del 25%, quedando las cuotas mensuales de S/6,256.42.



Tabla 32.*Inversión (Nuevos soles)*

Descripción	(S/.) C/U	Cantidad	Total
Maquina 1 (clasificadora)	S/10,360.00	1	S/10,360.00
Maquina 2 (zaranda cilíndrica)	S/11,000.00	1	S/11,000.00
Maquina 3 (trocadora despalilladora)	S/17,000.00	1	S/17,000.00
Maquinaria 4 (seleccionadora neumática)	S/16,780.00	1	S/16,780.00
Palet de madera	S/60.00	30	S/1,800.00
Balanza	S/1,050.00	2	S/2,100.00
Sillas de oficina	S/150.00	4	S/600.00
Mesas de escritorio	S/700.00	2	S/1,400.00
Computadora	S/2,500.00	2	S/5,000.00
Impresora	S/850.00	1	S/850.00
Exhibidoras de prueba	S/1,000.00	4	S/4,000.00
Maquina remalladora de sacos	S/3,000.00	6	S/18,000.00
Camioneta planta de Arequipa movilización de personal	S/100,000.00	1	S/100,000.00
Compra de terreno por hectárea 50	S/54,000.00	40	S/1,620,000.00
TOTAL			S/1,808,890.00

Fuente: Elaboración propia.

Se observa en la tabla 32 que, para la puesta en marcha del proyecto de exportación, la empresa deberá realizar una inversión de S/1,808,890.00

Tabla 33.

Otros gastos (Nuevos soles)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	SEMESTRAL	ANUAL
Mantenimiento de planta (Arequipa)	MES	12	S/1,700.00	S/10,200.00	S/20,400.00
Vestimenta: ropa, guantes etc.	XOPERA	30	S/220.00	S/6,600.00	S/13,200.00
Gastos por protocolo COVID	XOPERA	30	S/160.00	S/4,800.00	S/9,600.00
Total				S/21,600.00	S/43,200.00

Fuente: Elaboración propia.

En relación a otros gastos (ver tabla 33), se tienen mantenimiento de plantas, vestimenta y gastos de protocolo COVID – 19, los cuales son un total anual de S/43,200.00.

Tabla 34.*Gastos por distribución (Nuevos soles) por 378.25 TM*

Descripción	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Total corte	Anual
Transporte puquina planta	TONELADA	378.25	S/40.00	S/13,151.34	S/39,454.01
Papilo por saco	UNIDAD	89,000.00	S/0.20	S/17,800.00	S/53,400.00
Sacos simples para el transportar a planta de Arequipa	UNIDAD	89,000.00	S/0.60	S/53,400.00	S/160,200.00
Sacos de propileno más rotulación listo para exportación	UNIDAD	44,500.00	S/1.20	S/53,400.00	S/160,200.00
Papilo por saco para coser	UNIDAD	44,500.00	S/0.20	S/8,900.00	S/1,780.00
TOTAL				S/13,151.34	S/415,034.01

Fuente: Elaboración propia.

Los gastos por distribución (ver tabla 34) están asociados a los gastos por transporte, sacos, entre otros, los cuales ascienden a un monto anual de S/.415,034.01.

Tabla 35.*Costo unitario por productos (Nuevos soles)*

DESCRIPCIÓN	2021	2022	2023	2024	2025
COSTOS FIJOS	S/ 1,586,632.49	S/ 1,625,503.83	S/ 1,661,202.17	S/ 1,704,100.30	S/ 1,748,309.24
COSTOS VARIABLES	S/ 1,108,150.00	S/ 1,115,907.05	S/ 1,123,718.40	S/ 1,131,584.43	S/ 1,139,505.52
COSTO TOTAL	S/ 2,694,782.49	S/ 2,741,410.88	S/ 2,784,920.57	S/ 2,835,684.72	S/ 2,887,814.76
CANTIDAD	328.78	339.12	349.79	360.79	372.14
COSTO UNITARIO POR TONELADA	S/ 8,196.22	S/ 8,083.79	S/ 7,961.67	S/ 7,859.59	S/ 7,760.01
COSTO OPERATIVO POR KG	S/ 8.20	S/ 8.08	S/ 7.96	S/ 7.86	S/ 7.76
COSTO UNITARIO DE EXPORTACIÓN	S/ 1.85	S/ 1.79	S/ 1.74	S/ 1.69	S/ 1.64
COSTO UNITARIO DE EXPORTACIÓN	S/ 10.05	S/ 9.88	S/ 9.70	S/ 9.55	S/ 9.40

Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla 35, el costo unitario por productos proyectados, desde el año 2021 hasta el año 2025, es de S/.10.05 por kilo hasta S/.940.

Como se puede observar, en esta tabla el costo unitario se reduce cada año, debido a que a mayor cantidad de producción el costo es menor.

Tabla 36.*Estados de ganancias y pérdidas (Nuevos soles)*

	2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS	S/4,274,184.03	S/4,408,618.76	S/4,547,281.84	S/4,690,306.24	S/4,837,829.15
COSTO DE VENTAS	S/1,108,150.00	S/1,115,907.05	S/1,123,718.40	S/1,131,584.43	S/1,139,505.52
UTILIDAD BRUTA	S/3,166,034.03	S/3,292,711.71	S/3,423,563.44	S/3,558,721.81	S/3,698,323.63
REMUNERACIONES	S/687,133.47	S/687,133.47	S/687,133.47	S/687,133.47	S/687,133.47
GASTOS ADMI.	S/92,760.00	S/92,760.00	S/92,760.00	S/92,760.00	S/92,760.00
DEPRECIACIÓN	S/189,973.00	S/153,019.00	S/142,760.00	S/132,501.00	S/122,242.00
OTROS GASTOS	S/43,200.00	S/43,200.00	S/43,200.00	S/43,200.00	S/43,200.00
DISTRIBUCIÓN	S/415,034.01	S/415,034.01	S/415,034.01	S/415,034.01	S/415,034.01
COSTOS DE EXPORTACIÓN	S/608,524.45	S/608,524.45	S/608,524.45	S/608,524.45	S/608,524.45
UTILIDAD ANTES DE INTERÉS E IMPUESTOS	S/1,129,409.11	S/1,293,040.79	S/1,434,151.51	S/1,579,568.89	S/1,729,429.71
INTERESES	S/21,743.73	S/8,410.39			
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/1,107,665.38	S/1,284,630.40	S/1,434,151.51	S/1,579,568.89	S/1,729,429.71

IMPUESTO A LA RENTA (29.5%)	S/326,761.29	S/378,965.97	S/423,074.70	S/465,972.82	S/510,181.76
UTILIDAD NETA	S/780,904.09	S/905,664.43	S/1,011,076.8 2	S/1,113,596.07	S/1,219,247.95

Fuente: Elaboración propia.



Tabla 37.*Flujo de caja (Nuevos soles)*

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
VENTAS		S/4,274,184.03	S/4,408,618.76	S/4,547,281.84	S/4,690,306.24	S/4,837,829.15
COSTO DE VENTAS		S/1,108,150.00	S/1,115,907.05	S/1,123,718.40	S/1,131,584.43	S/1,139,505.52
REMUNERACIONES		S/687,133.47	S/687,133.47	S/687,133.47	S/687,133.47	S/687,133.47
GASTOS ADMI.		S/92,760.00	S/92,760.00	S/92,760.00	S/92,760.00	S/92,760.00
OTROS GASTOS		S/43,200.00	S/43,200.00	S/43,200.00	S/43,200.00	S/43,200.00
DISTRIBUCIÓN		S/415,034.01	S/415,034.01	S/415,034.01	S/415,034.01	S/415,034.01
IMPUESTO A LA RENTA		S/326,761.29	S/378,965.97	S/423,074.70	S/465,972.82	S/510,181.76
COSTOS DE EXPORTACIÓN		S/608,524.45	S/608,524.45	S/608,524.45	S/608,524.45	S/608,524.45
INVERSIONES	S/1,808,890.00					
FLUJO ECONÓMICO	-S/1,808,890.00	S/992,620.82	S/1,067,093.82	S/1,153,836.82	S/1,246,097.07	S/1,341,489.95
PRINCIPAL	S/120,000.00					

INTERESES		S/21,743.73	S/8,410.39			
AMORTIZACIÓN		S/53,333.33	S/66,666.67			
FLUJO FINANCIERO	-S/1,688,890.00	S/917,543.76	S/992,016.76	S/1,153,836.82	S/1,246,097.07	S/1,341,489.95

Fuente: Elaboración propia.



Tabla 38.*Indicadores financieros*

VAN	466,922.00
TIR	55%
TIRM	47%
PRI (PERIODO DE RETORNO DE INVERSIÓN)	1.78
B/C (BENEFICIO COSTO)	1.28

Fuente: Elaboración propia.

6.1. Valor actual neto (VAN)

Luego de observar las tablas del 36 al 38, realizar el estudio de mercado y la evaluación económica financiera, se puede observar que el proyecto, entre el periodo 2021 a 2025, tiene un valor actual neto de S/. 466.922.00 soles, lo cual es un valor positivo, evidenciando que sí se debería iniciar con el proyecto.

6.2. Tasa interna de retorno (TIR)

En cuanto a la tasa interna de retorno, esta es 55% alta y superior al costo de oportunidad de la empresa, esto quiere decir que, según la tasa interna de retorno, sí se debía invertir en el proyecto, ya que los resultados serán satisfactorios para la empresa.

6.3. Periodo retorno de inversión (PRI)

Considerando el PERIODO DE RETORNO DE INVERSIÓN (PRI), se destaca que este proyecto va recuperar su inversión en un año, lo cual es conveniente para el inversionista, puesto que podrá recuperar su inversión lo más antes posible.

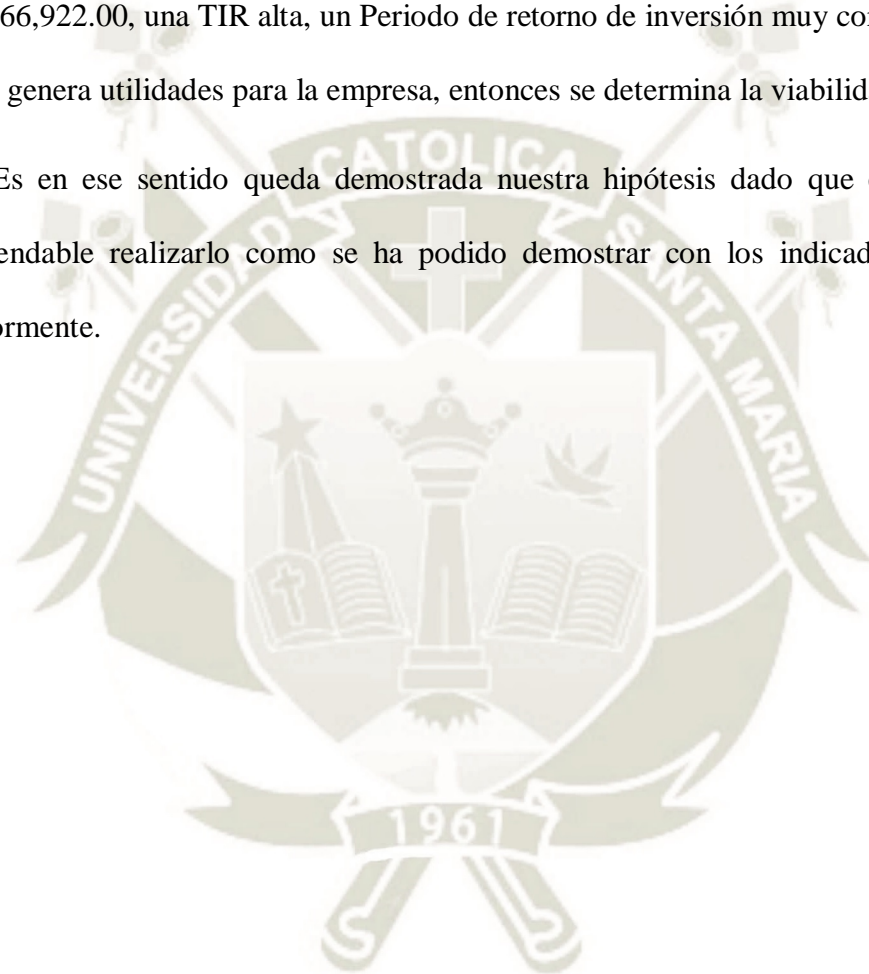
6.4. Beneficio costo (B/C)

En cuanto al Beneficio-Costo, se puede observar que, por cada sol invertido, la empresa va generar S/ 1.28 soles, quedando una utilidad neta de S/0.28 beneficio por cada sol

invertido. Esto quiere decir que, dado la evaluación económica con los indicadores mencionados, el proyecto de la exportación de orégano sí debe realizarse. Por lo tanto, queda demostrada nuestra hipótesis, que con el estudio de mercado se ha podido demostrar la viabilidad del proyecto.

Como hemos podido observar el proyecto es viable dado que presente un van positivo de s/.466,922.00, una TIR alta, un Periodo de retorno de inversión muy corta y un beneficio que, si genera utilidades para la empresa, entonces se determina la viabilidad del proyecto.

Es en ese sentido queda demostrada nuestra hipótesis dado que el proyecto si es recomendable realizarlo como se ha podido demostrar con los indicadores presentados anteriormente.



CONCLUSIONES

1. Se determinó la viabilidad de la exportación del orégano a Brasil, a través de un estudio de mercado: Caso de la “Empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A” en el periodo 2021 al 2025. Luego de determinar la demanda del orégano a Brasil, que es de 328.78 TM, por lo tanto, se debe utilizar el total de la capacidad de producción, para posteriormente calcular la porción de mercado disponible caso de la empresa: Exportadora de Buen Aromático DBA S.A, durante todo el tiempo de análisis de este proyecto, se obtiene que el Perú es un país que ofrece un producto de calidad y existe un mercado no satisfecho que puede ser cubierto por la empresa.
2. Se cuantificó la oferta actual del orégano en general por parte del Perú, evidenciando un valor FOB (US\$) 6434,0000, equivalente a 2,778,266 Toneladas Métricas, dando como resultado que sí se puede satisfacer la demanda requerida de Brasil.
3. Después de haber analizado el comportamiento del mercado objetivo e identificado las necesidades existentes, así como hábitos de consumo, precios y preferencias de los consumidores con respecto al consumo de orégano en Brasil, se concluye que está conformado por una cultura interracial, donde el 40% son obesos y descendientes de europeos, ya que en el país destino tiene comida favorita la parrillada y las pizzas, donde se utiliza como ingredientes el orégano.
4. Se estableció el precio que es de \$3.00, ya que es un precio competitivo. En cuanto a calidad, cantidad y características del orégano ofrecidas por la empresa: Exportadora de Buen Aromático DBA S.A, se determinó que esta cumple con los requisitos y estándares de calidad, interpuestos por SENASA; de esta forma, podemos lograr una comercialización acorde a las exigencias del mercado.

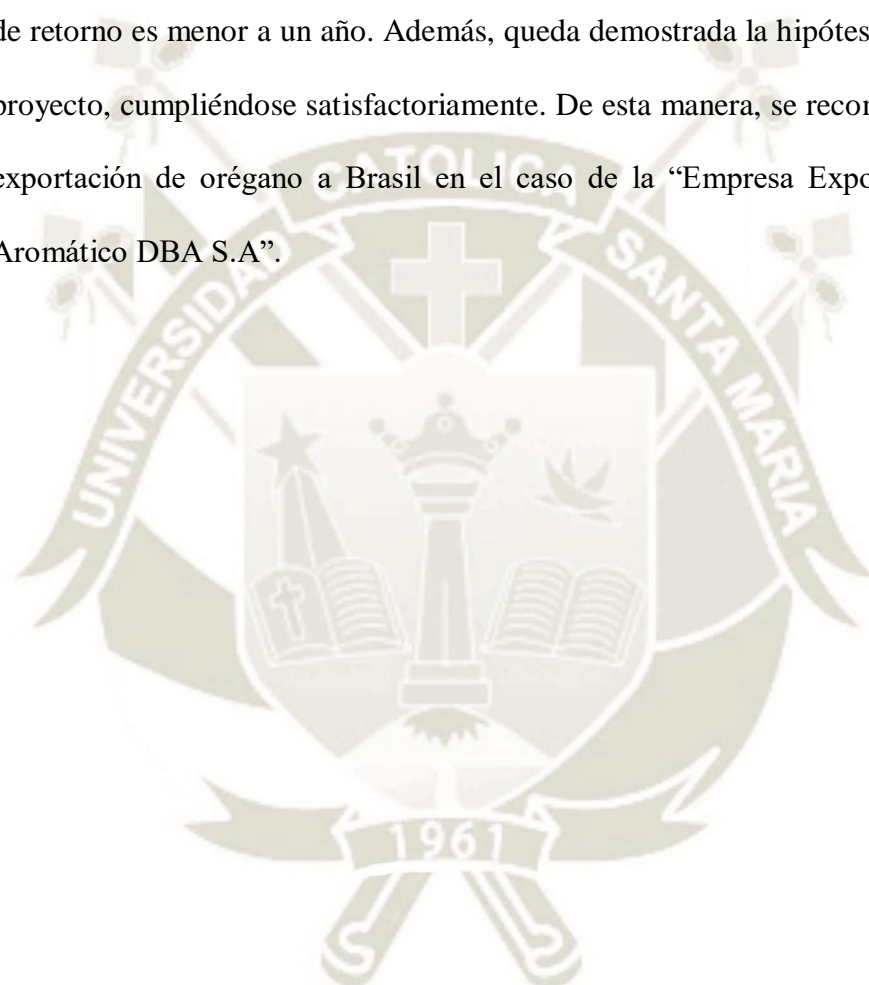
5. Se determinó los costos fijos y variables de exportación para marcar los posibles márgenes de rentabilidad del proyecto de exportación, los cuales estuvieron asociados a costos de ventas, gastos administrativos, remuneraciones y otros, hasta obtener un estado de ganancias y pérdidas, proyectado a 5 años, donde la utilidad neta fue positiva, con un valor de S/1,219,247.95 soles en el último año, cada año presenta un crecimiento significativo.
6. Se demostró la viabilidad financiera y económica del proyecto, a través de indicadores de rentabilidad para la exportación de orégano al mercado de Brasil. Obteniendo valores favorables para realizar la inversión, ya que al analizar los indicadores financieros se obtuvo un VAN positivo de un valor actual neto de S/. 466,922 soles; un TIR mayor a la tasa de descuento, y un B/C superior a uno, lo que hace que la exportación de orégano de la empresa sea viable. En este sentido, queda demostrada nuestra hipótesis dado el resultado del estudio de mercado.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda realizar el análisis de la demanda de otras hierbas aromáticas que produce la empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A, que tengan un potencial para exportación; para que, de esta manera, se pueda crear una amplia gama de productos a ofrecer a posibles clientes potenciales, ya que se observa que en el mercado internacional los productos naturales son bien pagados.
2. Después de haber realizado el estudio de la oferta, y obtener resultados positivos en la investigación, se recomienda elaborar un nuevo estudio sobre la oferta en el mercado brasilero de productos derivados del orégano, tales como cuidado personal y farmacéutica, sobre todo en el panorama actual de la COVID-19. Puesto que, hoy en día, las personas están buscando productos como medicinas naturales para el sistema inmunológico. De esta manera, se podrá generar una oferta necesaria para no solo ofrecer el producto en su forma natural, sino con valor agregado, lo cual permite incrementar la rentabilidad de la empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A.
3. Se recomienda implementar una investigación para obtener una mejora continua de calidad en el cultivo de orégano, resaltando sus propiedades naturales en la industria gastronómica, cuidado personal y farmacéutica, sobre todo en el panorama actual de la COVID-19, ya que, hoy en día, las personas están buscando productos como medicina natural para el sistema inmunológico, lo cual la empresa puede obtener producto derivados del orégano, tanto para la exportación como el consumo local, y así poder fijar un mayor creando más beneficio para la empresa.
4. Renovar las adecuaciones de la infraestructura planteada de la empresa, con el fin de poder industrializar el producto y producir derivados del mismo, tanto para la

exportación como para el consumo local y, de tal forma optimizar, costos que puedan crear mayores beneficios a la empresa.

5. Los indicadores financieros demostraron que la realización o puesta en marcha del proyecto de exportación del orégano a Brasil es viable y factible, ya que se obtuvo valores favorables para realizar la inversión, puesto que ofrece un buen B/C y la tasa de retorno es menor a un año. Además, queda demostrada la hipótesis planteada en el proyecto, cumpliéndose satisfactoriamente. De esta manera, se recomienda realizar la exportación de orégano a Brasil en el caso de la “Empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A”.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar Tórrez, M. M., Castillo Zeledón, P. C., Tórrez Castillo, V. R., & Blandón Navarro, S. L. (2018). Plan de negocios para la producción de chile, cebollas, comino y orégano deshidratados. *Revista Ciencia Y Tecnología El Higo*, 8(1), 2-9.
- Alpaca Salazar , D. A., Berrios Fernández , E. P., De Córdova López del Solar , D. J., & Ocola Sivincha , F. W. (2018). *Planeamiento estratégico para la industria arequipeña el orégano*. Tesis PUCP: [tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Obtenido de <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/11862>
- Alzamora Falcón, M. P. (2017). *Factores que inciden en las exportaciones de orégano (Origanum Vulgare) de la región Tacna hacia el mercado brasileño*. Repositorio Académico USMP: [tesis de licenciatura, Universidad San Martín de Porres]. Obtenido de <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/2853>
- Arboleda, M. (2021). *Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado*. Universidad ICESI.
- Arizio, O., & Curioni, A. (2008). *Arizio, O., & Curioni, A. (2008). Argentina: de importar a exportar orégano*. Agro Uncor.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2016). *Informe Económico y Social, Región Arequipa*. Banco Central de Reserva del Perú. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2016/arequipa/ies-arequipa-2016.pdf>
- Bazán, L. (23 de octubre de 2020). *Flujo de Caja Financiero*. Obtenido de Gestión 360: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/gestion360/2020/10/23/flujo-de-caja-financiero/>

- Benavente Velando, A. L., & Molleda Mostajo, D. A. (2018). *Plan de negocios para la implementación de una empresa exportadora de orégano seco a Sao Paulo-Brasil, Arequipa 2017*. Repositorio UCSP: [tesis de licenciatura, Universidad Católica San Pablo]. Obtenido de <http://repositorio.ucsp.edu.pe/handle/UCSP/15678>
- Buena Vida. (20 de diciembre de 2020). *Orégano: cuáles son sus beneficios, propiedades y valor nutricional*. Obtenido de Buena Vida: https://www.clarin.com/buenavida/oregano-cuales-son-sus-beneficios-propiedades-y-valornutricional_0_1VCSOHHcq.html
- Cartulín Meza, J. J. (2015). *Producción y exportación del orégano seco de Tacna al mercado brasileño 2008-2014*. [tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]: Repositorio UCV.
- CESLA. (2021). *Centro de estudios latinoamericanos*.
- Chirinos, O., McBride, E., Abarca, J., Coaquira, J., García Calderón, L., & León, D. (2009). *Exportación de orégano de Tacna al mercado de Brasil*. Serie Gerencia Global.
- da Silva, D. (4 de marzo de 2021). *Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve*. Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>
- Doing Business. (2013). *Doing Business: Facilidad para hacer negocios*. Obtenido de Doing Business: <https://datosmacro.expansion.com/negocios/doing-business>
- Fajardo, L., Girón, M., Vásquez, C., Fajardo, L., Zuñiga, X., Solis, L., & Pérez, A. (2019). Valor actual neto y tasa interna de retorno como parámetros de evaluación de las inversiones. *Revista Investigación Operacional*, 40(4), 469-474.
- Fernández, F. (2017). *Estudio de mercado/Guía para la elaboración de un estudio de mercado*. CEEI Ciudad Real.

- Foret, P. (23 de julio de 2020). *Flujo de caja: Qué es, tipos y cómo medirlo*. Obtenido de NoviCap: <https://novicap.com/blog/flujo-de-caja-que-es-y-como-medirlo/>
- Fukalova, T., Brito, B., Novoa, T., Sagñay, E., Samaniego, I., Tacán, M., & Tapia, I. (2021). Análisis comparativo de las propiedades fisicoquímicas y capacidad antioxidante de un morfotipo de orégano (*Origanum vulgare* L.) cultivado en dos localidades de la sierra ecuatoriana. *Siembra*, 8(1), 1-10.
- Gambetta Paredes, G. C. (2014). *Plan de Negocios de la empresa Spices & Seasonings Perú S.A.C, para la exportación de orégano orgánico al mercado de Estados Unidos, en el año 2013-2014*. [tesis de licenciatura, Universidad Católica Santa María]: Repositorio de Tesis UCSM. Obtenido de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/2041>
- Google Maps. (2015). *Brasil*. Obtenido de Google Maps: https://www.google.com/mymaps/viewer?mid=12fZLPX7jEPpxLLV3euU_URT74As&hl=es
- Henríquez, M. (2016). *Exportación de Orégano a Brasil*. SILO.TIPS.
- Hernández, L., Juárez, A., Martínez, J., Pérez, L., & Mares, E. (2016). Aceite esencial de orégano como potencial nutracéutico. *Investigación y desarrollo en Ciencia y Tecnología de Alimentos*, 1(2), 453-458.
- IDH. (2020). *Indice de Desarrollo Humano*. IDH.
- Instituto Brasileño de Geografía y Estadística. (2020). *Estadísticas Nacionales de Brasil*. IBGE.
- Izquierdo, C. (2011). Determinación del mercado objetivo y la demanda insatisfecha, cuando no se dispone de estadísticas. *Retos*, 1(1), 41-52.
- Kantar. (2020). *Media Trends and Predictions 2021*. Kantar.
- Klauer, D. (2009). *Manual técnico del cultivo ecológico de orégano*. Bioquipa.

- Labrunic, D., & Segundo, J. (2018). *Consejos básicos para realizar un estudio de mercado*. Universidad de Cádiz.
- Lea Mamani, S. X. (2016). *Influencia del precio en las exportaciones de orégano de Perú. Periodo 2010-2014*. Repositorio Universidad Privada de Tacna: [tesis de licenciatura, Universidad Privada de Tacna]. Obtenido de <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/123>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2019). *Análisis de Mercado (2015-2019): Orégano*. Ministerio de Agricultura y riego.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2010). *Guía práctica para exportar a Brasil*. MINCETUR.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). *Guía Práctica del exportador. ABC del Comercio Exterior*, 3, 1-17.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2019). *Marco Macroeconómico Multianual 2019-2022. El Peruano*. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Programa->
- Peiró, R. (5 de julio de 2017). *Mercado objetivo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/mercado-objetivo.html>
- Pichihua, S. (23 de diciembre de 2018). *Concytec apunta a mejorar inversión en ciencia y tecnología para el 2020*. Obtenido de Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-concytec-apunta-a-mejorar-inversion-ciencia-y-tecnologia-para-2020-779166.aspx>
- Prom Perú. (2016). *Guía de exportación del orégano a Brasil*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Redacción Gestión. (22 de octubre de 2018). *Concytec: Inversión en ciencia, tecnología e innovación apenas llega al 0.12% del PBI*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/economia/concytec-inversion-ciencia-tecnologia-e-innovacion- apenas-llega-0-12-pbi-247855-noticia/?ref=gesr>

Redacción Perú 21. (2 de febrero de 2013). *Orégano, una planta con gran potencial.*

Obtenido de Perú 21: <https://peru21.pe/opinion/oregano-planta-gran-potencial-89924-noticia/>

Reveles López, R. (2019). *Análisis de los elementos del costo.* Instituto Mexicano de Contadores Públicos A.C.

Ruiz, B. (26 de marzo de 2019). *Para qué sirve el orégano como planta medicinal.* Obtenido de Un Como: <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/salud/articulo/para-que-sirve-eloregano-como-planta-medicinal-49429.html>

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2020). *Principales Empresas Exportadoras.* Obtenido de SIICEX: http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=234.00000

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2020). *Consulta de Partidas Arancelarias .* SUNAT.

Trade Map. (2020). *Lista de productos importados por el Perú.* Obtenido de Trade Map: <https://www.trademap.org/tradestat/index.aspx?proceed=true&tradetype=I&reporte r=604&lang=es>

Turpo Zapana, K. L. (2019). *El crecimiento económico de Brasil y su relación con las exportaciones de orégano del Perú periodo 2011-2018.* [tesis de licenciatura, Universidad Privada de Tacna]: Repositorio UPT.

Universidad San Martín de Porres. (2020). *Introducción a la economía: Manual del estudiante.* Universidad San Martín de Porres.

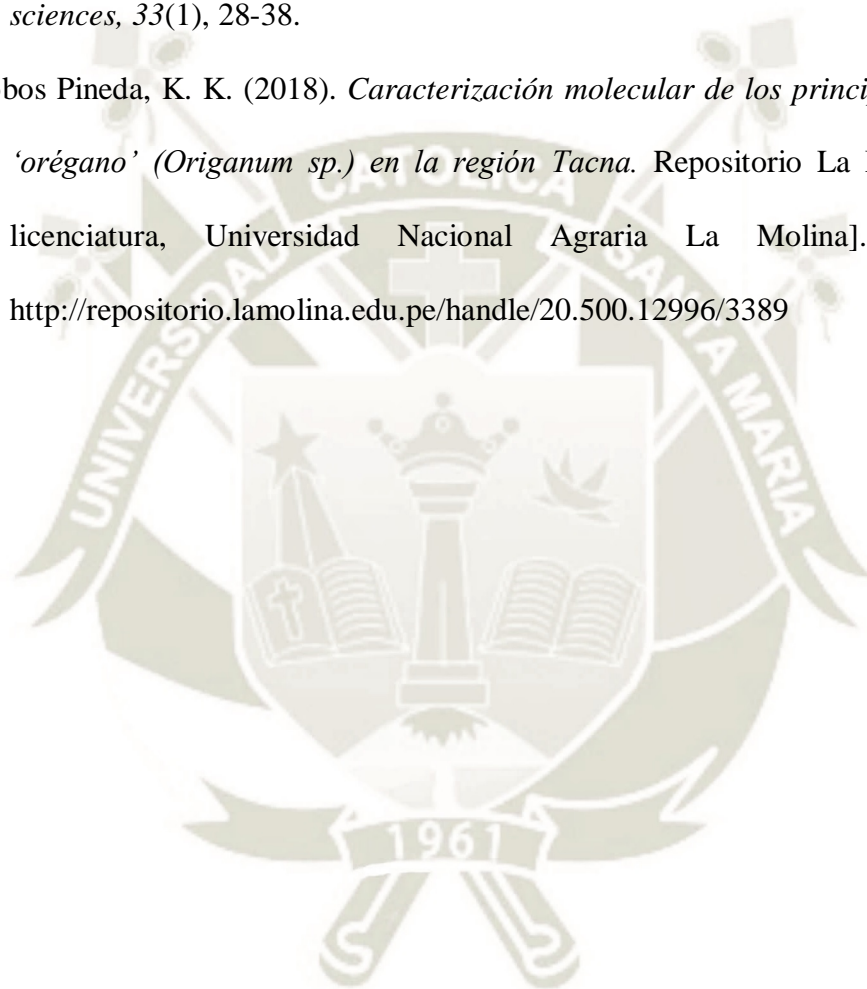
Valeriano Cárdenas, J. A., & Vásquez Ticona, R. M. (2019). *La planeación estratégica y su impacto en el entorno empresarial de las MYPES exportadores de orégano.* Repositorio UCSP: [tesis de licenciatura, Universidad Católica San Pablo]. Obtenido de

http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/16043/1/VALERIANO_CARDENA_S_JUD_MYP.pdf

Velasco, V., Bravo, P., Williams, P., Campos, J., Astudillo, R., & Melín, P. (2017).

Estabilidad durante el almacenamiento de carne de pollos alimentados con orégano seco (*Origanum vulgare* L.) en la dieta. *Chilean journal of agricultural & animal sciences*, 33(1), 28-38.

Villalobos Pineda, K. K. (2018). *Caracterización molecular de los principales ecotipos de 'orégano' (Origanum sp.) en la región Tacna*. Repositorio La Molina: [tesis de licenciatura, Universidad Nacional Agraria La Molina]. Obtenido de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/20.500.12996/3389>



ANEXOS



Anexo 1. Plan de tesis

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Facultad de Ciencias Económico Administrativas

Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



**ESTUDIO DE MERCADO DEL ORÉGANO PARA SU VIABILIDAD DE
EXPORTACIÓN A BRASIL: CASO DE LA “EMPRESA EXPORTADORA DE
BUEN AROMÁTICO DBA S.A” EN EL PERIODO 2021 AL 2025**

Tesis presentada por el Bachiller:

Apaza Cusi, Alexandra

Cruz Mayhua, Elizabeth Thalia

Para optar el Título profesional de:

**Ingeniera Comercial en la Especialidad de
Negocios Internacionales**

Asesor: Hillpa Zúñiga Manuel Edmundo

Arequipa – Perú

1. Planteamiento teórico

1.1. Problema

Estudio de mercado del orégano para su viabilidad de exportación a Brasil: Caso de la “Empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A”, en el periodo 2021 al 2025.

1.2. Descripción

A nivel internacional, el orégano se ha convertido en una de las plantas aromáticas con mayor demanda, debido principalmente a su alta calidad, característica que ha captado el interés de los consumidores alrededor del mundo. Según datos de la Cámara de Comercio de Lima, entre los destinos de exportación de orégano se encuentran países como España, Brasil, Uruguay, Chile y Estados. En este marco, Ángel Manero, representante de la Dirección de Negocios de Sierra Exportadora, destaca la acogida del mercado español respecto al orégano, aspectos que evidencia el potencial de crecimiento de este producto a pesar de la crisis económica. Cabe destacar que, apenas el 10% de la producción de orégano peruano permanece en el mercado local, por lo que el potencial en mercados externos representa una oportunidad atractiva de exportación, ya que en estos países pueden llegar a pagar, en promedio, hasta US\$4 por kilo, mientras que, en el Perú se pagan US\$2 por kilo. (Redacción Gestión, 2018)

Históricamente, Chile ha sido el mercado principal del orégano peruano, seguido de Brasil. Al respecto, diversos estudios han resaltado que la exportación de este producto peruano a Chile permite consolidar su oferta y, posteriormente, son reexportados a Brasil y Europa.

Por otro lado, la Gerencia del Agro del Gremio Exportador (ADEX) ha resaltado la importancia de que los productores de oréganos efectúen Buenas Prácticas Agrícolas y Manufactureras, desde la etapa del cultivo hasta el proceso final (embolsado), ya que factores

como el precio y calidad son destacadas por los clientes internacionales, quienes los consideran para identificar óptimos proveedores. Cabe destacar que Arequipa y Tacna son las principales zonas productoras del país al sur del país, siendo en estas donde se generan mayores oportunidades de crecimiento y empleo. Específicamente, la región de Arequipa ha exportado este producto por US\$87,700, que representa un crecimiento del 131,8%, siendo sus principales destinos de exportación España (US\$38,400), Alemania (US\$46,600) y Colombia. (ADEX, 2013)

Consecuentemente, se ha evidenciado un crecimiento considerable de áreas agrícolas para el cultivo de orégano, siendo provincias como Caylloma donde se presenta mayor producción de este producto (194 hectáreas), seguidos de Quioscos y Chiguata, con alrededor de 92 hectáreas (Klauer, 2009). En este sentido, se puede destacar la importancia que tiene el cultivo del orégano en Arequipa, así como su exportación, ya que integra una fuente de ingresos para las familias productoras que, bajo el esquema asociativo, tienen acceso a procesos de certificación orgánica del producto a comercial, especialmente del orégano orgánico, brindándole un valor agregado.

Al respecto, es de destacar que los productos orgánicos han adquirido mayor relevancia, debido a la tendencia actual de utilizar productos que potencien el sabor o aromaticen, óptima y saludablemente, los alimentos; en consecuencia, los agricultores del distrito de Chiguata, principalmente de anexos como Cachamarca, Miraflores, Cari Cari o Arenales, se dedican desde hace ocho años a la producción de especias aromáticas 100% orgánicas, destacando la producción de orégano orgánico, quienes incluso cuentan con una certificación orgánica para garantizar la calidad del producto, lo cual consiguieron mediante el asesoramiento de instituciones estatales, tales como la ONG “El Taller”.

En este sentido, y dada la coyuntura del orégano, es pertinente realizar un Estudio de mercado para la exportación directa del orégano.

Empresa Exportadora Buen Aromático DBA S.A. es una empresa arequipeña dedicada al procesamiento y la comercialización de orégano desde hace 8 años. Durante su existencia, la empresa no ha conseguido exportar su producto directamente, sino a través de terceros que obtienen el orégano de esta planta y lo comercializan a un cliente en el exterior. Esta situación motiva la pregunta de ¿por qué la empresa no comercializa el orégano directamente al mercado brasileño? A partir de esta demostración, se decidió realizar un Estudio de Mercado para demostrar la viabilidad económico-financiera del orégano para lograr la internacionalización y comercialización directa y su aplicación en esta empresa arequipeña. Para desarrollar este objetivo, en primer lugar, se analizará la demanda y oferta del orégano, determinar el mercado objetivo, analizar los costos fijos y variables, analizar el precio de exportación. Enseguida, se identificará la viabilidad económica- financiera para su exportación del orégano.

Por otro lado, a pesar de que estamos atravesando esta pandemia, la producción del sector agropecuario no se ha detenido y continúa abastecimiento al mercado internacional y nacional. En cuanto a las agro exportaciones, los compradores han confirmado los volúmenes y el traslado de productos hacia los puertos se ha concretado.

En el año 2020, el sector agropecuario registró un crecimiento de 1,28%, y alcanzó una tasa de crecimiento promedio anual, en los últimos cinco años (2016-2020), de 3,61%. Este comportamiento fue impulsado por el incremento de la producción agrícola.

Teniendo en cuenta el producto que vamos realizar el estudio de mercado, acotamos que el 2020, Perú exportó 12.884.682 kilos de orégano por un valor FOB de US\$ 23.083.270.

Estas cifras revelan un incremento notable desde los 6.886.455 kilos exportados en 2019 por US\$ 13.409.470.

Según revela el portal Agrodata Perú, el principal destino de este producto nacional en 2020 fue Brasil, donde se lograron colocaciones por US\$ 7.594.932 (33% del total de envíos). A continuación, se ubicaron Ecuador con US\$ 3.887.253, España con US\$ 2.207.454, Estados Unidos con US\$ 2.175.640, Argentina con US\$ 2.027.286, Chile con US\$ 1.710.271, Alemania con US\$ 1.116.051, Uruguay con US\$ 597.979, Italia con US\$ 459.364 y otros con montos menores que juntos sumaron US\$ 1.307.041.

1.2.1. Campo: Ingeniería Comercial

- Área: Negocios Internacionales y Economía
- Línea: Comercio Exterior

1.2.2. Tipo de problema

La presente investigación es de tipo Explicativo, este tipo de estudio busca el porqué de los hechos, estableciendo relaciones de causa – efecto. Por lo tanto, se busca explicar si es o no viable la exportación del orégano a Brasil caso de la Empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A. En efecto, se realizará un estudio de Mercado; por esta razón se consideran los siguientes puntos: Análisis de la demanda, Análisis de la oferta, Análisis Canales de distribución, Selección del mercado objetivo, Análisis de competitividad del orégano, Análisis del marketing mix, Valoración de la empresa, Flujo de caja y Valor Actual Neto (VAN).

1.2.3. Variables

a) Análisis de variables

Tabla 39

Variables de estudio

VARIABLE DEPENDIENTE:	Estudio de Mercado
VARIABLE INDEPENDIENTE	Viabilidad de exportación
ESPACIO	Arequipa - Perú Empresa Exportadora Buen Aromático DBA S.A Brasil
PERIODO DE ESTUDIO:	2021-2025

Tabla 40

Operacionalización de variables

	<i>Variable</i>		<i>Indicador</i>	<i>Unidad de Medida</i>
Variable Independiente	Estudio mercado	de	Demanda: ventas en físico y valorado por año	Nuevos soles
			Oferta	Numero de ofertantes directos
			Mercado objetivo	% participación anual
			Costos: costos fijos y variables anuales	Nuevos Soles
			Precio de exportación anual	Dólares
Variable Dependiente	Viabilidad exportación	de	Flujo de caja económico y financiero	Soles
			Valor actual neto (VAN)	Soles
			Tasa interna de retorno (TIR)	Soles

1.2.4. Interrogantes Básicas

General

¿Es viable la exportación de orégano a Brasil a través de un estudio de mercado: Caso de la “Empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A., en el periodo 2021 al 2025?”

Específica

- ¿Cuál es la demanda del orégano, para posteriormente calcular la porción de mercado disponible: Caso de la empresa: Exportadora de Buen Aromático DBA S.A, durante todo el tiempo de análisis de este proyecto?
- ¿Cuál es la oferta actual del orégano en general por parte del Perú, para identificar si se puede satisfacer la demanda requerida de Brasil?
- ¿Cómo es el comportamiento del mercado objetivo identificando las necesidades existentes, así como, hábitos de consumo, precios y preferencias de los consumidores con respecto al consumo de orégano en Brasil?
- ¿Cuál es el precio, calidad, cantidad y características del orégano ofrecidas por la empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A., para su comercialización?
- ¿Cuáles son los costos fijos y variables de exportación para marcar los posibles márgenes de rentabilidad del proyecto de exportación?
- ¿Es viable financiera y económica el proyecto, a través de indicadores de rentabilidad para la exportación de orégano al mercado de Brasil?

1.3. Justificación

La exportación de productos agrícolas con valor agregado es uno de los medios para lograr desarrollar la capacidad del sector agrícola. En este sentido, el inicio de mercados, debido a las alianzas de libre comercio firmados entre distintos países, ha consentido crecimientos considerables que no son aprovechados por los productores agrícolas que aún no exportan, como el caso del orégano, vendiendo su producción a acopiadores en donde estos últimos logran exportar la producción.

La Exportadora de Buen Aromático DBA S.A es una empresa familiar pequeña con sede en Arequipa dedicada al procesamiento y la comercialización de orégano seco desde hace 8 años. Durante su existencia, la empresa no ha logrado exportar su producto directamente, sino a través de intermediarios locales que compran el orégano de esta planta y lo venden a un cliente en el exterior. Si bien, el principal mercado para el orégano peruano ha sido Brasil y, en segundo lugar, España. (Prom Perú, 2016)

Además, se han abierto nuevos mercados para la exportación del orégano, como el mercado de Chile, Alemania, Argentina, entre otros, donde la empresa puede incursionar con mayor facilidad gracias a los tratados del TL.

Este entorno motiva la pregunta respecto a por qué el orégano peruano no ingresa directamente a los mercados europeos, ¿Por qué una empresa como Exportadora de Buen Aromático DBA S.A. no ingresa a estos mercados?

A partir de esta comprobación se decidió realizar un Estudio de Mercado para demostrar la viabilidad económico-financiera del proyecto para lograr la internacionalización de la cadena de comercialización del orégano y su aplicación en esta PYMER Arequipeña, a fin de lograr su expansión a nuevos mercados.

Con la presente investigación también se pretende analizar nuevos mercados para la exportación del orégano seco, dando a conocer los beneficios que esta genera para impulsar la exportación. Con este estudio de mercado a realizar se presentarán recomendaciones que fomenten y mejoren el crecimiento de la empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A.

1.4. Objetivos

Objetivo general

Determinar la viabilidad de la exportación del orégano a Brasil a través de un estudio de mercado: Caso de la “Empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A”, en el periodo 2021 al 2025.

Objetivos específicos

- Determinar la demanda del orégano, para posteriormente calcular la porción de mercado disponible caso de la empresa: Exportadora de Buen Aromático DBA S.A durante todo el tiempo de análisis de este proyecto.
- Cuantificar la oferta actual del orégano en general por parte del Perú, para identificar si se puede satisfacer la demanda requerida de Brasil.
- Analizar el comportamiento del mercado objetivo, identificando las necesidades existentes, así como hábitos de consumo, precios y preferencias de los consumidores con respecto al consumo de orégano en Brasil.
- Establecer el precio, calidad, cantidad y características del orégano ofrecidas por la empresa: Exportadora de Buen Aromático DBA S.A para su comercialización.
- Determinar los costos fijos y variables de exportación para marcar los posibles márgenes de rentabilidad del proyecto de exportación.
- Demostrar la viabilidad financiera y económica del proyecto, a través de indicadores de rentabilidad para la exportación de orégano al mercado de Brasil.

1.5.Marco Teórico

1.5.1. Esquema Estructural

I. CAPITULO I: Marco Teórico científico

- II. CAPITULO II: Análisis situacional de la empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A.
- III. CAPITULO III: Estudio de mercado para la exportación directa del orégano a Brasil.
- IV. CAPITULO IV: Viabilidad económica para la exportación del orégano.
- V. CAPITULO V: Resultados.

1.5.2. Bibliografía Básica

- Aguilar Tórrez, M. M., Castillo Zeledón, P. C., Tórrez Castillo, V. R., & Blandón Navarro, S. L. (2018). Plan de negocios para la producción de chile, cebollas, comino y orégano deshidratados. *Revista Ciencia Y Tecnología El Higo*, 8(1), 2-9.
- Alpaca Salazar, D. A., Berrios Fernández, E. P., De Córdova López del Solar, D. J., & Ocola Sivincha, F. W. (2018). *Planeamiento Estratégico para la Industria Arequipeña del Orégano*. [tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]: Tesis PUCP.
- Alzamora, M. (2017). *Factores que inciden en las exportaciones de orégano (Origanum vulgare) de la región Tacna hacia el mercado brasileño*. [tesis de licenciatura, Universidad San Martín de Porres].
- Arboleda, M. (2021). Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado. *Icesi Economics*, (15), 1-17.
- Arizio, O., & Curioni, A. (2008). *Arizio, O., & Curioni, A. (2008). Argentina: de importar a exportar orégano*. Agro Uncor.

Banco Central de Reserva del Perú. (2016). *Informe Económico y Social, Región Arequipa*.

Banco Central de Reserva del Perú. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Proyeccion-Institucional/Encuentros-Regionales/2016/arequipa/ies-arequipa-2016.pdf>

Bazán, L. (2020, octubre 23). *Flujo de Caja Financiero*. Obtenido de Gestión 360: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/gestion360/2020/10/23/flujo-de-caja-financiero/>

Benavente Velando, A. L., & Molleda Mostajo, D. A. (2018). *Plan de negocios para la implementación de una empresa exportadora de orégano seco a Sao Paulo-Brasil, Arequipa 2017*. [tesis de licenciatura, Universidad Católica San Pablo]: Repositorio UCSP.

Buena Vida. (2020, diciembre 20). *Orégano: cuáles son sus beneficios, propiedades y valor nutricional*. Obtenido de Buena Vida: https://www.clarin.com/buena-vida/oregano-cuales-son-sus-beneficios-propiedades-y-valornutricional_0_1VCSoHHcq.html

Cartulín Meza, J. J. (2015). *Producción y exportación del orégano seco de Tacna al mercado brasileño 2008-2014*. [tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]: Repositorio UCV.

CESLA. (2021). *Centro de estudios latinoamericanos*. Obtenido de <https://www.cesla.com/>

Chirinos, O., McBride, E., Abarca, J., Coaquira, J., García Calderón, L., & León, D. (2009). *Exportación de orégano de Tacna al mercado de Brasil*. Serie Gerencia Global.

da Silva, D. (2021, marzo 4). *Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve*. Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>

- Fajardo, L., Girón, M., Vásquez, C., Fajardo, L., Zuñiga, X., Solis, L., & Pérez, A. (2019). Valor actual neto y tasa interna de retorno como parámetros de evaluación de las inversiones. *Revista Investigación Operacional*, 40(4), 469-474.
- Fernández, F. (2017). *Estudio de mercado/Guía para la elaboración de un estudio de mercado*. CEEI Ciudad Real.
- Foret, P. (2020, julio 23). *Flujo de caja: Qué es, tipos y cómo medirlo*. Obtenido de NoviCap: <https://novicap.com/blog/flujo-de-caja-que-es-y-como-medirlo/>
- Fukalova, T., Brito, B., Novoa, T., Sagñay, E., Samaniego, I., Tacán, M., & Tapia, I. (2021). Análisis comparativo de las propiedades fisicoquímicas y capacidad antioxidante de un morfotipo de orégano (*Origanum vulgare* L.) cultivado en dos localidades de la sierra ecuatoriana. *Siembra*, 8(1), 1-10.
- Google Maps. (s.f.). *Brasil*. Recuperado el Abril 08, 2022, de <https://www.google.com/maps/place/Brazil/@-13.5350907,-79.5727315,4z/data=!4m13!1m7!3m6!1s0x9c59c7ebcc28cf:0x295a1506f2293e63!2sBrazil!3b1!8m2!3d-14.235004!4d-51.92528!3m4!1s0x9c59c7ebcc28cf:0x295a1506f2293e63!8m2!3d-14.235004!4d-51.92528>
- Henríquez, M. (2016). *Exportación de Orégano a Brasil*. SILO.TIPS.
- Hernández, L., Juárez, A., Martínez, J., Pérez, L., & Mares, E. (2016). Aceite esencial de orégano como potencial nutracéutico. *Investigación y desarrollo en Ciencia y Tecnología de Alimentos*, 1(2), 453-458.
- IDH. (2020). *Indice de Desarrollo Humano*. IDH.

- Instituto Brasileño de Geografía y Estadística. (2020). *Estadísticas Nacionales de Brasil*.
IBGE.
- Izquierdo, C. (2011). Determinación del mercado objetivo y la demanda insatisfecha, cuando no se dispone de estadísticas. *Retos*, 1(1), 41-52.
- Kantar (2020). *Media Trends and Predictions 2021*. Kantar Noviembre 2020.
- Klauer, D. (2009). *Manual técnico del cultivo ecológico de orégano*. Bioquipa.
- Labrunic, D., & Segundo, J. (2018). *Consejos básicos para realizar un estudio de mercado*.
Universidad de Cádiz.
- Mamani , L. (2015). *Factores determinantes de las exportaciones de orégano (Origanum Vulgare L.) en la Región de Tacna hacia Brasil periodo 1993 – 2013*. [tesis de licenciatura, Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann]: Repositorio UNJBG.
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2019). *Análisis de Mercado (2015-2019): Orégano*.
Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1471800/An%C3%A1lisis%20de%20Mercado%20-%20Or%C3%A9gano%202015%20-%202019.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2010). *Guía práctica para exportar a Brasil*.
MINCETUR.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2016). Guía Práctica del exportador. *ABC del Comercio Exterior*, 3, 1-17.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2019). Marco Macroeconómico Multianual 2019-2022.
El Peruano. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Programa->
- Peiró, R. (2017, julio 5). *Mercado objetivo*. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/mercado-objetivo.html>

- Pichihua, S. (2018, diciembre 23). *Concytec apunta a mejorar inversión en ciencia y tecnología para el 2020*. Obtenido de Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-concytec-apunta-a-mejorar-inversion-ciencia-y-tecnologia-para-2020-779166.aspx>
- Prom Perú. (2016). *Guía de exportación del orégano a Brasil*. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Redacción Gestión. (2018, octubre 10). *Concytec: Inversión en ciencia, tecnología e innovación apenas llega al 0.12% del PBI*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/concytec-inversion-ciencia-tecnologia-e-innovacion- apenas-llega-0-12-pbi-247855-noticia/?ref=gesr>
- Redacción Perú 21. (2013, febrero 2). *Orégano, una planta con gran potencial*. Obtenido de Perú 21: <https://peru21.pe/opinion/oregano-planta-gran-potencial-89924-noticia/>
- Reveles, R. (2019). *Análisis de los elementos del costo*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Ruiz, B. (2019, marzo 26). *Para qué sirve el orégano como planta medicinal*. Obtenido de Un Como: <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/salud/articulo/para-que-sirve-eloregano-como-planta-medicinal-49429.html>
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2020). *Principales Empresas Exportadoras*. Obtenido de SIICEX: http://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=234.00000
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2020). *Consulta de Partidas Arancelarias*. SUNAT.

Turpo Zapana, K. L. (2019). *El crecimiento económico de Brasil y su relación con las exportaciones de orégano del Perú periodo 2011-2018*. [tesis de licenciatura, Universidad Privada de Tacna]: Repositorio UPT.

Universidad San Martín de Porres. (2020). *Introducción a la economía: Manual del estudiante*. Universidad San Martín de Porres.

Valeriano Cárdenas, J. A., & Vásquez Ticona, R. M. (2019). *La planeación estratégica y su impacto en el entorno empresarial de las MYPES exportadores de orégano-provincia Tacna, región Tacna año 2017*. [tesis de licenciatura, Universidad Católica San Pablo]: Repositorio UCSP.

Velasco, V., Bravo, P., Williams, P., Campos, J., Astudillo, R., & Melín, P. (2017). Estabilidad durante el almacenamiento de carne de pollos alimentados con orégano seco (*Origanum vulgare* L.) en la dieta. *Chilean journal of agricultural & animal sciences*, 33(1), 28-38.

Villalobos Pineda, K. K. (2018). *Caracterización molecular de los principales ecotipos de 'orégano' (Origanum sp.) en la región Tacna*. [tesis de licenciatura, Universidad Nacional Agraria La Molina].

1.5.3. Antecedentes

- La investigación, **FACTORES QUE INCIDEN EN LAS EXPORTACIONES DE OREGANO (*Origanum vulgare*) DE LA REGIÓN TACNA HACIA EL MERCADO BRASILEÑO**, de Alzamora (2017) se orientó a establecer los factores principales que inciden en este proceso. Esta investigación fue tipo aplicada y enfoque cualitativo, y la muestra se conformó de empresas exportadores de orégano de la ciudad

de Tacna. Se encontró que factores como procesos de producción, variedad del producto, deficiencias en calidad y sistema de comercialización inciden en la oferta competitiva de exportación del orégano. En base a ello, se concluyó que las empresas de análisis cumplen con las cantidades demandadas por sus clientes de exportación; no obstante, la cadena de producción se limita por factores como condiciones de cosecha y sistemas de riego, falta de inversión en tecnología e infraestructura, débil cooperación, falta de control de calidad, entre otros, los cuales inciden en el proceso de exportación del orégano y, por ende, su competitividad.

- La investigación titulada **“FACTORES DETERMINANTES DE LAS EXPORTACIONES DE ORÉGANO (ORIGANUM VULGARE L.) EN LA REGIÓN DE TACNA HACIA BRASIL PERIODO 1993-2013”**, por el autor Mamani Llaca, Wilder Luis, estableció como objetivo determinar la relación existente entre la influencia de precios y las exportaciones de orégano peruano. La investigación fue de tipo descriptivo y enfoque mixto, y se utilizó la encuesta como instrumento de recolección de datos. En cuanto a los resultados obtenidos, se evidenció que Brasil es el destino principal de exportación del orégano peruano, ya que durante el 2010 se exportó el 45.89% de este producto al mercado brasileño, en el 2011, el 47.2%, en el 2012, un 41.83%, en el 2013, un 43.8% y, finalmente, en el 2014, se exportó un 43.3%. A partir de los datos obtenido, se concluyó que los precios no inciden en el incremento de exportación del orégano peruano al mercado brasileño; sin embargo, factores como inversión en certificación de calidad y estrategias de marketing impulsan la competitividad empresarial respecto a la exportación de orégano peruano.
- **PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO PARA LA INDUSTRIA AREQUIPEÑA DEL ORÉGANO**, por los autores: David Alejandro Alpaca Salazar; Erick Percy

Berrios Fernández; Dante Jesuine De Córdova López del Solar y Fairlie Wildon Ocola Sivincha, plantearon como objetivo diseñar un plan estratégico a fin de desarrollar la cadena productiva de orégano en la región de Arequipa, y que esta se convierta en el primer productor del Perú y principal exportador. Este plan se diseñó considerando los lineamientos establecidos, así como el análisis interno y externo del mercado de exportación del orégano. Se evidenció que, a nivel interno, se evidencian fortalezas del sector frente a sus competidores, debido a la variedad de climas del Perú que potencian la producción continua de esta especia. Además, se observó una proyección positiva respecto al crecimiento del precio del orégano en el mercado internacional, debido a la tendencia actual de los consumidores, lo que resulta atractivo para los productores de orégano. Finalmente, se destacó la importancia de las buenas relaciones entre los socios de la cadena productiva y la optimización del proceso de producción (costo y procesos), ya que ambos inciden en la rentabilidad y competitividad del sector.

- La investigación, **“CARACTERIZACIÓN MOLECULAR DE LOS PRINCIPALES ECOTIPOS DE “OREGANO” (Origanum sp.) EN LA REGIÓN TACNA”**, por la autora: Karla Katherine Villalobos Pineda, tuvo como propósito analizar la diversidad genética de los ecotipos principales de orégano cultivados en Tacna. Metodológicamente, en primer lugar, se extrajo el ADN y realizó la cuantificación y calidad de cada muestra. Se evidenciaron diferencias significativas respecto al nivel genético de los ecotipos analizados, los cuales presentaron un coeficiente de asociación de 80% al 95%, es decir, existe una alta correlación entre el nivel genético y molecular. Asimismo, se estableció que la diversidad genética del orégano producido en Tacna es baja, debido a su sistema de reproducción asexual; finalmente, se observó que existe una alta homogeneidad genética de los oréganos

cultivados en la región de Tacna, los cuales, por factores medioambientales, presentan variaciones fenotípicas.

- **ESTUDIO PARA EXPORTACIÓN DE ORÉGANO FRESCO DE HONDURAS A MIAMI, ESTADOS UNIDOS**, por los autores Santos Z., Emiliano, Gallo, Ernesto y Molina, Moisés. Esta investigación estableció como objetivo general “elaborar un estudio de exportación de orégano de Honduras para el mercado de Miami, EE. UU, detallando los requisitos importantes para la exportación de orégano” (p. 11). Metodológicamente, se realizó un estudio de marco, estudio técnico y estudio legal. Se evidenció que, a nivel internacional, existe una creciente demanda de hierbas aromáticas, especialmente del orégano, lo que ha incrementado su consumo en países europeos como Alemania, España, Francia e Italia, así como EE. UU, y Japón, por lo que es posible impulsar la exportación del orégano hondureño hacia estos mercados. Al realizar el estudio financiero, se obtuvo un VAN de 58,709 sin financiamiento, con una vida útil de cinco años; mientras que, respecto al TIR, se obtuvo un porcentaje de 170,77%, obteniendo una relación beneficio/costo de 7.09.
- **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA EXPORTADORA DE ORÉGANO SECO A SAO PAULO-BRASIL, AREQUIPA 2017**, realizada por: Benavente Velando, Andrea Lucia y Molleda Mostajo, Daniela Andrea, se enfocaron a diseñar un plan de negocios para impulsar la exportación de orégano de Arequipa. Se encontró que la inexistencia de aranceles para exportar orégano peruano es una característica que brinda rentabilidad a este negocio; además, se destacó que Tacna genera alrededor del 54% de orégano a nacional, seguido de la región de Arequipa. Se destacó que el diseño de un plan de negocios resulta viable para

evaluar la existencia de demanda insatisfecha y resolver esta problemática, orientando a las empresas hacia la captación y fidelización de clientes de exportación de orégano.

- La investigación titulada, **LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE ORÉGANO SECO EN LA REGIÓN TACNA**, por los autores: Domínguez Zevallos, Alexis de Jesús y Gutiérrez Rivera, José Antonio, se enfocó en “determinar la relación de un modelo de competitividad en el desarrollo económico de empresas exportadoras de orégano seco en la región Tacna” (p. 19), con la finalidad de fomentar e incentivar un modelo competitivo que permita generar mayores ingresos a las empresas de análisis. La tesis fue de tipo descriptivo y diseño no experimental, y se tomó como muestra 16 empresas dedicadas a la exportación de orégano, a quienes se les aplicó un cuestionario para resolver la problemática de estudio. Se estableció que el modelo de competitividad se relaciona, significativa y positivamente, con el desarrollo económico de la empresa de análisis, debido a la relación entre las estrategias competitivas, gestión de competitividad y optimización de competitividad. Asimismo, se determinó que las estrategias competitivas se relacionan directamente con el desarrollo económico de las empresas exportadoras de orégano, por lo que es necesario emplear estrategias que diferencien sus productos de la competencia.
- **LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y SU IMPACTO EN EL ENTORNO EMPRESARIAL DE LAS MYPES EXPORTADORES DE ORÉGANO-PROVINCIA TACNA, REGIÓN TACNA AÑO 2017**, por los autores: Valeriano Cárdenas, Judith Alicia y Vásquez Ticona, Rayza Muruxia , que tuvo como objetivo “evaluar la planificación estratégica y su impacto en el entorno empresarial de las MYPES exportadoras de orégano-Provincia de Tacna, Región Tacna año 2017”. Este

estudio fue de tipo descriptivo-explicativa, enfoque cuantitativo, de corte transversal y diseño no experimental. La muestra de estudio fue la MYPE Sabor Peruano de Exportación S.A.C., dedicada a la exportación de orégano de la ciudad de Tacna. Se evidenció que el 85.7% de las empresas de análisis no tienen una planificación estratégica; sin embargo, luego de su elaboración, el 92.9% de los empresarios se mostraron incentivados a aplicarlo, a fin de garantizar su éxito a corto y largo plazo. Por ello, se concluyó que la realización de planes estratégicos tiene un impacto positivo en las empresas dedicadas a la exportación de orégano, ya que permite evaluar los factores, internos y externos, que repercuten de manera directa e indirecta, contribuyendo en la participación y posicionamiento de la empresa.

- **PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN DEL ORÉGANO SECO DE TACNA AL MERCADO BRASILEÑO 2008 – 2014**, por el autor: Cartulin Meza, Junior Jhonatan, que estableció como objetivo “determinar cómo se relaciona los recursos financieros de producción con la exportación de orégano seco al mercado brasileño 2008-2014” (p. 4). Esta investigación fue de tipo descriptivo, enfoque cuantitativo y diseño no experimental. El estudio presentó alternativas de solución para optimizar la rentabilidad de los productores tacneños de orégano seco, para lo cual es necesario invertir en infraestructura, tecnología y mano de obra.
- **EXPORTACIÓN DE ORÉGANO DE TACNA AL MERCADO DE BRASIL**, realizada por los autores: Octavio Chirinos, Eduardo Mc Bride, Jorge Abarca, Jhonny Coaquira, Luis García Calderón y Dany León, se orientó a identificar las decisiones estratégicas que permiten la internacionalización de empresas dedicadas a la exportación de orégano seco, a fin de incrementar sus índices de rentabilidad. Para ello, se utilizaron fuentes primarias como secundarias, tales como entrevistas y revisión de

informes generales, respectivamente, a fin de conocer las dificultades existentes para el ingreso directo al mercado de Brasil. Se demostró que el desconocimiento respecto a costos y organización repercute negativamente en la elaboración de un plan estratégico que optimice la cadena productiva. Además, se evidenció que Brasil es uno de los destinos que ofrece mejores condiciones para la internacionalización del orégano seco producido en Perú, específicamente en la ciudad de Tacna; sin embargo, para que esto sea viable, es necesario proponer un plan de integración y exportación directa del producto, a fin de evitar intermediarios que dificulten el proceso.

1.5.4. Definición de términos básicos

- **Orégano** (*Origanum Vulgare*): planta aromática con propiedades medicinales (carminativas, digestivas, expectorantes, antioxidantes). En esencia, el orégano resalta por ser una especia que complementa el aroma y sabor de los alimentos.
- **Capital:** factor de balance que integra los aportes realizados por diversos socios, pertenecientes a una sociedad, a fin de generar rentabilidad. En cuentas nacionales, el capital se conceptualiza como los activos producidos, y que se usan de manera continuada y repetida en los procesos de producción por periodos mayores a un año.
- **Demanda externa:** demanda generada por agentes económicos externos respecto a bienes o servicios producidos en otro país, es decir, la demanda externa se concibe como aquella que conlleva a las exportaciones de un país.
- **Liquidez:** obligaciones monetarias o pasivos financieros que tienen las instituciones con el sector privado, la cual puede constituirse por la moneda nacional o extranjera.
- **Oferta agregada:** oferta representada al sumar el producto bruto interno y las importaciones, por lo que se entiende que la oferta agregada es el total de bienes y servicios ofrecidos en el mercado durante un periodo establecido

- **Mercado meta:** para conocer este factor es indispensable evaluar, previamente, el comportamiento de los consumidores, ya que esto permite establecer las campañas de marketing convenientes para posicionar un determinado producto en el mercado. (Pérez y Merino, 2011)
- **Competitividad:** capacidad de la industria para optimizar e innovar sus procesos, a fin de generar ventajas respecto a sus semejantes en el mercado globalizado. (Michael, 1990)
- **Marketing Mix:** análisis estratégico enfocado en conocer la situación o aspectos internos de una organizacional, a fin de desarrollar estrategias que permitan posicionar la empresa. Para ello se evalúa el producto a comercializar (características funcionales y técnicas, funciones, utilidad, diversidad de modelos, entre otros), con el objetivo de que el consumidor conozca el producto a la venta y concrete una compra. A partir de lo indicado, se puede establecer que el estudio de mercado es, en esencia, el punto de inicio del marketing mix. (McCarthy, 1960)
- **Distribución:** variable de marketing que posibilita que el sistema de producción se conecte, adecuadamente, con el de consumo; es decir, la misión de la distribución es que el producto este a disposición del consumidor en el momento y lugar adecuadas, y que este tenga la cantidad demandada por el cliente. El cumplimiento de lo indicado justifica la existencia del sistema de distribución comercial entre la empresa productora y el consumidor (producción-consumo).
- **Cadena productiva:** conjunto de agentes económicos que se interrelacionan en el mercado para alcanzar al consumidor meta. Entonces, la cadena productiva conlleva la localización de empresas, operaciones, capacidad de negociaciones, dimensiones,

relaciones de producción, dimensiones, tecnológica, entre otras acciones que posibiliten la meta final: el consumidor. (Malassis, 1992)

- **Rendimiento:** generalmente, este término se relaciona con el interés o beneficio obtenido a partir de una inversión, valor que se expresa en términos porcentajes, considerando una tasa anual. Por otro lado, el rendimiento se concibe como la cantidad de outputs obtenidos en un tiempo establecido, por lo que también se relaciona a la productividad.
- **Exportación:** venta de un producto o servicio al exterior del país, efectuada por una empresa residente, conllevando a una transferencia (efectiva o imputada) de la propiedad de los mismos.
- **Acopiador:** agente encargado de reunir, juntar o acumular, los productos a comercializar.
- **Exportaciones tradicionales:** productos de exportación que, a nivel histórico, han constituido la mayor parte del valor de las exportaciones nacionales. Generalmente, estas tienen un valor agregado respecto a los productos de exportación no tradicionales. Estos productos se definen en la lista de exportaciones tradicionales señalados en el Decreto Supremo 076-92-EF, así como el gas natural.
- **Precio:** valoración de un bien o servicio en unidades monetarias o algún tipo de cambio, el cual se fija de manera libre en el marco, según la oferta y demanda o por las autoridades (precio controlado).
- **Precio mayorista:** precio establecido por un canal de comercialización mayorista, el cual incluye el precio del productor y los costos de la actividad comercial.

- **Precio al por menor:** precio al que se vende determinado producto o servicio al consumidor final.
- **Precio al productor:** valor de mercado de los productos en la salida de las unidades de explotación. Este precio es equivalente a los insumos primarios, intermedios e impuestos indirectos netos de subsidios.
- **Valor Actual Neto (VAN):** criterio de inversión que hace referencia a la actualización de cobros y pagos de una inversión, a fin de conocer las ganancias o pérdidas de dicha inversión.
- **Mercado común:** área económica que se conforma por un conjunto de naciones donde, además de la unión aduanera, se eliminan las restricciones a los movimientos de factores de producción. Esto conlleva a la libre circulación de bienes, capital, servicios y trabajo, implicando el levantamiento de barreras arancelarias y eliminación de controles aduaneros internos, además de eliminar las restricciones de los movimientos ciudadanos.
- **Comercio exterior:** conjunto de ordenamientos jurídicos, nacionales e internacionales, orientados a regular las relaciones entre los órganos estatales con los particulares, requeridas en esta materia. (Martínez, 2004)
- **Crecimiento económico:** aumento sostenido del producto a nivel económico, este indicador se mide mediante el Producto Bruto Interno (PBI) en un periodo real de años o décadas. (Larraín y Sach, 2004)

1.6. Hipótesis

Si se realiza un Estudio de Mercado del orégano, es probable que se pueda determinar su viabilidad para exportar a Brasil, a través de un estudio de mercado caso: “Empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A” en el periodo 2021 al 2025.

2. Planteamiento operacional

2.1. Técnicas e instrumentos

Técnicas

- **Se hará uso de la técnica de Entrevista (no estructurada)**, puesto que la entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que, además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo. Los resultados a lograr en la misión dependen, en gran medida, del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma. En este caso, la entrevista se aplicará a los dueños de la Empresa Exportadora de Buen Aromático DBA S.A.
- **Se hará uso de información primaria y secundaria.** Primaria: para la verificación y comportamiento de la variable independiente, que es el estudio técnico productivo. Secundaria: de documentos o investigaciones relacionadas con el tema de estudio.
- **Análisis de documentos**, con esta técnica se logrará analizar material impreso, y se utilizará en la elaboración del marco teórico del estudio. Para la investigación de calidad, se utilizará, simultáneamente, la técnica antes mencionada, con el propósito de contractar y complementar los datos de dicho estudio.

Instrumentos y materiales de verificación

- El instrumento a utilizar será una grabadora de voz y cámara de video.

- Cuadros estadísticos entre los indicadores y sus variaciones anuales, por elaboración propia.
- Tablas comparativas entre las variables.
- Uso de gráficos en barras.
- Archivos
- Fotografías

2.2. Estructuras de los Instrumentos

- El instrumento a utilizar será una grabadora de voz y una cámara de video, que servirán para recoger la información de la variable independiente.
- Posteriormente, los datos u observaciones de las variables se recogerán y registrarán en archivos de Excel, principalmente para la variable dependiente.
- Cuadros estadísticos entre los indicadores y sus variaciones anuales, por elaboración propia.
- Tablas comparativas entre las variables, por elaboración propia.
- Uso de gráficos en barras o circulares para analizar la proporción de los distintos indicadores de bancarización.
- Análisis de documentos de la empresa para la interpretación de indicadores.

2.3. Campo de Verificación

2.3.1. Ámbito

El ámbito geográfico es la ciudad de Arequipa – Perú.

2.3.2. Temporalidad

El periodo de investigación es desde el año 2021- 2025.

2.3.3. Unidades de Estudio

Puesto que se estudiará un caso en particular, la única unidad de estudio será la empresa Exportadora de buen Aromático DBA S.A.

2.4. Estrategia de recolección de Datos

Primero, se extraerá la información secundaria de investigaciones, publicaciones y libros relacionados con las variables de investigación: Análisis de Estudio de Mercado y exportación directa de orégano; también se recolectará información secundaria de la empresa (Capacidad productiva).

Segundo, se ingresará a páginas internacionales y nacionales como PROMPERU, SUNAT, SIICEX, TRADEMAP, MINAGRI, SENASA, OMC, MINCETUR, ADEX DATA TRADE, BRASIL TRADE NET, entre otras para poder extraer información primaria, un ejemplo de esto es el ranking de países exportadores e importadores, ranking de principales empresas exportadoras, monto de aranceles, tratados de libre comercio, requisitos de sanidad para la exportación, entre otros.

Tercero, se seleccionará y ordenará la información extraída para después organizarla en tablas de Excel y luego poder procesarla.

Cuarto, se procederá con el trabajo de campo, en este caso se realizará la entrevista a los propietarios de la empresa, sobre indicadores como costos e inversiones incrementales que se necesitarán, y su capacidad productiva.

Quinto, luego de obtener la información procesada se realizará el análisis para la conclusión de resultados y demostración de la hipótesis.

2.5. Recursos necesarios

2.5.1. Humanos

La investigación la realizarán dos investigadores.

2.5.2. Materiales

Para el presente trabajo de investigación, se requirieron los siguientes materiales:

- Laptops
- Impresora
- Internet
- Libros físicos y virtuales
- Material de escritorio: lapiceros, hojas
- *Papers* virtuales

2.5.3. Financieros

Se estima un presupuesto de costos de S/ 3043.50 soles para realizar la investigación, que será financiada por el investigador.

Tabla 41.

Información financiera de la empresa

Ingresos		Egresos				
Descripción	Total	Descripción	Unidad	Unidades requeridas	Costo Unitario	Total
Financiamiento del investigador	S/. 3043.50	Horas hombre investigador	Nuevos soleshora	200	S/ 7.00	S/ 1,400.00
		Materiales bibliográficos	Hojas	300	S/ 0.10	S/ 30.00
		Fotocopiadoras	Hojas	200	S/ 0.10	S/ 20.00
		Materiales escritorio	Lapiceros, hojas entre otros.	20	S/ 3.50	S/ 70.00
		Materiales impresiones	e hojas	650	S/ 0.15	S/ 97.50
		CD'S	piezas	5	S/ 3.00	S/ 15.00
		Servicio encuadernado	e anillado	3	S/ 7.00	S/ 21.00

		Servicio de impresión de tesis		hojas		1700	S/ 0.15	S/ 255.00
		Servicio de movilidad de investigación		horas		10	S/ 10.00	S/ 100.00
		Servicio de						
		empastado de tesis		empaste		5	S/ 22.00	S/ 110.00
				Meses de				
		Servicio de internet		servicio		4	S/ 70.00	S/ 280.00
		Suscripción	En bibliotecas					
		Virtuales		mensual		3	S/ 15.00	S/ 45.00
		Otros						S/ 600.00
TOTAL INGRESOS	304.50	TOTAL EGRESOS						S/ 3,043.50

2.6. Cronograma

Tabla 42.

Cronograma de actividades

TIEMPO	Mayo		Junio				Julio				Agosto			
	3	20	17	20	24	27	01	05	12	19	21	28	03	07
ACTIVIDADES														
Ajuste del plan de tesis	X													
Recolección de información secundaria V. Independiente		X	X											
Recolección de información secundaria V. Dependiente			X	X	X									
Elaborar Marco Teórico					X	X								
Procesamiento de datos							X							
Relación de los indicadores con las variable I.							X	X						
Relación de los indicadores con las variable D.								X	X					
Describir los resultados									X					

Analizar los resultados									X	X				
Redactar el informe final										X	X	X		
Revisión del informe final por parte del asesor												X	X	
Entregar el informe final													X	X

