



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

La experiencia competitiva en la exportación de maca en empresas  
del sector hacia los Estados Unidos entre los años 2015 al 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Negocios Internacionales

**AUTOR:**

Ramos Urbano, Jhosep Vladimir (ORCID: 0000-0002-6557-0122)

**ASESOR:**

Mg. Espinoza Casco, Roque Juan (ORCID: 0000-0002-1637-9815)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

**LIMA – PERÚ**

**2019**

### **Dedicatoria**

Mi trabajo de investigación está dedicado a mis amados padres y hermanos por el amor y apoyo mostrado a mi persona

A mis abuelos por siempre estar a mi lado dándome ánimos para seguir progresando y lograr ser un buen profesional, a los docentes por coadyuvar con mi formación esforzándose en brindarme todos sus conocimientos y a mis amigos que son grandiosas personas.

### **Agradecimiento**

Agradecer a Dios por sobre todas las cosas, por otorgarme vida, bienestar, vigor para caminar hacia delante y por poner en mi camino grandes personas que me ayudaron a formarme y crecer.

A mis amados padres, hermanos, familia que me impulsan para seguir adelante y lograr ser un gran profesional. A mi asesor Mg. Roque Espinoza por compartir su conocimiento, paciencia y ser el soporte para el progreso de esta investigación.

## **Declaratoria de autenticidad**

Yo, Jhosep Vladimir Ramos Urbano, con DNI N° 72352270 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veras y autentica.

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

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

Lima, 13 de diciembre del 2019

  
FIRMA  
RAMOS URBANO, Jhosep Vladimir  
D.N.I: 72352270

## Índice

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Página del Jurado .....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Índice .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	9
II. MÉTODO .....	30
2.1 Tipo y diseño de investigación .....	30
2.2 Escenario de estudio .....	30
2.3 Participantes .....	31
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	31
2.5 Procedimiento .....	31
2.6 Método de análisis de información .....	32
2.7 Aspectos éticos .....	32
III. RESULTADOS .....	33
3.1 Segmento 1: Gerentes de empresas exportadoras de maca .....	33
3.2 Segmento 2: Encargados de empresas productoras de maca .....	36
3.3 Segmento 3: Representantes de organismos públicos .....	38
IV. DISCUSIÓN .....	41
V. CONCLUSIONES .....	44
VI. RECOMENDACIONES .....	46
REFERENCIAS .....	47
ANEXOS .....	50

## RESUMEN

El objetivo de la presente investigación es analizar la competitividad en la exportación de la maca peruana a los Estados Unidos entre los años 2015 al 2019, con la finalidad de valorar si las exportaciones de maca fueron favorables para el Perú.

La presente investigación se trabajó bajo un enfoque cualitativo descriptiva-explicativa basada en la teoría fundamentada, esto debido a que se quiere conocer la competitividad y exportación de maca peruana, por lo tanto, se utiliza el segmento como una muestra representativa para analizar los puntos de vista y experiencias de representantes y encargados de los distintos segmentos en la exportación y producción de maca. La fuente primaria que se utilizará para este proyecto son las entrevistas a profundidad que realizaremos a empresas y representantes de exportación y producción de maca. Por otro lado, las fuentes secundarias es el análisis de datos documentales y fuentes digitales disponibles en páginas web como: Sunat, Siicex, Trade map, entre otros.

Luego de realizar la entrevista a distintos gerentes de exportación y funcionarios de las entidades públicas, se concluye que la exportación de maca representa el 10.5% de las exportaciones totales de productos agrícolas. Así mismo, el Perú es el tercer país exportador de maca a nivel mundial, esto debido a que los consumidores prefieren la maca peruana producida en las regiones Junín y Pasco.

El principal mercado para la exportación de maca peruana es el mercado estadounidense sin a otros países. Resaltar que, las presentaciones para la exportación varía en base a la solicitud del cliente, muchas veces requieren más la maca en polvo ya que esta pasa por un proceso de re procesamiento para luego ser vendido a otros países.

Para identificar los principales países importadores de maca peruana durante los últimos cinco años (Ver Anexo 6). Así mismo, para identificar los principales países exportadores durante los últimos cinco años (Ver anexo 7).

**Palabras claves:** Competitividad, exportación, asociatividad.

## **ABSTRACT**

The objective of this research is to analyze the competitiveness of Peruvian maca exports to the United States between 2015 and 2019, in order to assess whether maca exports were favorable for Peru.

The present investigation was worked under a qualitative descriptive-explanatory approach based on the grounded theory, this because we want to know the competitiveness and export of Peruvian maca, therefore, the segment is used as a representative sample to analyze the points of view and experiences of representatives and managers of the different segments in the export and production of maca. The primary source that will be used for this project is the in-depth interviews that we will conduct with companies and representatives of export and production of maca. On the other hand, secondary sources are the analysis of documentary data and digital sources available on websites such as: Sunat, Siicex, Trade map, among others.

After conducting the interview with different export managers and officials of public entities, it is concluded that maca exports represent 10.5% of total exports of agricultural products. Likewise, Peru is the third country that exports maca worldwide, this is because consumers prefer Peruvian maca produced in the Junín and Pasco regions.

The main export market for Peruvian maca is the US market without other countries. Highlight that, the presentations for export vary based on the client's request, many times require more maca powder since it goes through a process of re-processing and then be sold to other countries.

To identify the main importing countries of Peruvian maca during the last five years (See Annex 6). Likewise, to identify the main exporting countries during the last five years (See annex 7).

**Keywords:** Competitiveness, export, associativity.

## I. INTRODUCCIÓN

Considerando la **realidad problemática** durante estos últimos periodos la producción y exportación de maca peruana viene registrando un déficit de crecimiento, esto debido a que dicho alimento de los andes natural del Perú ahora es sembrado en China. De acuerdo al diario la república en las acusaciones del 2014, las empresas chinas adquieren el producto genético de la raíz mediante el mercado informal se lo llevan para producirla y luego venderla al mercado exterior, es decir adquisición genética ilegal, a partir de ello los números de producción vienen a la baja. De acuerdo a la Aduana, la comercialización de maca cayó a 42,83% dentro del 2014 y el 2015, puesto que pasó de US\$34,25 millones a US\$19,08 millones.

Así mismo, los números del Minagri detallan que el cultivo y producción de este mismo se redujo de 57,970 t a 55.466, la cual significa una reducción de 4,3% y la efectividad en el país asiático es totalmente opuesto ya que mediante un documental de HBO se revelo que entre el 2014 y 2015, el valor de la maca creció en 1,000% y el precio se incrementó entre 5 y 10 veces más sobre el precio habitual.

La maca es una planta pequeña y achatada de la familia de las crucíferas y las condiciones ecológicas que requiere para ser cultivadas es en nuestra sierra central a una altura desde los 3600 hasta los 4500 msnm teniendo a Pasco y Junín como las principales regiones productoras. Los problemas que dificultan el cultivo de la maca y se puede perder gran parte de la cosecha son:

El manejo técnico, ya que se necesita un suelo franco arenoso con gran contenido de materia orgánica, de excelente drenaje que le permita tolerar las heladas.

Siembra, debe variar en base a las condiciones de humedad de la lluvia en cada zona, las fechas donde se siembran es desde agosto a noviembre para aprovechar las lluvias.

Deshije, se debe realizar cuando las plantas tienen de 4 a 6 hojas con una distancia de 10 cm entre plantas para obtener macas más grandes.

Fertilización, el suelo se debe fertilizar con guano seco de animales y guano isla ya que es un cultivo que extrae muchos nutrientes del suelo.

Plagas y enfermedades, si bien es cierto el cultivo resiste a algunas plagas y enfermedades pero es necesario realizar tratamientos de fumigación para evitar la introducción del gusano blanco y un hongo llamado pluma blanca que mayormente se presenta en cultivos de papa, maca y en cosechas tardías.



Respecto a los problemas de exportación el principal producto competidor de la maca peruana es aquella que proviene directamente de China además de la exportación de ginseng. Los productos competidores como la maca peruana y el ginseng cuentan con los mismos formatos de presentación, enteros, en polvo, capsulas y líquido.

Según SIICEX, Perú y EEUU cuentan con un tratado de libre comercio en vigencia la cual brinda beneficios arancelarios de 0% para ambas partes y respecto a lo antes mencionado la maca peruana ingresa a Estados Unidos bajo la subpartida arancelaria 1106.20.10.00 Harina, sémola, y polvo de maca (*Lepidium Meyenii*), y los impuestos que se debe pagar son:

Los derechos para la importación o aranceles de aduanas, la cual hace referencia a los impuestos que el importador paga al gobierno estadounidense con la finalidad de que los productos extranjeros ingresen al mercado nacional.

Tarifa de procesamiento de mercancías (MPF), todo ingreso formal e informal están sujetas al MPF por parte de aduana, la cual necesita que el importador cubra el honorario en el momento de presentación del despacho aduanero y la tarifa de ad valorem es de 0.3464% por entradas formales no incluye gastos de impuesto, fletes y seguros.

El pago de mantenimiento de puestos (HMF), los pagos son destinados a los puertos de EEUU y la comparte con el costo de mantenimiento de los mismos, el honorario actual es de 0.125%.

Sistema comercial automatizado (ACE), la cual es para modernizar el comercio internacional y asegurar las fronteras estadounidenses y su intención es acelerar el flujo de envíos legítimos y la localización de bienes ilícitos.

Dentro de las barreras de ingreso, los más usuales son: las certificaciones y el etiquetado, el reglamento técnico, las medidas sanitarias, políticas de importación, los procedimientos aduaneros, ambientales, protección a la propiedad intelectual, etc.

Según PROMPERU actualmente la producción nacional es de 50 mil toneladas, de las cuales el 95% es dirigido al consumo nacional y el 5% que equivalen a 2600 toneladas está destinada al mercado internacional, teniendo a Japón, Alemania y Estados Unidos como los principales países compradores de maca peruano, en el 2015 se obtuvo en general \$26,6 M en exportaciones con un precio de crecimiento de \$19,03 Kg, donde Estados Unidos es la principal plaza con un \$9,4 M figurando el 35% del global exportado. Gracias al valor alimenticio con la que cuenta vitaminas B1, B2, B3, B6, C, E, hierro, calcio, zinc, magnesio, potasio, fosforo, cobre, ácidos grasos, omega 3, 6 y 9 es importante que el estado peruano

en sus programas de Minagri fortalezca la capacitación y asesoramiento a los agricultores brindando ayuda tecnológica la cual permita mejorar la capacidad de producción. Gracias a las bondades nutricionales a favor de la salud el Perú es el original fabricante y consumidor de maca a nivel mundial la cual permite que la adquisición se amplíe en el mercado nacional e internacional.

Es por ello que el objetivo de la presente investigación es estudiar la capacidad competidora de la maca peruana exportada al mercado estadounidense, la cual es muy amplia ya que según Trademap cuenta con 50 estados y 328,97 millones de habitantes en el 2019.

Para elaborar de la presente investigación se tuvo en cuenta los **trabajos previos internacionales** que se presentan a continuación, según Porres (2014), cuya tesis para optar el grado de licenciado cuyo título “Elaboración y comercialización la maca hacia establecimientos latinoamericanos”, mostrado gracias a la Universidad Mayor de San Andrés, dedujo como objetivo general; diseñar un estudio donde se consoliden la exportación de maca y la ampliación de mercados, extendido bajo un enfoque cuantitativo y diseño no experimental, de grado explicativo. Quien indica en su deducción que el cultivo orgánico de maca se asentó con aumentos considerables en los últimos años debido a la gran demanda y la exigencia de los consumidores, esto gracias a que prefieren alimentos salubres que ayuden a optimizar el estilo y la calidad de vida, por lo tanto los méritos de desplegar una elaboración orgánica ayuda a obtener altos rendimientos en alimentos con un gran valor nutritivo.

Según Almanza (2018), en su tesis para obtener el grado de licenciado cuyo título “Estudio fotoquímico de muestras de maca de la empresa Naturalcos para el mejoramiento del proceso de extracción”, extendido en la Universidad Mayor de san Andrés, determino el objetivo general; Contribuir a la mejora del proceso de extracción de maca en la empresa Naturalcos a partir del estudio fotoquímico de muestras de maca, trabajado con tipo de investigación que no está experimentada bajo enfoque cuantitativo, llego a la conclusión que, la muestra de la empresa Naturalcos presento un rendimiento de extracción optimo ya que gracias a fotoquímico se puede mejorar la calidad de producción con mejores beneficios a nivel nutritivo la cual hace que el producto tenga una mayor aceptación en el mercado.

Según Alvarado (2017), cuya para optar el grado de magister en agronegociaciones internacionales cuyo título “Proyecto de exportación de capsulas de maca hacia los Estados Unidos de América, de la empresa Solutus S.A.- Ecuador”, publicado por la Universidad

Internacional del Ecuador, determino como su objetivo principal; desarrollar los proyectos generales para la exportación de capsulas de maca hacia los EEUU de la empresa Solutus, trabajado con un encuadre de enfoque cuantitativo y con un patrón de investigación no experimental, llego a la conclusión que, la maca es un alimento que tiene zonas importantes en el Ecuador la cual abarca cerca de 1900 hectáreas de sitios de siembra, dispersados a lo largo de la serranía ecuatoriana y debido a los aportes minerales como hierro y calcio mejora la calidad de vida de una población que se encuentra en riesgo de malnutrición.

Según Guijarro (2014), en su investigación para optar por el grado de ingeniería en comercio exterior, cuyo título “Planificación de viabilidad para cultivo y comercialización de raíz de maca a la plaza asiática”, publicado por la Universidad Tecnológica Equinoccial, determino como objetivo general; La elaboración de proyecto que facilite el cultivo y exportación de raíz de maca al mercado de China, desarrollada bajo un enfoque cualitativo, llego a la conclusión que, las hectáreas de la sierra ecuatoriana pueden ser utilizados para el cultivo y cosecha de la maca, la cual permitirá aperturar nuevos mercados internacionales para productos no tradicionales. Así mismo, la exportación de productos derivador de la maca al mercado asiático una opción para las empresas que desean aportar en la inversión e ingresar a grandes mercados donde existe una gran demanda gracias a las propiedades nutritivas que brinda la maca.

Según García y Acosta (2018), en su investigación para obtener el grado de licenciado en comercio exterior, cuyo título “Proyecto para la exportación de raíz de maca hacia los mercados de Shanghái-China”, publicado por la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, determino el objetivo general; Elaborar un plan de acción para la exportación de raíz de maca hacia los mercados de Shanghái - China como incentivo de negociación en beneficio de medianos productores de la asociación agrícola San Roman, estudiada bajo una orientación cuantitativo y con un modelo de análisis no experimental, llego a la conclusión que, El gigante asiático es el principal consumidor de maca a nivel mundial, aparte de producirla, la maca extranjera resulta ser de mejor calidad que hace que la demanda sea constante, para ingresar al mercado el producto debe cumplir ciertos requisitos además de documentaciones asegurando que la maca sea evaluado como óptimo para el consumo.

En relación a los **trabajos previos nacionales**, según Asian (2015), cuya tesis para obtener el grado de licenciado cuyo título “Significación, proceso del cultivo de maca en las exportaciones al mercado exterior, 2006-2014”, difundida por la Universidad Nacional de Trujillo estableció como finalidad general; determinar la significación del proceso de

siembra de maca en las comercializaciones a la plaza internacional, 2006-2014, la cual fue trabajado mediante el enfoque cuantitativo y con diseño no experimental y de nivel descriptivo-correlacional, llega a la deducción, la comercialización de maca al mercado exterior tuvo un crecimiento superior en relación a las mercancías finales, así como capsulas y maca gelatinizada; siendo la esencial imagen de un producto fresco obligado a que se necesita una mejor preparación para promover productos de muy buenas cualidades y en base a la significación del proceso de cultivo en las exportaciones de maca, y las acciones económicas permitieron planificar a los habitantes para adquirir una mayor productividad en el ámbito del terreno, reducción de perjuicios y el mejoramiento de las cualidades de la maca para ser procesada en la industria.

Según Rojas (2017), en su investigación para obtener el grado de licenciado cuyo título “Transacciones internacionales y competencias de la harina de maca gelatinizada 2008-2016”, publicada por la Universidad Cesar Vallejo estableció el objetivo principal como; relacionar como fue el comercio internacional y la competencia de la harina de maca gelatinizada peruana en los años 2008-2016, desplegada con una perspectiva cuantitativo y con delineación de investigación no experimental, llega al resultado, la comercialización internación al de la harina gelatinizada de maca en los años 2008-2016 tuvo una inclinación pragmático, por lo tanto se deduce que la comercialización internacional de la harina de maca en la fase 2008-2016 fue propicio para el Perú, pero la disputa no ha sido favorable.

Según Zeta (2017), cuya tesis para obtener el grado de licenciado cuyo título “Comercialización y suficiencia productiva de la maca durante los años 2008-2016”, publicada por la Universidad Cesar Vallejo estableció objetivo general como; resolver la correspondencia entre la comercialización y la suficiencia productiva de maca durante los años 2008-2016, desarrollada bajo el enfoque cuantitativo con diseño de investigación no experimentada, longitudinal, de tendencia y descriptivo-correlacional, llega a la conclusión que, para la exportación y capacidad de producción son circunstancia valiosas la negociación internacional, teniendo al Perú como uno de los esenciales países cultivadores y comprador de maca en el mundo, debido a la demanda internacional donde se considera a los estadounidenses y japoneses como los esenciales países consumidores de productos saludables y puros, donde la maca es el fruto alusivo de gran estimación en la nutrición.

Según Castañeda y Castillo (2017), en su tesis para obtener el grado de licenciado cuyo título “Factores influyentes para la caída de exportaciones de harina de maca durante el año 2016”, publicada por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, establecieron como

objetivo general; identificar cuáles fueron los factores influyentes para la caída de exportaciones de harina de maca durante el año 2016, desplegada sobre una orientación cualitativa a través de un diseño de análisis no experimental, llegan a la conclusión que la biopiratería de la maca por empresarios chinos tuvieron que ver en el bajón del precio de la comercialización de la harina de maca, por que existió aprovechamiento ilegal de nuestros recursos biológicos las cuales se encuentran protegidos por normas nacionales e internacionales. Los impactos más importantes fueron el incremento del precio gracias al gran requerimiento y posteriormente vino la declinación de precio porque comenzó a bajar la demanda.

Según Allcca (2018), en su investigación para obtener el grado de licenciado cuyo título “Producción regional y exportación de la harina de maca, en los años 2008-2017”, publicada por la Universidad Cesar Vallejo, estableció el objetivo general como; identificar si hay relación entre la producción regional y la exportación de harina de maca durante los años 2008-2017, desarrollado bajo una inclinación cuantitativa con diseño de investigación no experimentada y de crecimiento descriptivo, llegó a la conclusión, el principal país exportador de maca es el Perú gracias a sus propiedades geográficas la cual es apta para producir alimentos de alta calidad y con el pasar de los años la maca fue adquiriendo la aceptación de mercados internacionales de manera progresiva por su gran valor nutritivo. Sin embargo, durante los últimos años se redujo de manera alarmante por la apropiación genética ilegal del mercado asiático, lo que hizo contraer el valor de exportaciones de la harina de maca.

Según Torres, Vásquez (2015), cuya investigación optar por el grado de licenciado cuyo título “Viabilidad financiera y económica de las empresas dedicadas a la producción y venta de galletas de maca con quinua en el distrito de Ayacucho en los años 2013-2014”, publicada por la Universidad Privada del Norte, establecieron el objetivo general como; identificar la viabilidad financiera y económica de las empresas dedicadas a la producción y venta de galletas de maca con quinua en el distrito de Ayacucho, desarrollado bajo un diseño no experimental de tipo descriptivo, se llegó a la conclusión, que el producto que se oferta al mercado presenta un gran contenido nutricional, muy por encima de cualquier producto que se comercializa puesto que la maca y quinua cuentan con altos valores nutricionales y la viabilidad económica que se espera por el proyecto sea rentable según evaluaciones económicas que tienen un crecimiento constante debido a los resultados obtenidos.

Según Requelme (2019), en sus tesis para optar por el grado de ingeniero agroindustrial cuyo título “Optimización de la aceptación de pan un integral enriquecido con harina de maca”, publicada por la Universidad Nacional de Trujillo, determino como objetivo general; optimizar la aceptación del pan integral enriquecido con harina de maca, desarrollado bajo un diseño no experimental de tipo descriptivo, llego a la conclusión, se logró obtener una aceptación general del pan integral optima y se verifico que cuando los valores de tiempo de horneado están entre 19 y 21 minutos la sustitución de la harina de maca pasa de un 9 a 12% de fermentación en todo el pan integral, por lo tanto hace que el producto tenga una buena aceptación dentro del mercado gracias a sus bondades nutritivas que cuenta la maca.

Respecto al **marco teórico referencial**, se consideró las siguientes categorías:

La competitividad hace referencia a producir capitales y servicios de manera eficiente con lo que respecta a precios y calidad, de tal manera que puedan competir y tener una buena aceptación en el mercado dentro o fuera del país. Fonseca (2015) precisa la competitividad como “La competencia de naciones es la competitividad de sus productos, es decir, competencia aumentada de cada empresa, la cual está atada a distintos factores, algunos que dependen de la misma empresa y otras que no” (p.9). Cada empresa cuenta con ventajas competitivas explícitas o implícitas, es decir cada territorio pone en práctica criterios adquiridos por su orientación profesional. Porter (2015) explica la competitividad como la etapa integral donde toda empresa debe adaptar acciones defensivas u ofensivas para poder crear un mercado comprensible dentro de la industria, enfrentar de gran manera las fortalezas competitivas y poder conseguir un gran rendimiento en la inversión de la empresa. (p.33). Según Sierralta (2014) expone a la competitividad como “Las condiciones de mercado, según el grado de control o suficiencia sobre los precios que articulan las empresas, los productores y consumidores decretan lo que se entiende por competitividad” (p.110).

Así mismo la competitividad abarca la calidad, innovación, diferenciación del producto o servicio y la suficiencia para originar una satisfacción superior a los clientes desde un precio determinado o poder ofrendar un producto de menor precio pero con buen nivel de calidad.

**Categoría 1: Innovación,** La innovación es la capacidad de ir cambiando continuamente los productos o servicios gracias a la persecución constante de la inclinación y la tendencia de los consumidores, así mismo, la visión de la calidad con la que viene añadida. Este ingenio

no solo autoriza variar los productos y servicios, más por lo contrario varían los procesos y recursos que se emplea, si fuera necesario. Según Fonseca (2015) argumenta que: “La innovación conlleva tecnología. Visto desde la capacidad de generar o introducir innovación tecnológica, las empresas multinacionales prefieren traer la tecnología del extranjero en la forma de adquisición de bienes de capital, informática, licencias y patentes” (p.153).

Cabe resaltar que la innovación conlleva la modificación de las estrategias en cuanto a la producción, así mismo permite el ingreso a más novedades ya que modifica elementos que ya existen esto con la finalidad de mejorarlos e ir renovándolos constantemente.

**Sub Categoría 1: Innovación de Producto,** La innovación de producto es el ingreso de bienes o servicios que cada vez es mejor o viene mejorado con lo que respecta a sus características. Así mismo, se basa en uno y dos tercios de imaginación de trabajo duro. En tanto, Según Fonseca (2015) la innovación de producto está basada en: “Adelantos científicos que presentan oportunidades de uso para solucionar alguna necesidad hasta ahora no bien resuelta o no resuelta. Algunos productos exitosos en el mercado no resultados de una investigación para tal fin sino que fueron resultado de la aplicación de adelantos científicos” (p.138).

En otras palabras la innovación de producto busca cambiar una visión de mercado la cual llevará a que todos los bienes y servicios este desarrollado con cambios naturales que queden incluidos en las mismas.

**Sub Categoría 2: Innovación de Proceso,** La innovación de procesos lleva a la introducción de tecnologías de producción nueva o mejorada, así mismo implanta diseños nuevos para mejorar el suministro de servicios y la entrega de los productos. Fonseca (2015) indica que: “La productividad en cambio de proceso se entiende como una herramienta de procesos prometedora, pero sin el alcance mayúsculo que en realidad tiene” (p.139).

Por lo tanto la innovación de procesos debería de ser la prioridad estratégica de cada servicio, ya que los clientes pueden ver la innovación del producto cuando lo tienen en sus manos, ello implica que el ámbito del impacto será mayor de lo esperado.

**Sub Categoría 3: Innovación de máquinas que hacen el producto,** Cuando se recorre una fábrica es difícil no darse cuenta de todo el ingenio puestos en las máquinas de producción, el sistema de control que corresponde a la tecnología electrónica de automatización y todo aquello que se puede usar dentro de la misma para producir. En tanto, Fonseca (2015)

menciona que: “La ventaja de innovación ya no es superable en términos prácticos, por lo cual se tiene que adoptar tecnologías extranjeras y adaptarlas a las necesidades la cual hace valides a la competitividad” (p.350).

En la actualidad las empresas buscan mejorar las máquinas de producción puesto que los consumidores cada vez son más rigurosos al escoger los productos, por lo tanto los empresarios buscan estar actualización con la tecnología y así satisfacer la necesida de los consumidores.

**Categoría 2: Productividad,** Durante el proceso de producción, toda empresa transforma los factores de producción. Dichos factores deben ser utilizados por las empresas durante el proceso de producción. En tanto, Pindyck y Rubinfeld (2008) precisa la productividad como: Toda empresa puede convertir los factores de producción en distintas formas y combinaciones de trabajo, capitales y materias primas, las mismas pueden estar relacionadas con el proceso de producción y la producción resultante a función a obtener una empresa con combinaciones específicas. (p. 209). Según Rubio y Baz (2002) la productividad es la conexión entre el producto y los elementos que ayudan a conseguir dicha producción, la misma puede cambiar por distintos factores así como insumos materiales, técnicos, capitales o humanos. Por otra parte el principio más relevante durante la producción, las organizaciones de las empresas, la calidad de los productos y el incremento de otros nuevos. (p. 17)

Para poder incrementar la productividad involucra producir más y cada vez mejor de lo mismo. Existen factores que son intermediarios y el buen uso conjuntamente con la eficacia del trabajo reflejado por los trabajadores construye lo que viene a ser la producción y por ende se da marcha a la demostración de la suficiencia para evolucionar el producto y los niveles en las cuales se aprovechan los recursos disponibles.

**Sub Categoría 1: Áreas de Producción,** Las zonas más importantes de producción de maca se ubican en la sierra central de nuestro país teniendo a Junín y Pasco como potenciales regiones productoras los cuales se encuentran a 5 o 7 horas aproximados desde lima. La meseta del Bombón es el altiplano productor más grande a nivel nacional sin desmerecer las alturas del Valle del Mantaro, Huancavelica y la región Puno. Minagri señala que 8 000 hectáreas son destinados a la producción de maca y más de 10 mil productores se dedican a su cultivo. Según Smith, Las naciones se deben especializar en la productividad de



mercaderías para que las mismas cuenten con una amplia ventaja y luego, cambiar nuestros productos por otros productos que son cultivados en otros países.

**Sub Categoría 2: Capital,** El capital económico es uno de los factores principales en lo que respecta a producción la cual se encuentra personificada por el conjunto de bienes indispensables para producir riqueza. A diferencia de otros aspectos donde se observa el capital que se tiene, el capital económico se encuentra referido al nivel de capital en base a los riesgos con los que cuentan las entidades.

Según la dirección de información agraria de Pasco el capital que se requirió para la ejecución de la campaña agrícola fue el siguiente: (Ver Anexo 3). En el cuadro se puede observar el capital destinado a la siembra y cosecha de maca en la región Pasco durante los años 2017-2018 la cual puede variar cada año.

**Categoría 3: Ventaja Competitiva,** Porter (1980) describe la ventaja competitiva, son los trabajos ofensivos o defensivos que las empresas optan para defenderse dentro de un mercado, acciones que son respuesta de las fuerzas competitivas (5 fuerzas) con las cuales se busca obtener un buen funcionamiento sobre la inversión. Así mismo, Ivancevich (1996) explica la competitividad como: La disposición en la que un país se encuentra de constante y libre mercado en la elaboración de bienes y servicios que superen con gran logro las evaluaciones en los mercados internacionales, conservando y adicionando la renta de cada uno de sus habitantes.

Hernández (2014) precisa la competitividad como “La etapa entera, de índole estructural, ordenada y originaria dinámica la cual es expresada en capacidades que tienen en el instrumento productivo de una nación para adaptar, conservar y aumentar sus participaciones en mercados locales, nacionales e internacionales” (p.74).

**Sub Categoría 1: Liderazgo en Costos,** El tema central de la estrategia de liderazgo en costos es mantener el costo más bajo ante competidores y generar un volumen alto de ventas. Por lo tanto las empresas deben tener una posición de costos bajos donde se espera obtener utilidades por encima del promedio para la cual se protegerá con las cinco fuerzas competitivas planteadas por Porter. De tal forma Porter (2002) precisa que “el liderazgo es la estrategia más clara frente a los competidores directos la cual consiste en que las organizaciones se convierten en el fabricante de costo más bajo dentro del mercado. La cual

tiene un ámbito superior, abarca gran parte del segmento y opera en mercados internacionales y afines” (p.40).

Para lograr una buena posición del costo total bajo se requiere una buena participación de mercado o generar ventajas como acceso a materias primas las cuales facilitarían mantener una amplia línea de productos y así satisfacer a las secciones más inmensas de clientes y garantizar una buena cantidad de ventas.

**Sub Categoría 2: Diferenciación,** La estrategia de la distinción viene a ser la creación de un producto o servicio que sea percibido por los consumidores como único. La diferenciación es la barrera protectora contra competidores debido a la lealtad de marca. Según Porter (2002) explica la diferenciación como “La segunda estrategia genérica. En ella la compañía intenta distinguirse dentro de su sector industrial en algunos aspectos ampliamente apreciados por los compradores. Escoge uno o más atributos que juzgue importantes y adopta un posicionamiento especial para atender esas necesidades” (p.42).

Diferenciarse es involucrarse en actividades de investigación, diseño de producto, materiales de alta calidad. Sin embargo, esta estrategia no es compatible con la estrategia de liderazgo de costos bajos ya que no se puede competir con costos bajos y los precios de competencia para la diferenciación.

**Sub Categoría 3: Segmentación,** Consiste en dedicarse en un determinado segmento y brindar un buen producto que satisfaga la necesidad del segmento. En tanto, Porter (2002) define la segmentación como: “La tercera estrategia genérica. Difiere radicalmente de las dos anteriores porque se basa en la elección de un estrecho ámbito competitivo es decir el enfoque dentro de un sector industrial” (p.43).

Todas las empresas se diferencian por atender a un determinado mercado meta donde cada una de ellas es especialista en el producto que ofrece, la estrategia de enfoque sirve para direccionar el producto en forma más eficiente que los competidores de amplia cobertura.

Respecto a la **exportación** son regímenes aduaneros que permite la salida de mercancías producidas dentro de un país a mercados externos para su consumo final autorizando la transmisión de bienes y servicios. Entonces, Hernández (2015) precisa la exportación como: Las exportaciones de bienes y servicios vistas desde un punto macroeconómico son positivas para las cuentas corrientes, balanza de pagos de los países y la balanza comercial; así mismo es una fuente que adiciona la demanda y estimula la comercialización interna de bienes que

incrementa el ingreso de divisas en la economía general. (p.27). En tanto, Salvador (2006) indica que “deben existir economías de producción, comercialización y exportación. También indica que las economías exportadoras las mismas que están destinadas a separar productos, agrícolas, ganaderas o minerales que después son comercializados hacia los mercados internacionales” (p.27). Las exportaciones son muy importantes para el crecimiento económico del país, asimismo aumenta la competitividad interna, participa en el mercado global y se ejecuta lanzamientos de nuevos productos, toda empresa exportadora hace el uso de los incoterms.

**Los incoterms** son términos de exportación utilizados en los contratos de compra venta internacional las cuales nos sirven para decretar el cargo de conciencia, costos y riesgos que deben ser asumidos por las partes (exportador o importador). Este conjunto de reglas comerciales internacionales están conformadas por tres siglas y reflejan los usos mercantiles entre empresas, en los contratos de compra-venta de las mercaderías, y además determinan el alcance de las cláusulas de negocio incluidas en estos contratos.

De la misma forma para la exportación de maca se requieren de ciertos **envases y embalajes**, las cuales varían dependiendo el producto exportado que se pueden enviar en bolsas de plástico doble adentro de 25 Kg. O en sacos de papel de 25 Kg, así mismo se puede embarcar maca en capsulas de 500 mg., según requisito del comprador. Cabe resaltar que el gobierno estadounidense exige etiquetar todo alimento envasado, con la finalidad de brindar información al consumidor, por otro lado todo producto extranjero debe llevar un rótulo en el que indica que cumple con la normativa ya que de lo contrario las autoridades prohíben la entrada del alimento a su territorio.

La FDA aplica normativas de rotulado establecida por la Federal Food, Drug and Cosmetic Act, que establece requisitos para los alimentos preparados y envasados para su venta al público. La ley exige que cada alimento elaborado contenga un doble etiquetado: etiquetado general (general food labeling) y etiquetado nutricional (nutrition facts) y adicionalmente un código de barras con los datos del producto, la información del etiquetado general debe ser presentado en ingles utilizando las unidades de medición inglés (libras, onzas), además se debe considerar: Declaración de identidad, nombre común del alimento, marca o logo del producto, declaración exacta del contenido neto (peso volumen), nombre y lugar del establecimiento del fabricante, envasador o distribuidor y exportador, país de origen, si es elaborado por 2 o más ingredientes se debe detallar la lista completa,

enumerados por sus nombres comunes y orden decreciente a la cantidad presente en el producto.

**Categoría 4: Volumen de Exportación,** La BCRP (2015) detalla las cantidades exportadas como “Comercializaciones detalladas en medidas físicas de valor, esto debido a que los volúmenes de las exportaciones cada vez es mayor y esta elevada para que se pueda producir por productores locales, nacionales e internacionales”.

Los volúmenes de exportación son el volumen de productos exportados dentro de un determinado tiempo, ello nos indica el informe técnico de la evolución de un producto y el crecimiento de las exportaciones.

**Sub Categoría 1: Productos Exportados,** El Perú se caracteriza por ser un país muy rico y diverso la cual se ve reflejado en sus diferentes productos de exportaciones tradicionales y no tradicionales, las mismas que son atractivos para diferentes mercados internacionales. De acuerdo a los datos de PromPerú (2018) Actualmente los mercados internacionales ven con buenos ojos el sector agropecuario peruano, la cual se ve reflejado en los distintos productos que exporta nuestro país, entre ellas tenemos: Uvas, paltas, mango, café, espárragos, maca y quinua.

Analizado los datos de los productos exportados se visualiza que el Perú es uno de los principales países que abastece el mercado internacional de productos agropecuarios, por lo tanto a estas alturas la inversión en el sector agrícola es buena para nuestro país.

**Sub Categoría 2: Cantidades Exportadas,** El Ministerio de Agricultura (Minagri) informó los despachos agropecuarios llegaron a 130 naciones del mundo. En el periodo de análisis, Estados Unidos se ubicó como el principal comprador de nuestros productos con US\$528,3 millones, es decir el 26% del total exportado. Le siguió Holanda (16%), España (7%), Ecuador (5%), China (5%), entre otros países. Según Hernández (2015) indica que: “Para el Perú en el 2010 la exportación de servicio se proyecta al 10% de las exportaciones totales. No obstante, resulta inferior de hace una década cuando en ese entonces excedía el 18%” (p.133).

Según el Comercio (2019) Las exportaciones de productos agrícolas del Perú sumaron US\$2.032 millones entre enero y mayo de este año, monto superior en 8% frente a la cifra registrada en el mismo periodo en el 2018.

**Sub Categoría 3: Clientes Potenciales,** Al comenzar todo proceso de comercialización de bienes y servicios es necesario determinar a los clientes potenciales ya que aquella persona o empresa se convertirá en un determinado momento en comprador o consumidor. Las sugerencias para identificar clientes potenciales en el mercado exterior son: Visitar organizaciones que proporcionen contactos con nuevos clientes, participar y organizar en exposiciones de negocios internacionales y ruedas de negocio, participar y acudir a ferias y exposiciones internacionales.

Según SIICEX los clientes potenciales importadores de maca negra peruana son: Estados Unidos, Canadá, Corea del Sur, etc.

**Categoría 5: Valor de exportación,** El Banco Mundial (2015) “define el valor de exportación como las exportaciones (FOB) convertido a dólares estadounidenses y expresados como porcentaje del promedio para un período base”. El valor de exportación es el valor monetario que se solicita a cambio del producto que se ofrece, la cual es expresado en dólares y puede sufrir variaciones de disminución y crecimiento.

**Sub Categoría 1: Los Controles de Capitales,** Son las restricciones impuestas por el gobierno de un país a las transacciones u otras limitaciones que el gobierno emplea para regular los flujos de entrada y salida de capitales. Los más frecuentes tenemos, controles de cambio que limitan la compra y venta de divisas al tipo de cambio de un determinado mercado, controles sobre la compra venta internacional o la adquisición de activos financieros e inclusive límites de la cantidad de dinero que un ciudadano privado está autorizado a utilizar en los países exteriores. Córdoba (2015) indica que: La libre movilidad de capitales ofrece beneficios sustanciales, pero al mismo tiempo puede penalizar severamente las equivocaciones. En este sistema financiero internacional lo fundamental es evitar políticas económicas que pueden causar una rápida salida de capitales, y se debe reforzar la estructura de la economía para minimizar la vulnerabilidad ante los cambios del mercado internacional de capitales. (p.120)

Por lo tanto los países deben eliminar los controles de salidas de capitales, ya que gracias a ello se consigue un equilibrio estable en la balanza, cuenta corriente y el volumen de deuda pública.

**Sub Categoría 2: Precio de Exportación,** Los precios de exportación es el valor monetario requerido al consumidor a cambio de la venta de un bien o servicio exportado desde un país

extranjero. Es fundamental que al elegir o fijar un precio incluyan todos los factores que permitan producir bienes, servicios y entregarlo al cliente hasta el punto acordado. Según Hernández (2015) considera que: “Es importante fijar el precio de exportación de un bien o servicio, ya que es la base para determinar la rentabilidad del negocio y la sostenibilidad de las empresas a largo plazo” (p.57).

El precio de exportación viene a ser el valor de venta el cual da lugar el empresario a recuperar los costos de manufactureo, inversión y administrativo las cuales están ligados a la exportación más los ingresos.

**Sub Categoría 3: Cotización,** La cotización es la base de toda negociación mediante la cual se brinda la primera impresión de las empresas hacia los consumidores finales. Hernández (2015) define la cotización como: “Acción y efecto de cotizar, poner precio a algo, estimar algo en relación con un fin, también significa pagar una cuota. El término suele utilizarse para nombrar al documento que informa y establece e valor de los productos o servicios” (p.71).

La cotización es el documento formal mediante el cual se hace contacto con el cliente, en la cual se detalla: referencias de la empresa, persona de contacto en el área de exportaciones, información detallada del producto y las condiciones de venta.

**Categoría 6: Operatividad,** La operatividad aduanera es muy compleja y exige el cumplimiento de una serie de requisitos que, de no hacerlo, puede entorpecer y encarecer la operación. Por esta razón, antes de realizar la transacción es aconsejable tener la seguridad de que hemos tenido todos los aspectos en cuenta entre ellos: clasificaciones arancelarias de la mercancía, partida arancelaria, la nota explicativa, aranceles aplicables, IVA e impuestos especiales, documentación general y específica exigida en la aduana de exportaciones y el número de exportador autorizado.

**Partidas Arancelarias,** toda operación de exportaciones exige que la empresa catalogue e identifique de manera adecuada sus productos. De tal modo se les asigna las partidas pertinentes, mediante el cual se dan a conocer los aranceles, el aprovechamiento y preferencias a las que pueden permitir. La partida arancelaria es la unidad en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificaciones de Mercancías. Según SUNAT, es la descripción pormenorizada de un bien para clasificar su identificación y tramitación en aduanas. En este caso la partida arancelaria de la maca es 1106.20.10.00.

**Las medidas arancelarias**, son el conjunto de normas que imponen los países para controlar determinados productos, sin llegar a prohibir su comercialización. Por lo general, estas medidas buscan proteger la industria nacional, medio ambiente, salubridad entre otros.

**Sistema armonizado de acuerdo al país de destino**, la nomenclatura aduanera de los Estados Unidos, se rige por el sistema armonizado de designación y codificación de mercancías, más conocidas como el “Sistema Armonizado”. Una de las principales características es que los bienes son clasificados por 6 dígitos, que aumentan a 8 con fines de exportación y hasta 10 en el caso de bienes importados, a continuación se indica las partidas y sub partidas objetos del presente estudio. (Ver Anexo 4).

El cuadro fue elaborado con la finalidad de analizar el porcentaje del advalorem de los productos exportados hacia los estados unidos, donde podemos observar que el Perú tiene un 0% a diferencia de otros países.

**Otros impuestos** que se debe considerar son: Derechos de importación o arancel de aduanas, tarifa de procesamiento de mercancías, honorario de mantenimiento de puertos y el sistema comercial automatizado.

**Requisitos y barreras de ingreso**, las barreras más usadas que podemos señalar son: las normas técnicas, certificación y etiquetado, reglamentos técnicos, medidas sanitarias, políticas de importación, procedimientos aduaneros, ambientales, obstáculos a la inversión extranjera, protección a la propiedad intelectual, etc. Una de las barreras para-arancelarias son las medidas sanitarias. Y para ello las normas federales exigen que los alimentos, así como sus fabricantes, antes de realizar la primera exportación, estén registrados en la FDA. El cual asignara un número de identificación de la instalación (Food Canning Establishment Number, FCE) y otro del producto registrado (Submission identifier, SID). Para obtener estos registros, la FDA debe examinar los procesos de fabricación de los productos prestando atención al peso seco, actividad de agua, formulación, pH, proceso de esterilización, etc., las cuales aseguran la ausencia de patógenos en dichos productos, por lo tanto las empresas deben completar los formularios FDA 2541.

La globalización mundial establece la apertura comercial y el crecimiento natural de mercados de consumo, la cual ofrece grandes posibilidades a las empresas para ingresar al mercado internacional, por otra parte busca el mejor aprovechamiento de los recursos y la mejora económica, disminuye los costos de producción y agranda la variedad de productos

con los que hay que comercializar, así mismo apoya las relaciones entre países para ejecutar un intercambio de bienes y servicios de manera más rápida y eficiente disminuyendo los problemas en cuanto a exportación.

Registro de instalaciones alimenticias (Food Facility Registration), todas las instalaciones que fabrican o procesan, envasan o almacenan para el consumo humano en los Estados Unidos deben estar registrados en la FDA. Notificación previa de alimentos importados (Prior Notice), cada envío de alimentos hacia los Estados Unidos deberá notificarse al FDA antes del arribo de la carga a puerto, siendo exigida para alimentos que serán usados, almacenados o distribuidos en el mercado estadounidense. La notificación previa deberá ser recibida y confirmada su recepción por la FDA 15 días antes del arribo.

**Certificado fitosanitario**, para el mercado estadounidense, no existe exigencia para productos procesados o industrializados como el caso de la maca negra, harina en polvo de maca, pero a solicitud del cliente exportador la entidad del SENASA puede otorgar el certificado fitosanitario, si el país lo requiere. Lo que sí es importante contar con el registro sanitario del producto que es emitido por el DIGESA, para ello el establecimiento debe cumplir con las medidas de control sanitario que permita el ingreso de alimentos procesados, medicinas, suplementarios vitamínicos, etc. Certifica que el producto cumple con los requisitos establecidos en el país de destino, relativos a inocuidad, efectividad, empaque, información, etc.

**Envasado**, El envasado y etiquetado de los productos deben indicar al menos la denominación y residencia del lugar donde se envasa, la denominación del producto, escala de alcohol y su magnitud, al tratarse de un producto proveniente de otro país debe mencionar el país originario, denominación y la residencia del importador y distribuidor. En el recipiente o etiqueta no se deben incorporar nombres que no correspondan al índole y características del producto.

**Etiqueta**, las etiquetas, envío y desaduanaje de productos exportados a los Estados Unidos están sujetos a regulación establecidas por la FDA, USDA y CBP. Cuya norma indica que se debe señalar el país originario del producto y este debe encontrarse en un lugar visible, todos los productos que se encuentran afecto a la comercialización al mercado estadounidense deben llevar etiquetas en idioma del país de destino, más aun si se trata de productos alimenticios, productos de consumo humano o consumo final. Así mismo, es



indispensable que todos los productos nutritivos tengan un nombre común o usual con el cual se pueda identificar fácilmente.

**Transporte**, los medios de transporte representan un valor fundamental en la cadena de exportaciones y en lo que respecta a envíos deben ser de manejo único para productos de condición fitosanitaria las cuales deben estar precisamente presentados. Transportes marítimos, se debe ejecutar en contenedores o bodegas, con sus respectivas partidas de análogo con condiciones fitosanitaria. En algunos de ellos deben tener el sello oficial, todos los contenedores o bodegas se deben encontrar en excelentes condiciones trabajando con puertas de cierre hermético.

Días de tránsito a Estados Unidos (Ver Anexo 5).

**Sub Categoría 1: Ventajas Operativas**, En cuanto a las ventajas operativas dan lugar a la incrementación de utilidades antes de los intereses e impuestos. Las mismas permiten el aprovechamiento de los costos fijos la cual surge como consecuencia del aumento de las actividades de las empresas y el incremento de ventas. Según Hernández (2015) define las ventajas operativas como: “La capacidad del aprovechamiento óptimo de la producción instalada, actualización tecnológica, mejora de la imagen institucional, generación de empleos, mayor volumen de compra, mejora la competitividad de la empresa y desarrolla el crecimiento de la empresa” (p.29).

Las exportaciones son actividades a largo y mediano plazo donde se debe aprovechar las ventajas con las que cuentan las empresas, así mismo se requiere una adecuada planeación de los recursos financieros.

**Sub Categoría 2: Ventajas de Mercado**, Para obtener la ventaja de mercado se debe realizar un estudio la cual identificara que tan oportuno es el ingreso de la empresa a dicho mercado, por otro lado identificara si el producto a comercializar es viable teniendo en cuenta las exigencias de los consumidores. Hernández (2015) detalla que: “Es el ingreso a mercados con una gran demanda por sus productos, aumento de las ventas, mayor estabilidad en los negocios de la empresa y reducción del impacto de competidores” (p.29).

Para lograr todo ello, se requiere de un compromiso con la calidad y cantidad de abastecimiento de forma permanente, ser creativos y actuar con alto grado de profesionalismo, satisfacer la necesidad y las expectativas que tiene el cliente con el producto final.

**Sub Categoría 3: Ventaja en cuanto a ingresos,** Los emprendedores que busquen incursionar en el comercio exterior deben considerar aspectos mínimos, contar con la capacidad exportadora la cual es necesario para conseguir el éxito ello llevará a obtener ventajas en cuanto a ingresos y así mejorar la rentabilidad de las empresas que se encuentran en el ámbito del comercio internacional, por otra parte es fundamental plantear estrategias para que el producto sea rentable y genere más ingresos. Según Hernández (2015) las ventajas en cuanto a ingresos: “Vienen a ser el aumento de las ventas de la empresa, mejor rentabilidad del negocio gracias a mayores ingresos y disminución de costos y una mayor generación de divisas para la empresa y el país” (p30). Para obtener una buena ventaja en cuanto a ingresos es fundamental que las empresas se adapten a las exigencias de los consumidores y contar con las condiciones mínimas de infraestructura para poder tomar contacto con los clientes potenciales en el mercado internacional.

Referente a la variable **exportación**: Se tiene a Adam Smith que plantea la teoría de la ventaja comparativa y David Ricardo quien propone la ventaja comparativa.

**Adam Smith nos indica respecto a las ventajas comparativas:**

La comercialización entre naciones ayuda a que la riqueza de cada una de ellas crezca significativamente haciendo de la mano de obra que este genera. Es decir, si una nación puede cultivar una cantidad de bienes a un precio inferior, significa que cuenta con una diferenciación absoluta en el segmento. En base a este acierto, los grandes favorecidos de la comercialización se basan en principios de las ventajas absolutas, con una prueba planteada donde una nación suele ser más competente en la producción antes que otras. Por lo tanto, ambas pueden ser favorecidas con intercambios ya que todos los países se dedican en la producción de un bien con una mayor eficacia que la otra, en otras palabras evoluciona sus propias ventajas absolutas.

**Respecto a las ventajas comparativas David Ricardo nos menciona:**

Es importante para la ejecución del comercio, en la cual participan dos naciones y dos bienes. Luego de satisfacer estas condiciones, para que ambas naciones generen utilidades con el comercio, tiene que existir discrepancia en los costes de oportunidades de ambas partes y estén aptos al canje sin tener en cuenta la disparidad de la productividad existente entre ellos, de tal forma; un territorio comercializaría mercancías que produce un coste inferior, en paridad a otra mercancía, ello prueba que las naciones se especializan en el

cultivo y comercialización de bienes que elaboran a un costo inferior a diferencia de otros países, donde son comparativamente más eficaces con producciones con coste superior a los demás. En la comercialización entre 2 o más naciones, el territorio que cuenta con coste inferior de oportunidades en la comercialización de un producto, contará con superioridad en la confrontación de un producto del mismo frente a otras naciones.

En cuando a la **justificación** tenemos la **justificación científica**, La presente investigación estudia la competitividad de la maca peruana y la exportación de la misma. Gracias a los datos obtenidos durante el proceso del estudio nos otorgará abordar resultados de acuerdo a la problemática actual, la cual permitirá adoptar alternativas de solución que abarque el sector agrícola, mejorando la competitividad y exportación de los productos. Tenemos la **justificación comercial**, Esta investigación busca demostrar si la maca peruana es competitiva en el mercado estadounidense para ello fue necesario comparar los principales países exportadores y dicha comparación determinará si nuestro producto compite a gran altura frente a otros competidores en el mercado internacional. Respecto a la **justificación social**, Esta investigación busca concientizar a las personas para que puedan conocer las propiedades nutritivas que contiene la maca y el resultado de su consumo, incentivándolos a formar parte del equipo de producción y exportación del producto peruano, permitiendo a productores y exportadores beneficiarse con la comercialización, logrando incrementar la rentabilidad.

Debido a que el presente proyecto de investigación tiene un enfoque cualitativo, las hipótesis se pueden considerar al inicio de la investigación, en el transcurso o al final de la misma. Por lo tanto se considera las siguientes como supuestos hipótesis.

En lo que respecta a la **Formulación de problemas**, se tiene como:

### **Problema general**

¿Cómo es la competitividad en la exportación de la maca peruana en los Estados Unidos en los años 2015-2019?

En tanto los **problemas específicos son:**

Problema específico 1: ¿Cómo es la innovación en el incremento del volumen de exportación de la maca peruana a los Estados Unidos en los años 2015-2019?

Problema específico 2: ¿Cómo es la producción diferenciada que genera un mayor valor de exportación de la maca peruana en los Estados Unidos en los años 2015-2019?

Problema específico 3: ¿Cómo son los costos logísticos y su operatividad en la exportación de maca a los Estados Unidos en los años 2015-2019?

Respecto a los **objetivos**, se tiene como:

### **Objetivo general**

Analizar cómo fue la competitividad en la exportación de la maca peruana a los Estados Unidos durante los años 2015-2019.

### **Objetivos específicos**

Objetivo específico 1: Analizar cómo fue la innovación en el incremento del volumen de exportación de la maca peruana a los Estados Unidos durante los años 2015-2019.

Objetivo específico 2: Interpretar cómo es la producción diferenciada que genera mayor valor de exportación de maca peruana a los Estados Unidos durante los años 2015-2019.

Objetivo específico 3: Valorar los costos logísticos y la operatividad en la exportación de maca a los Estados Unidos durante los años 2015-2019.

En cuanto a los **supuestos**, se tiene:

### **Supuesto principal**

La competitividad en la exportación de la maca peruana a los Estados Unidos fueron favorables para el Perú durante los años 2015-2019.

### **Supuestos específicos**

Supuesto específico 1: La innovación en el incremento del volumen de exportación de la maca peruana durante los años 2015-2019 fueron favorable.

Supuesto específico 2: La producción diferenciada que genera un mayor valor de exportación de la maca peruana en los años 2015-2019 tuvo tendencia positiva.

Supuesto específico 3: Los costos logísticos y su operatividad en la exportación de la maca peruana en los años 2015-2019 fueron favorables.

## **II. MÉTODO**

### **2.1 Tipo y diseño de investigación**

La presente investigación se trabajó bajo un enfoque cualitativo descriptiva-explicativa basada en la teoría fundamentada, esto debido a que se quiere conocer la competitividad y exportación de maca peruana, por lo tanto, se utiliza el segmento como una muestra representativa para analizar los puntos de vista y experiencias de representantes y encargados de los distintos segmentos en la exportación y producción de maca.

En tanto Hernández y Fernández (2010) recalcan que: “El enfoque cualitativo se guía por área o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y análisis de los datos, los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos” (p.7).

El diseño de investigación de un proyecto cualitativo puede ser también abierto, flexible, construido durante el trabajo de campo o realización del estudio. Se determina que es cualitativo porque es una investigación interpretativa y está basada en la recolección de datos relevantes, la cual será interpretada a través de la observación, descripción y el análisis.

### **2.2 Escenario de estudio**

La presente investigación inicio contactando personas o expertos relacionados al sector agrícola, ya sea exportadores y productores de maca. De las cuales, solo algunos aceptaron las entrevistas planteadas.

Respecto al tema, se observó un conocimiento amplio por parte de los entrevistados, nos brindaron información respecto a la exportación y producción de maca, nos dieron sus puntos de vista y contestaron las preguntas planteadas, ello nos permitió recaudar una gran cantidad de información para los segmentos que se está utilizando en el presente proyecto de investigación.

Al finalizar las entrevistas a profundidad, los entrevistados se mostraron muy interesados en nuestro proyecto de investigación al punto que llegaron a sugerirnos realizar algunos cambios en el desarrollo del mismo y referirnos otros representantes y encargados en el mismo rubro con el fin de recaudar más información relacionado al tema.

Las entrevistas planteadas fueron muy favorables y valiosas para el proyecto de investigación puesto que enriqueció la información previa que ya se manejaba. Así mismo, sirvió de gran apoyo y sustento para la elaboración de la investigación.

Según Hernández y Fernández (2010) indican que: “El análisis no se inicia con ideas preconcebidas sobre cómo se relacionan los conceptos o variables. Una vez reunidos los datos verbales, escritos y/o audiovisuales, se integran en una base de datos, la cual analiza los significados y describe el fenómeno estudiado” (p.14).

### **2.3 Participantes**

Debido a que el presente proyecto de investigación tiene un enfoque cualitativo se requiere analizar intensivamente las cualidades de casos individuales de los segmentos. Por lo tanto, se elaboró una muestra suficiente y representativa tomando en cuenta los actores siguientes: representantes de empresas exportadoras y representantes o encargados de la producción. Los mismos brindaron información y opiniones muy relevantes acerca de la competitividad y exportación de maca a los Estados Unidos, por otro lado, nos otorgaron sus opiniones para profundizar más el tema investigado.

Hernández y Fernández (2010) recalcan que: “Regularmente no se pretende generalizar los resultados obtenidos en la muestra a una población. Puesto que se involucra a unos cuantos sujetos porque no se pretende generalizar los resultados del estudio” (p.13).

### **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Herramientas cualitativas:

La fuente primaria que se utilizara para este proyecto son las entrevistas a profundidad que realizaremos a empresas y representantes de exportación y producción de maca. Por otro lado, las fuentes secundarias que utilizaremos es el análisis de datos documentales y fuentes digitales disponibles ya que los antecedentes se encuentran publicados en páginas web de las instituciones siguientes: Sunat, FAO, Trademap y Minagri.

### **2.5 Procedimiento**

La metodología que se plantea para las entrevistas se ejecutó de la siguiente manera: Identificar y contactar con las personas especialistas en la industria agro exportación de maca quienes aportarán información relevante para el desarrollo de nuestro trabajo de investigación, elaborar una guía de preguntas la cual nos permitirá obtener información esencial que luego analizaremos para dar respuesta a los objetivos planteados en nuestro trabajo de investigación, ejecutar la entrevista a profundidad y consolidar la información y analizar el resultado de las entrevistas.

## **2.6 Método de análisis de información**

En la elaboración del marco teórico se definió la teoría de las categorías planteadas: innovación; la cual busca demostrar la innovación del producto, proceso y las maquinas que hacen productos, productividad; donde se da a conocer la ventaja absoluta, ventaja comparativa y el ciclo de vida del producto, ventaja competitiva; donde se diferencia los costos, la diferenciación y la segmentación, volumen de exportación; donde se busca identificar los productos exportados, cantidades exportadas y los clientes potenciales, valor de exportación; donde se busca mejorar el control de capitales, precio de exportación y la cotización, operatividad; donde buscamos identificar las ventajas operativas, ventajas de mercado y las ventajas en cuanto a ingresos.

Según Hernández y Fernández (2010) indican que: “La recolección de datos está orientada a proveer de un mayor entendimiento de los significados y experiencias de las personas, es decir no se inicia la recolección de datos con instrumentos preestablecidos, sino que el investigador comienza a aprender por observación y descripción de los participantes y concibe formas para registrar los datos que se van refinando conforme avanza la investigación” (p.13).

Durante la elaboración del este proyecto de investigación, se revisó la evolución de la competitividad y exportación de maca peruana a los Estados Unidos y la comercialización de la maca con la finalidad de demostrar que tanto crecieron las exportaciones durante los últimos años en base a datos de la Sunat, FAO, Trademap y Minagri.

Una vez obtenido los diferentes datos, las mismas serán presentadas en gráficos para conocer los principales competidores dentro del mercado potencial y nos ayudará a entender los resultados de la investigación, se describirá a través de fuentes confiables y técnicas estadísticas.

Hernández y Fernándes (2010) recalcan que: “El análisis de la naturaleza de los datos es cualitativa, textos, narraciones, significados, etc. El análisis varía dependiendo del modo en que hayan sido recolectados los datos, fundamentación en la inducción analítica y el uso moderado de la estadística (conteo, algunas operaciones aritméticas)” (p.13).

## **2.7 Aspectos éticos**

La presente investigación respetará la originalidad y autenticidad de los datos obtenidos, asimismo respetará los resultados, conclusiones, derecho de autores, tesis, artículos y las distintas fuentes que sirvieron de apoyo.

### **III. RESULTADOS**

La distinción de datos y resultados se obtuvo de las diferentes entrevistas a profundidad que se realizó a segmentos importantes dentro del sector agrícola y de los objetivos planteados en la presente investigación. Este nos permitirá identificar la competitividad de la maca exportada a los Estados Unidos.

#### **3.1 Segmento 1: Gerentes de empresas exportadoras de maca**

##### **Categoría 1: Innovación.**

Los gerentes entrevistados coinciden en que la estrategia principal para la exportación de maca es la calidad del producto y la implementación de nuevas tecnologías para la producción.

Las empresas en el sector no tradicional inician su experiencia con productos naturales diferenciando las características del insumo que puede ser polvo, deshidratados y blends. Además, la diferenciación le permite incrementar su calidad y de forma paralela incrementa su innovación e investigación según exigencia del mercado de destino. Esto exige a las empresas a implementar nuevas tecnologías que incrementen estándares y protocolos de calidad.

La empresa Algarrobos Orgánicos del Perú tiene 12 años de constitución 8 años exportando por otro lado Inversiones 2A tiene 14 años de constitución 8 y 10 años exportando, esto indica que son dos empresas con amplia experiencia en el rubro de exportaciones tanto de maca como otros productos agrícolas.

BLC Perú nos indica que dentro de la cadena de productividad se observa los obstáculos y se analiza la implementación de tecnologías si en caso lo requiere.

##### **Categoría 2: Productividad.**

Los entrevistados recalcan que la certificación más importante para la exportación de maca a los Estados Unidos es otorgada por Senasa, que garantiza la calidad orgánica de un producto.

Las certificaciones dependen mucho del país de destino esto debido a que no todas rigen para todos los países, en principio lo que el mercado estadounidense requiere es la



certificación orgánica la cual varía de acuerdo al tipo de producto: harina de maca, maca gelatinizada y capsulas de maca para este último se requiere el certificado fitosanitario y ya que reprocesan la maca la exigencia para tal es la calidad del producto. Esto lleva a que los Estados Unidos sea el principal comprador de maca por el valor nutritivo y sus propiedades energizantes.

Algarrobos Orgánicos del Perú es la empresa que cuenta con más certificaciones para la exportación a los Estados Unidos y el mercado europeo donde se resalta la certificación orgánica, Haccp, buenas prácticas de manufactura y el BRC. Además, BCL Perú nos indica que para los Estados Unidos se requiere la certificación fitosanitaria donde se encuentra enumerado los parámetros que requiere la FDA, certificación de comercio justo, emitido por Produce avalado por Promperú.

### **Categoría 3: Ventaja Competitiva**

Las empresas entrevistadas coinciden en que la diferencia principal de la maca peruana frente a sus competidores es la calidad y el origen, según las experiencias de los exportadores los consumidores prefieren la maca peruana producida en Junín y Pasco.

La gran ventaja competitiva con la que cuenta la maca peruana frente a sus principales competidores es la calidad y el origen, esto debido a que los compradores prefieren la maca peruana producida en Junín por las propiedades nutritivas con las que cuenta siempre en cuando tengan la certificación de origen. La maca no está dirigido a un segmento en específico ya que los compradores reprocesan el producto o van dirigidos al consumidor final dependiendo del requerimiento. Esto conlleva a que el precio de oferta exportable bordea desde los \$7 a \$10 hasta los \$25 a \$70 dólares el Kilo de acuerdo a la distinción de calidad que brinda la empresa.

### **Categoría 4: Volumen de Exportación**

Las empresas entrevistadas indican que las exportaciones de maca del 2014 al 2018 crecieron exponencialmente, esto implica que crece cada vez más rápido en el tiempo.

Debido a la explosión del producto que se llevó a cabo en el 2015 por la demanda de mercado asiático, el volumen de exportación para las empresas tuvo un crecimiento importante llegándose a exportar de 5 a 30 toneladas y hasta 50 si un cliente lo requiere, de acuerdo a los exportadores significa un crecimiento entre los 10 y 15%. Esto indica que la

maca es un producto rentable por lo tanto se debe buscar nuevos mercados de destino considerando a México y Brasil como posibles destinos.

De acuerdo a la experiencia del gerente de exportación de Algarrobo Orgánico del Perú, las cantidades que se exporta a los Estados Unidos principalmente a los puertos de Oakland, Los Ángeles y Long Beach se abastece todo el mercado en especial Nueva York y San Francisco que es donde se encuentra los distribuidores principales.

### **Categoría 5: Valor de Exportación**

Los gerentes entrevistados coinciden en que el valor comercial con la que cuenta la maca para su exportación es el valor alimenticio, ya que la maca es considerada como un energizante de lujo, cuenta con vitaminas, minerales, ayuda en la suficiencia del aprendizaje, previene la anemia y refuerza los huesos.

Según especialistas en nutrición la maca es considerada como el mejor producto agrícola gracias a sus valores nutritivos y el valor comercial que se le da es otorgar información acerca de estos valores al consumidor. La rentabilidad que genera la exportación de maca contribuye al crecimiento del empresario, mejorando su infraestructura, calidad de vida y generando empleos directos e indirectos la cual ayuda a mejorar la economía.

Además, la empresa Inversiones 2A recalca que debido a los procesos que se le da a la maca en lo que respecta a nutrición, del 100% exportado a los Estados Unidos el 30% es comercializado en dicho mercado y el 70% es re comercializado a otros países.

### **Categoría 6: Operatividad**

Las empresas exportadoras entrevistadas recalcan que la operatividad depende mucho del comprador ya que muchos de ellos exigen que el protocolo de exportación sea el más sencillo posible.

Las regiones donde existe una mayor oferta de producción son Pasco, Junín, Huancavelica y el transporte hacia las plantas de procesamiento de las empresas es en camión hermético cerrado. El envío se realiza vía aérea o marítimo y los envases que se requiere son de acuerdo a la solicitud del consumidor donde tenemos empaques al vacío, cajas, costales, bolsas de polietileno, cartón doble corrugado y si se requiere en grandes cantidades se envía un container o pallets de 1 tonelada. Además, los documentos que se necesitan para la exportación son: factura comercial, guía, bill of lading, packing list, los certificados

pertinentes de acuerdo al requerimiento de los mercados de destino y los incoterms más utilizados son FOB, EXW o lo que solicite el comprador.

BLC Perú considera que la logística de transporte en el país no se encuentra desarrollada ya que los costos afectan bastante al empresario.

### **3.2 Segmento 2: Encargados de empresas productoras de maca**

#### **Categoría 1: Innovación**

Las empresas productoras entrevistadas coinciden en que la implementación de tecnologías favorece la producción, terminado y la calidad de producto.

La tecnología aplicada en la producción de maca es muy favorable para las empresas productoras puesto que permite abarcar más hectáreas de cultivo. Así mismo, ayuda en la elaboración de materia prima y derivados siempre en cuando se cuenta con la capacitación técnica pertinente. Esto conlleva a que las empresas obtienen un producto de mayor calidad para su comercialización

La empresa Inversiones 2A explica que la tecnología siempre fue aplicada para la producción de maca, esto debido a que a 4000 msnm no se cuenta con las herramientas necesarias para abarcar miles de hectáreas de producción. En tanto, Productos Artesanales Surimak indica que a pesar de la implementación de la tecnología no se debe menospreciar las técnicas naturales que se aplica en el cultivo y cuidado de la maca, puesto que permite al producto adquirir más valor nutritivo.

#### **Categoría 2: Producción**

Los encargados de producción a quienes se entrevistó coinciden en que la estrategia principal en lo que respecta a la producción es la calidad del producto, esto se obtiene gracias al cuidado natural que se le da en todo el protocolo de producción.

La estrategia más utilizada por las empresas en cuanto a producción es calidad tanto en producto orgánico y derivados la cual permite incrementar las ventas y se requiere una mayor producción. El tiempo aproximado que se requiere para la producción de maca es de 1 año partiendo del preparado de la tierra la cual se da 4 meses antes del sembrío y el proceso por la que pasa es, preparado de tierra, sembrío, cultivo, cosecha y secado.

Productos Artesanales Surimak e Inversiones 2A coinciden en que durante el protocolo de producción de la maca no se debe hacer uso de fertilizantes artificiales y naturales, puesto que la maca es un producto que absorbe nutrientes de la tierra. Así mismo, recalcan que el cuidado que se le debe dar a la maca es contra las plagas como: la pluma blanca, el gorgojo, gusano blanco y los pulgones, los cuales pueden ser controlados con insecticidas que no dejen residuos en la planta.

### **Categoría 3: Ventaja Competitiva**

En cuanto a la diferenciación de productos frente a los principales competidores los entrevistados indican que debido a la zona geográfica donde se produce la maca peruana, es la única que cuenta con todas las propiedades nutritivas necesarias para llevar un estilo de vida saludable.

La principal ventaja competitiva de las empresas productos es que la maca se siembra y cosecha en Junín con un tratado natural para la adquisición correcta de sus bondades nutritivas, la cual pasa por procesos de calidad en cuanto secado y elaboración de derivados. Esto lleva a que el consumidor es el principal beneficiado ya que se brinda información sobre todo el protocolo de producción de la maca.

La empresa Inversiones 2A considera que, el beneficio ofrecido a las empresas exportadoras de maca es información ya sea de campo, investigación y el análisis, esto debido a que los compradores deben conocer el protocolo de producción de la maca. Así mismo, Productos Artesanales Surimak añade que otra de las grandes diferencias que se le da a la maca es el secado a lo natural utilizando el sol y las frazadas durante 3 meses mientras que otras empresas aplican el secado en fito toldos.

### **Categoría 4: Valor de Exportación**

Los encargados de producción a quienes se realizó la entrevista coinciden en que las zonas para la producción de maca es la sierra central de nuestro país.

Las regiones más apropiadas para la producción de maca son Pasco y Junín teniendo a la Meseta del Bombón y la orilla del lago Chinchaycocha como principales zonas productoras, esto no discrimina otras zonas como el valle del Mantaro y la región Huancavelica que son los principales abastecedores del mercado nacional. La producción anual de maca va desde

5 a 150 toneladas de las cuales según los productores el 80% se dispone a la exportación y el 20% al consumo nacional.

La empresa Apromac resalta al Valle del Mantaro como uno de los principales productores de maca, puesto que desde hace 40 años vienen abasteciendo el mercado nacional teniendo a Lima como una de las principales regiones.

### **Categoría 5: Operatividad**

La empresa inversiones 2A indica respecto a la comercialización, ofrece al comprador un producto con Pedigrí la cual cuenta con genealogía de donde viene, que tiene y que es.

Las ventajas con las que cuenta las empresas es que producen y comercializan un producto originario del Perú, con calidad y un gran valor nutritivo en la cadena alimenticia la cual te lleva a una buena calidad de vida y reventar enfermedades. La gran mayoría de estas empresas no están asociadas a cooperativa que brindan apoyo a la comercialización de su producto puesto que ya cuentan con compradores fijos.

Productos Artesanales Surimak e Inversiones 2A coinciden en que no reciben capacitaciones técnicas ni apoyo por parte del sector público por ende ambos prefieren trabajar con agricultores exitosos que deseen invertir.

## **3.3 Segmento 3: Representantes de organismos públicos**

### **Categoría 1: Innovación**

El Ministerio de Agricultura y Riego cuenta con programas y proyectos que impulsan la producción de productos agrícolas las cuales van dirigidos a grupos y asociaciones.

Existen funciones transferidas a los gobiernos regionales en dirección de agricultura los cuales desarrollan proyectos que impulsan el crecimiento de la producción de maca a través de sus programas como Agrorural, Inia, Agroideas y Sierra Exportadora, los objetivos de estos proyectos es brindar información de servicios, productos agrarios, identificar necesidades y demanda de productores. Por parte de la INIA y los gobiernos regionales asocia técnicos de las zonas con organizaciones de producción y brinda capacitación técnica adecuada.

Por su parte Promperu, cuenta con un programa que se denomina La Ruta Exportadora la cual brinda asesoría técnica a empresas que estén exportando o tengan potencial exportador

esto significa que dicha empresa debe tener mínimo 1 año comercializando el producto a nivel local y con ingresos por venta de 150 mil soles anuales. Estas empresas reciben asistencia técnica basada en el proceso de exportar, regulaciones, accesos de mercado, planes estratégicos, estudio de mercado, plan de producción, plan logístico y financiero. Todo esto lleva a que la empresa forma parte de ciertas actividades de promoción como ferias o ruedas de negocio y cada cierre de año las empresas son premiadas en base a criterios como: sostenibilidad, innovación, exportación de servicios, entre otros.

### **Categoría 2: Productividad**

Los representantes de las entidades públicas coinciden en que las certificaciones y regulaciones en el área productiva son muy importante, ya que se debe cumplir con los requisitos y exigencias que nos pide el mercado internacional.

En principio las organizaciones hacen seguimiento a las certificaciones, regulaciones y exigencias de acceso a los mercados internacionales, esto evita las detenciones o rechazos de los productos exportados, entre ellos se tiene los registros sanitarios otorgados por Digesa, para capsulas de maca certificados sanitarios otorgado por la Digemid, certificado sanitario con análisis microbiológico acreditado por la Inacal, certificación de la línea orgánica otorgado por Senasa y buenas prácticas agrícolas. Además, Minagri debe tener registrado las certificaciones que deben cumplir con los reglamentos y exigencias.

Agrorural por su parte hace seguimiento a regulaciones basado en 2 niveles: Nivel entidad la cual se encarga de regular ambiente de control, evaluación de riesgos, actividades de control gerencial, información y comunicación. Nivel procesos, donde los aspectos a implementar son: Mapeo de procesos, manual de gestión por procesos, políticas de riesgos, plan de gestión de riesgos y manual de gestión de riesgos. Teniendo en cuenta que la implementación es gradual se seleccionará procesos y sub procesos en diferentes direcciones y oficinas.

### **Categoría 3: Volumen de Exportación**

La maca es cultivada en Pasco, Anchas, Junín, Huancavelica, Apurímac, Ayacucho, Puno y Huánuco, pero las regiones de mayor producción son Pasco y Junín teniendo a distritos como: Huayllay, Simón Bolívar, Ninacaca, Tinyahuarco, Ticslayán, Vicco, Carhumayo, Ondores, Ulcumayo, las orillas del lago Chinchaycocha y el altiplano más grande del Perú la Meseta del Bombón, como país somos el principal demandante teniendo en cuenta a Lima

como un gran mercado en lo que respecta a consumo y en el mercado internacional tenemos a los Estados Unidos, Brasil, Canadá, Japón, entre otros.

Agrorural recalca que no se debe marginar a las partes altas del Valle del Mantaro ya que es una de las zonas más importantes de producción de maca para el consumo nacional.

#### **Categoría 4: Valor de Exportación**

Los representantes de las entidades públicas entrevistados coinciden en que la asociatividad es uno de los proyectos más importantes en el sector agrícola ya que incentiva a que más productores se asocien a grupos o cooperativas.

La asociatividad es un elemento fundamental para el desarrollo agrario el cual depende mucho de los programas que financian o pagan la producción. Además, el Minagri impulsa a que los productores se organicen y adopten los cultivos que creen convenientes para así formar asociaciones u organizaciones. Respecto a los tratados de libre comercio hacen que los mercados se mantengan de manera equilibrada y favorecen el acceso de productos a los mercados internacionales, en caso de la maca a los Estados Unidos tiene un arancel 0.

Minagri por su parte indica que uno de los problemas en la producción de maca en el año 2015 debido a la gran demanda que tuvo dicho producto, los productores iniciaron a vender genes de este mismo de manera ilícita y es donde se genera el gran problema de la apropiación biogenética por parte de China.

## **IV. DISCUSIÓN**

Una vez obtenida información a través de las entrevistas a profundidad se pasa a estimar la relevancia de cada categoría. Este capítulo estará enfocado en discutir los resultados que se obtuvo a través de las entrevistas realizadas a segmentos específicos.

A continuación pasaremos a detallar los resultados por cada categoría.

### **4.1 Discusión de resultado a partir de la categoría Innovación**

De la información recibida por parte de nuestros entrevistados en lo que respecta a la innovación de la maca, se determina que las empresas del sector agrícola utilizan estrategias para la innovación, implementan tecnología para mejorar la producción e innovan el protocolo de producción ya que es una de las principales diferencias frente a los principales competidores.

Debido a que la maca es un producto que cuenta con buenas propiedades nutritivas se obtiene derivados como: harina de maca, capsulas de maca, maca gelatinizada y blends, los cuales pueden ser consumidos como energizantes. Así mismo, la diferenciación con la que cuenta el producto permite incrementar los estándares de calidad, investigación e innovación.

La innovación exige implementar nuevas tecnologías las cuales son muy favorables para las empresas ya que les permite elaborar una buena materia prima y derivados siempre en cuando se tenga la capacitación técnica pertinente. Así mismo, la innovación del producto conlleva a que se incremente la demanda ya que los clientes prefieren un producto natural, con grandes propiedades nutritivas e innovador.

### **4.2 Discusión de resultado a partir de la categoría Productividad**

De acuerdo a los entrevistados la productividad requiere de estrategias para el incremento de producción, contar con las certificaciones necesarias para su comercialización, cumplir con el protocolo de producción, identificar los requerimientos y exigencias por parte del mercado de destino, adoptar las medidas de certificación y regulación en el área productiva y analizar porque la maca es uno de los productos más consumidos.



Debido a que el mercado estadounidense es muy exigente obliga a que el producto cuente con las certificaciones necesarias la cual varía de acuerdo al producto que se quiere comercializar, donde uno de los más importantes es la certificación orgánica.

La estrategia principal de las empresas en la productividad es la calidad, a partir de ello se obtiene una buena materia prima y derivados. Para cumplir con los estándares de calidad se requiere cumplir con todo el protocolo de producción donde el producto pase por el cultivo, cosecha y el secado. Además, es fundamental cumplir con las medidas de certificaciones y regulaciones que exige el mercado de destino así evitar las detenciones o rechazos de los productos.

#### **4.3 Discusión de resultado a partir de la categoría Ventaja Competitiva**

Según la experiencia de los entrevistados en los distintos segmentos el producto debe contar con una ventaja de competencia o diferenciación, mejor calidad a diferencia de otros países productores y ofrecer beneficios para su comercialización.

La calidad de la maca peruana a diferencia de sus principales competidores son sus propiedades nutritivas por lo tanto es la más buscada y comercializada siempre en cuando tenga la certificación de origen. Además, según la experiencia de los segmentos los consumidores prefieren la maca peruana producida en Junín puesto que la altitud y el terreno le permite adquirir todas sus propiedades nutritivas.

Debido a la diferencia con la que cuenta la maca peruana frente a sus principales competidores los precios de oferta exportable van desde los \$5 a 10\$ hasta \$25 a \$70 dólares el kilo de acuerdo a la distinción que brinda la empresa. En cuanto a la ventaja competitiva en la producción, la maca es cultivada y cosechada con un tratado natural para la correcta adquisición de sus bondades, pasa por un proceso de calidad en secado y elaboración de derivados la cual lleva al consumidor ser el principal beneficiado.

#### **4.4 Discusión a partir de la categoría Volumen de Exportación**

Gracias a la información brindada por parte de nuestros entrevistados, se determina que Estados Unidos es el principal importador de maca esto conlleva a que los volúmenes de exportación cada vez sea mayor, sin embargo, lo que incrementa son los volúmenes mas no el precio.

Se considera que la exportación de maca tuvo un crecimiento entre el 10% y 15%, esto indica que en el 2014 se exportaba de 5 a 6 toneladas llegando a exportar de 30 a 40 toneladas en el 2018. Esto indica que, con las cantidades que se exporta mensualmente se abastece todo el mercado estadounidense.

### **5.5 Discusión a partir de la categoría Valor de Exportación**

De acuerdo a lo señalado por los entrevistados se debe considerar el valor comercial y nutritivo de la maca dentro del mercado americano, valorar las regiones más apropiadas para su producción, el crecimiento de las exportaciones y la contribución en el desarrollo de la empresa,

Gracias a las propiedades nutritivas con la que cuenta la maca y los procesos que se le da en lo que respecta a nutrición del 100% exportado a los Estados Unidos el 30% es comercializado en dicho mercado mientras que el 70% es re comercializado a diferentes países. El principal valor comercial que se le da a maca es otorgar información acerca del valor nutritivo la cual contribuye a mejorar la calidad de vida del consumidor.

Según la experiencia de los exportadores a pesar del valor con la que cuenta la maca ya no genera tanta utilidad por la fluctuación de precios y porque cada vez son más empresas que ingresan al mundo de las exportaciones de dicho producto.

### **5.6 Discusión a partir de la categoría Operatividad**

En lo que respecta a la operatividad, se considera los envases y embalajes para la exportación de maca, ventajas para la comercialización, las principales zonas productoras y los documentos que se requiere para su exportación.

Más del 80% de las exportaciones de maca a los Estados Unidos se realiza a través de envíos marítimos, por lo tanto, los envases y embalajes que se requiere debe ser de acuerdo a la solicitud del cliente ya que muchos de ellos prefieren que sea lo más sencillo posible y así evitar los costos logísticos. Los más comunes son: empaques al vacío, cajas, costales, bolsas de polietileno, pallets o container.

Además, los documentos que se requieren para la exportación son: factura comercial, guía, bill of lading, packing list, y las certificaciones.

## V. CONCLUSIONES

Se valida el supuesto “la competitividad en la exportación de maca peruana a los Estados Unidos fueron favorables para el Perú”. Esto debido a que, según las entrevistas realizadas a los distintos segmentos, recalcan que la maca peruana demostró tener un gran potencial en el mercado estadounidense, esto debido a que la demanda de productos naturales en especial la maca sigue en ascenso. Perú mostro tener un producto competitivo gracias a sus propiedades nutritivas y preventivas, gracias a ello es uno de los principales proveedores. Así mismo, las exportaciones son favorables para el Perú, ya que aporta en el crecimiento económico.

Se valida el supuesto “la innovación en el incremento del volumen de exportación de la maca peruana fueron favorables”. Según las entrevistas realizadas, es fundamental tener en cuenta que la maca peruana exportada es principalmente en harina y polvo, sin embargo, según las diferentes empresas cada una de ellas trabaja en la innovación de sus productos tanto en calidad, procesos productos, productos procesados y la elaboración de mezclas. Esto conlleva a que se incremente la demanda debido a que el consumidor prefiere un producto innovador, natural y de origen peruano. Por lo tanto se incrementa el volumen de exportación.

Se valida el supuesto “la producción diferenciada que genera un mayor valor de exportación de maca peruana tuvo tendencia positiva”. De acuerdo a la investigación y las entrevistas realizadas, se concluye que la producción diferenciada si genera un mayor valor de exportación, esto debido a que la producción diferenciada otorga una mejor calidad del producto. Así mismo, los entrevistados resaltan que la información brindada al consumidor otorga un valor para la exportación ya que los consumidores tienen conocimiento de la calidad y el producto que consumen.

Se invalida el supuesto “los costos logísticos y la operatividad en la exportación de maca peruana fueron favorables”. Según las entrevistas, se concluye que los costos logísticos y la operatividad no son favorables, esto debido a que el traslado de la maca desde las regiones productoras hasta las plantas de las empresas exportadoras significa un problema por los costos logísticos, por otro lado el traslado del producto hacia el mercado de destino también

significan un problema por los costos logísticos, requerimientos del país de destino y el tiempo de entrega, esto lleva a que las empresas valoren un nuevo mercado de destino.

Luego de realizar la entrevista a distintos gerentes de exportación y funcionarios de las entidades públicas, se concluye que la exportación de maca representa el 10.5% de las exportaciones totales de productos agrícolas. Así mismo, el Perú es el tercer país exportador de maca a nivel mundial, esto debido a que los consumidores prefieren la maca peruana producida en las regiones Junín y Pasco.

Toda la investigación y la información adquirida nos da a conocer la importancia que tiene la intervención y apoyo de los agroexportadores ya sea por parte del gobierno local y entidades públicas, esto permite establecer estrategias y mejorar la asociatividad de productores y exportadores de maca.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Mi recomendación al sector público es brindar financiamiento y asesoría técnica a través de sus programas a productores de maca ya sea grandes o pequeñas empresas, esto debido a que hasta el momento solo brindan facilidades a cooperativas o grupos asociados. Así mismo, definir estrategias para mejorar e incrementar la producción y así buscar nuevos mercados de destino. Se cree que este punto es fundamental ya que gracias a ello más empresas iniciarán una mejor producción, por otra parte es fundamental que las entidades públicas promocionen nuestros productos agrícolas a través de ferias y misiones comerciales.

Se recomienda al gobierno central, a través de sus distintos programas. Trabajar y coordinar con los gobiernos locales de las regiones donde se produce la maca para la exportación y poder solucionar el tema del tránsito en el interior de nuestro país, esto ayudaría aminorar los costos logísticos. Así mismo, regular la maca como producto originario del Perú la cual evitaría que más países se apropien de nuestro producto.

Se recomienda a los productores y exportadores de maca asociarse para formar una organización, esto permitirá recibir financiamiento y asesoría técnica necesaria con el fin de alinearlos y cumplir con las exigencias y regulaciones que requiere el mercado estadounidense, esto evitará a que nuestro producto sea rechazado o detenido. Así mismo, se recomienda a las empresas exportadoras buscar nuevos mercados de destino que aminoren los costos logísticos y el tiempo de entrega.

## VII. REFERENCIAS

- 2018, E. C. (s.f.). *Principales productos exportados*. Recuperado de <https://peru.info/es-pe/comercio-exterior/noticias/7/29/los-principales-productos-que-exporta-el-peru>
- 2018, L. R. (s.f.). *Crisis en el cultivo y producción*. Recuperado de <https://larepublica.pe/economia/1058354-crisis-en-el-cultivo-y-produccion-de-maca-por-apropiacion-genetica-de-china>
- Agrodata. (s.f.). *Exportación de la maca 2018*. Recuperado de <https://www.agrodataperu.com/category/exportaciones/maca-exportacion>
- Anderson, M. (s.f.). *Escalas de medición*. Recuperado de <https://mauricioanderson.com/escalas-de-medicion-estadistica/>
- Arias, J. F. (2016). *Plan de negocios para la exportación de la maca negra orgánica a China (Tesis de magister en administración de empresas – MBA, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas)*. Lima. Recuperado de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/620920/5/Tesis+MBA+Directivo+version+final.pdf>
- Asían, M. (2015). *Importancia de la cadena de valor del cultivo de maca en las exportaciones al mercado internacional 2005-2013 (Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo)*. Trujillo. Recuperado de [http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/989/asianshu%C3%B1a\\_marlon.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/989/asianshu%C3%B1a_marlon.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- BANCOMEXT. (2002). *Glosario de términos técnicos en comercio internacional*. México. Recuperado de [http://www.intelligence-online.com/work/models/PIC/Contenidos/GlosariosComercioInternacional/Glosario%20de%20terminos%20de%20comercio%20internacional%20Bancomext\\_PIC.pdf](http://www.intelligence-online.com/work/models/PIC/Contenidos/GlosariosComercioInternacional/Glosario%20de%20terminos%20de%20comercio%20internacional%20Bancomext_PIC.pdf).
- BCRP. (2011). *Glosario de Términos Económicos*. Recuperado de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/Glosario-BCRP.pdf>.

- Comercio, E. (s.f.). *Agroproductos exportados*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/agroexportacion-alimentos-vende-peru-mundo-fotos-440816>
- Comercio., O. M. (2016). *Glosario básico: Los términos de comercio internacional más utilizados en la Organización Mundial del Comercio (OMC)*. Recuperado de <http://legacy.iica.int/Esp/Programas/AnalisisEstrategico/Boletin/2012/n07/Glosario%20de%20la%20OMC.pdf>
- Competitividad, L. (s.f.). Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/ventaja-comparativa.html>
- Complexity, O. O. (s.f.). *Crecimiento de la economía*. Recuperado de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/per/>
- Cornejo, E. (2015). *Comercio internacional*. (5.<sup>a</sup> ed.). Lima, Perú: San Marcos.
- Exportacion, P. (s.f.). *Precios de exportacion*. Recuperado de <https://primeraexportacion.com/documentos-tecnicos/el-precio-de-exportacion/>
- Fonseca, R. (2015). *Competitividad: la clave del éxito empresarial*. Colombia: Alfaomega.
- Gonzales, G. (2011). *Ethnobiology and Ethnopharmacology of *Lepidium meyenii* (Maca), a Plant from the Peruvian Highlands. Complemento basado en evidencia*. Recuperado de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3184420/>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2014), *Metodología de la investigación*. (6.<sup>a</sup> ed.). D.F., México: Mc Graw Hill.
- Houck, J., De Felipe, I. & Briz, J. (2014), *Comercio exterior agrario: fundamentos y análisis*. (4.<sup>a</sup> ed.). Madrid, España: Mundi-Prensa.
- Namakforoosh, M. (2011). *Metodología de la investigación*. (2.<sup>a</sup> ed.). D.F., México: Limusa.
- Pindyck, R. & Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía*. (7.<sup>a</sup> ed.). Madrid, España: PEARSON EDUCACIÓN. S.A.
- Porter, M. (2015). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. (2.<sup>a</sup> ed.). D.F., México: Prainted.

Porter, M. (2015). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. Madrid, España: Pirámide.

School, B. (s.f.). *Beneficios de la exportación*. Recuperado de <https://retos-directivos.eae.es/cuales-son-los-beneficios-de-exportar-productos-o-servicios/>

Sierralta, A. (2014). *Teoría evolutiva del comercio internacional*. Lima, Perú



## VIII. ANEXOS

### Anexo N° 1

#### MATRIZ DE CONSISTENCIA CUALITATIVA

“La experiencia competitiva en la exportación de maca en empresas del sector hacia los Estados Unidos entre los años 2015 al 2019”

MATRIZ DE CONSISTENCIA CUALITATIVA						
TITULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	SUPUESTOS	CATEGORIAS	SUB CATEGORIAS	TIPO DE INVESTIGACIÓN
La experiencia competitiva en la exportación de maca en empresas del sector hacia los Estados Unidos entre los años 2015 al 2019	PROBLEMA GENERAL ¿Cómo es la competitividad en la exportación de la maca peruana en los Estados Unidos en los años 2015-2019?	OBJETIVO GENERAL	SUPUESTO PRINCIPAL	Innovación	Innovación de producto	CUALITATIVO
		Analizar cómo fue la competitividad en la exportación de la maca peruana a los Estados Unidos durante los años 2015-2019.	La competitividad en la exportación de la maca peruana a los Estados Unidos fueron favorables para el Perú durante los años 2015-2019.		Capital	
				Ventaja Competitiva		Innovación de máquinas que hacen productos
					Liderazgo en costos	Areas de Producción
				Diferenciación		TIPO
					Segmentación	
				Productos exportados		Orientado a la solución del problema (b)
					Cantidades exportadas	DISEÑO
				Clientes potenciales		
		Valor de Exportación	Controles de capitales		ENTREVISTA: GUIÓN DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA	
Precio de exportación						
Operatividad	Cotización					
	Ventajas operativas					
	Ventajas de mercado					
					Ventajas en cuanto a ingresos	
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>SUPUESTOS ESPECÍFICOS</b>				
¿Cómo es la innovación en el incremento del volumen de exportación de la maca peruana a los Estados Unidos en los años 2015-2019?	Analizar cómo fue la innovación en el incremento del volumen de exportación de la maca peruana a los Estados Unidos durante los años 2015-2019	La innovación en el incremento del volumen de exportación de la maca peruana durante los años 2015-2019 fueron favorable.		Volumen de Exportación		
¿Cómo es la producción diferenciada que genera un mayor valor de exportación de la maca peruana en los Estados Unidos en los años 2015-2019?	Interpretar cómo es la producción diferenciada que genera mayor valor de exportación de maca peruana a los Estados Unidos durante los años 2015-2019.	La producción diferenciada que genera un mayor valor de exportación de la maca peruana en los años 2015-2019 tuvo tendencia positiva.		Valor de Exportación		
¿Cómo son los costos logísticos y su operatividad en la exportación de maca a los Estados Unidos en los años 2015-2019?	Valorar los costos logísticos y la operatividad en la exportación de maca a los Estados Unidos durante los años 2015-2019.	Los costos logísticos y su operatividad en la exportación de la maca peruana en los años 2015-2019 fueron favorables.		Operatividad		

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo N° 2**

Cuadro N° 1.

<b>DESCRIPCIÓN DEL CONTEXTO INTERNO</b>			
<b>Segmento / Contexto</b>	<b>SEGMENTO 1: GERENTES DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE MACA</b>	<b>SEGMENTO 2: REPRESENTANTES DE EMPRESAS PRODUCTORAS</b>	<b>SEGMENTO 3: REPRESENTANTES DE ORGANISMOS PÚBLICO</b>
<b>Observaciones antes de la entrevista</b>	El gerente de exportación tuvo buena disponibilidad y un trato amable para poder filmar la entrevista, el inicio se dio 15 minutos después de la hora acordada debido a percances en la empresa.	El gerente de producción fue muy amable y mostro mucho interés en la entrevista, tuvo buena disposición y la entrevista inicio 30 minutos después de la hora pactada.	La representante del sector público tuvo buena disponibilidad y trato amable pero por políticas de la entidad nos mencionó que no se puede filmar y tomar fotos dentro de las instalaciones, por lo tanto solo se grabó en audio la entrevista la cual se dio inicio dentro de la hora pactada.
<b>Observaciones durante la entrevista</b>	El gerente es una persona que cuenta con experiencia en el rubro de exportaciones de productos agrícolas, se mostró muy seguro y nos compartió su punto de vista en relación a las preguntas planteadas.	El entrevistado cuenta con amplia experiencia en el ámbito de producción, se expresó libremente de acuerdo a las preguntas planteadas, nos sugirió visitar algunas regiones de producción en temporadas de cosecha.	La representante de la entidad pública cuenta con aplica experiencia dentro del sector de exportaciones de productos agrícolas y se expresó libremente de acuerdo a las preguntas planteadas, se sentía muy segura y nos compartió parte de sus experiencia.
<b>Observaciones después de la entrevista</b>	En el cierre de la entrevista, el gerente nos corrigió algunas preguntas que estaban mal planteadas y nos sugirió cambiar de producto por uno más comercializado. Así mismo, dio sugerencias para el crecimiento de las exportaciones de productos agrícolas.	El entrevistado recalca durante toda la entrevista que no cuentan con apoyo por parte del estado en lo que respecta asistencias técnicas. Así mismo, recalca que la empresa solo produce y las exportaciones no son de gran relevancia.	La representante nos recalca que toda empresa que desea ingresar al mundo de las exportaciones primero debe abastecer el mercado nacional. Así mismo planteo sugerencias para que entidades públicas brinden mayor apoyo a los productores.

<b>Conclusión general por segmento</b>	La entrevista realizada al gerente fue muy buena, nos ayudó aclarar algunos conceptos y permitió poder aportar información valiosa a nuestro proyecto de investigación.	La entrevista realizada al gerente de producción fue muy buena, nos brindó respuestas concretas y puntos de vista respecto a producción. Nos recomendó visitar zonas de producción pero en épocas de cosecha que es en julio y agosto.	Luego de la entrevista realizada a la representante del sector público, quedamos muy satisfechos ya que confirmo muchos puntos que se había tratado con los representantes de exportaciones y productores, por lo tanto nos brindó información muy valiosa para nuestro proyecto de investigación.
----------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N° 2.

GUÍA DE ENTREVISTA - INVESTIGACIÓN CUALITATIVA			
Segmento / Categorías	SEGMENTO 1: GERENTES DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE MACA	SEGMENTO 2: REPRESENTANTES DE EMPRESAS PRODUCTORAS	SEGMENTO 3: REPRESENTANTES DE ORGANISMOS PUBLICO
<b>Innovación</b>	¿Qué estrategias utiliza para la innovación del producto? ¿Por qué?	En su opinión ¿Cómo cree usted que la tecnología mejora la producción de maca?	¿Qué asistencias técnicas brinda el estado a los productores de maca?
	¿Cómo innova los procesos productivos de la maca?	¿El producto cuenta con un control de calidad?	
	¿Qué tecnología implementan para un mayor desarrollo en la producción de maca?		
<b>Productividad</b>	¿Qué certificaciones cuenta la maca para la exportación?	¿Qué estrategia utiliza para que su empresa incremente su producción?	¿Cuáles son las medidas de certificación y regulaciones en el área productiva?
	¿Cuáles son los requerimientos y exigencias del mercado americano para producir maca?	¿Cuánto es el tiempo estimado para la producción de maca?	
	¿Por qué la maca se exporta más a los Estados Unidos?	¿Cómo es el proceso de producción de la maca?	

<b>Ventaja Competitiva</b>	¿Cómo se diferencia la calidad de la maca peruana a diferencia de otros países productores?	¿Cuál es la ventaja de competencia o diferenciación que tiene su producto?	No Aplica
	¿A qué segmento está dirigido la maca dentro del mercado estadounidense?	¿Qué beneficios ofrece su producto al exportador para su comercialización?	
	¿Cómo son los precios de oferta exportable para la empresa?		
<b>Volumen de Exportación</b>	¿Cómo han crecido las exportaciones de maca desde el año 2015 al 2019?	No Aplica	¿En qué región del Perú hay una mayor oferta de producción y exportación de maca?
	¿Qué estado de los Estados Unidos tiene mayor nivel de compra de la maca peruana?		
	¿Qué rendimiento y utilidades tiene el sector agrícola?		
<b>Valor de Exportación</b>	¿Cuál es el valor comercial y nutritivo de la maca peruana dentro del mercado americano?	¿Qué región es la apropiada para la producción de maca?	¿Cuál es el asociativismo que existe entre las políticas públicas que financian el sector agrícola?
	¿Cómo la exportación de maca creció en los últimos 5 años en el país?	¿Cuánto es su producción anual de maca?	
	¿Cómo contribuye la exportación de maca al desarrollo y consolidación de su empresa?		
<b>Operatividad</b>	¿Qué envases y embalajes requiere la maca para su exportación?	¿Con que ventajas cuenta su producto para ser comercializado?	No Aplica
	¿Cuáles son las zonas productoras de maca en el Perú y como es el transporte hacia el punto de embarque?	¿Su empresa está asociada a alguna cooperativa que le brinde apoyo en la comercialización de su producto?	
	¿Cuáles son los documentos que se requiere para la exportación de maca?		

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N° 3.

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA – CONCLUSIONES POR SEGMENTO Y CATEGORÍAS			
Segmento / Categorías	SEGMENTO 1: GERENTES DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE MACA	SEGMENTO 2: REPRESENTANTES DE EMPRESAS PRODUCTORAS	SEGMENTO 3: REPRESENTANTES DE ORGANISMOS PÚBLICOS
<b>Innovación</b>	Las empresas en el sector no tradicional inician su experiencia con productos naturales diferenciando las características del insumo que puede ser polvo, deshidratados y blends. Además, la diferenciación le permite incrementar su calidad y de forma paralela incrementa su innovación e investigación según exigencia del mercado de destino. Esto exige a las empresas a implementar nuevas tecnologías que incrementen estándares y protocolos de calidad.	La tecnología aplicada en la producción de maca es muy favorable para las empresas productoras puesto que permite abarcar más hectáreas de cultivo. Así mismo, ayuda en la elaboración de materia prima y derivados siempre en cuando se cuenta con la capacitación técnica pertinente. Esto conlleva a que las empresas obtienen un producto de mayor calidad para su comercialización	Existen funciones transferidas a los gobiernos regionales en dirección de agricultura los cuales desarrollan proyectos que impulsan el crecimiento de la producción de maca a través de sus programas como Agrorual, Inia, Agroideas y Sierra Exportadora, los objetivos de estos proyectos es brindar información de servicios, productos agrarios, identificar necesidades y demanda de productores. Por parte de la INIA y los gobiernos regionales asocia técnicos de las zonas con organizaciones de producción y brinda

			capacitación técnica adecuada.
<b>Productividad</b>	<p>Las certificaciones dependen mucho del país de destino esto debido a que no todas rigen para todos los países, en principio lo que el mercado estadounidense requiere es la certificación orgánica la cual varía de acuerdo al tipo de producto: harina de maca, maca gelatinizada y capsulas de maca para la cual se requiere el certificado fitosanitario y ya que reprocesan la maca la exigencia para tal es la calidad del producto. Esto lleva a que los EEUU sea el principal comprador de maca por el valor nutritivo y sus propiedades energizantes.</p>	<p>La estrategia más utilizada por las empresas en cuanto a producción es calidad tanto en producto orgánico y derivados la cual permite incrementar las ventas y se requiere una mayor producción. El tiempo aproximado que se requiere para la producción de maca es de 1 año partiendo del preparado de la tierra la cual se da 4 meses antes del sembrío y el proceso por la que pasa es, preparado de tierra, sembrío, cultivo, cosecha y secado.</p>	<p>En principio las organizaciones hacen seguimiento a las certificaciones, regulaciones y exigencias de acceso a los mercados internacionales, esto evita las detenciones o rechazos de los productos exportados, entre ellos se tiene los registros sanitarios otorgados por Digesa, para capsulas de maca certificados sanitarios otorgado por la Digemid, certificado sanitario con análisis microbiológico acreditado por la Inacal, certificación de la línea orgánica otorgado por</p>

			Senasa y buenas prácticas agrícolas. Además, Minagri debe tener registrado las certificaciones que deben cumplir con los reglamentos y exigencias.
<b>Ventaja Competitiva</b>	<p>La gran ventaja competitiva con la que cuenta la maca peruana frente a sus principales competidores es la calidad y el origen, esto debido a que los compradores prefieren la maca peruana producida en Junín por las propiedades nutritivas con las que cuenta siempre en cuando tengan las certificación de origen. La maca no está dirigido a un segmento en específico ya que los compradores reprocesan el producto o van dirigidos al consumidor final dependiendo del requerimiento. Esto</p>	<p>La principal ventaja competitiva de las empresas productos es que la maca se siembra y cosecha en Junín con un tratado natural para la adquisición correcta de sus bondades nutritivas, la cual pasa por procesos de calidad en cuanto secado y elaboración de derivados. Esto lleva a que el consumidor es el principal beneficiado ya que se brinda información sobre todo el protocolo de producción de la maca</p>	No Aplica

	<p>conlleve a que el precio de oferta exportable borde de los \$7 a \$10 hasta los \$25 a \$70 dólares el Kilo de acuerdo a la distinción de calidad que brinda la empresa.</p>		
<b>Volumen de Exportación</b>	<p>Debido a la explosión del producto que se llevó a cabo en el 2015 por la demanda de mercado asiático, el volumen de exportación para las empresas tuvo un crecimiento importante llegándose a exportar de 5 a 30 toneladas y hasta 50 si un cliente lo requiere, de acuerdo a los exportadores significa un crecimiento entre los 10 y 15%. Esto indica que la maca es un producto rentable por lo tanto se debe buscar nuevos mercados de destino considerando a México y Brasil como posibles destinos.</p>	No Aplica	<p>La maca es cultivada en Pasco, Anchas, Junín, Huancavelica, Apurímac, Ayacucho, Puno y Huánuco, pero las regiones de mayor producción son Pasco y Junín teniendo a distritos como: Huayllay, Simón Bolívar, Ninacaca, Tinyahuarco, Ticsacayan, Vicco, Carhumayo, Ondores, Ulcumayo, las orillas del lago Chinchaycocha y el altiplano más grande del Perú la Meseta del Bombón, como país somos el principal demandante teniendo en cuenta a Lima como</p>



			<p>un gran mercado en lo que respecta a consumo y en el mercado internacional tenemos a los Estados Unidos, Brasil, Canadá, Japón, entre otros.</p>
<p><b>Valor de Exportación</b></p>	<p>Según especialistas en nutrición la maca es considerada como el mejor producto agrícola gracias a sus valores nutritivos y el valor comercial que se le da es otorgar información acerca de estos valores al consumidor. La rentabilidad que genera la exportación de maca contribuye al crecimiento del empresario, mejorando su infraestructura, calidad de vida y generando empleos directos e indirectos la cual ayuda a mejorar la economía.</p>	<p>Las regiones más apropiadas para la producción de maca son Pasco y Junín teniendo a la meseta del bombón y la orilla del lago Chinchaycocha como principales zonas productoras, esto no discrimina otras zonas como el valle del Mantaro y la región Huancavelica que son los principales abastecedores del mercado nacional. La producción anual de maca van desde 5 a 150 toneladas de las cuales según los productores el 80% se dispone a la exportación y el 20% al consumo nacional</p>	<p>La asociatividad es un elemento fundamental para el desarrollo agrario el cual depende mucho de los programas que financian o pagan la producción. Además, el Minagri impulsa a que los productores se organicen y adopten los cultivos que creen convenientes para así formar asociaciones u organizaciones. Respecto a los tratados de libre comercio hacen que los mercados se mantengan de manera equilibrada y favorecen el acceso de productos a los mercados</p>

			internacionales, en caso de la maca a los Estados Unidos tiene un arancel 0.
<b>Operatividad</b>	<p>Las regiones donde existe una mayor oferta de producción son Pasco, Junín, Huancavelica y el transporte hacia las plantas de procesamiento de las empresas es en camión hermético cerrado. Él envió se realiza vía aérea o marítimo y los envases que se requiere son de acuerdo a la solicitud del consumidor donde tenemos empaques al vacío, cajas, costales, bolsas de polietileno, cartón doble corrugado y si se requiere en grandes cantidades contenedor o pallets de 1 tonelada. Además los documentos que se necesitan para la</p>	<p>Las ventajas con las que cuenta las empresas es que producen y comercializan un producto originario del Perú, con calidad y un gran valor nutritivo en la cadena alimenticia la cual te lleva a una buena calidad de vida y prevenir enfermedades. La gran mayoría de estas empresas no están asociadas a cooperativas que brindan apoyo a la comercialización de su producto puesto que ya cuentan con compradores fijos.</p>	No Aplica

exportación son: factura comercial, guía, bill of lading, packing list, los certificados pertinentes de acuerdo al requerimiento de los mercados de destino y los incoterms más utilizados son FOB, EXW o lo que solicite el comprador.

Fuente: Elaboración propia.

### Anexo N° 3

EJECUCION Y PERSPECTIVAS DE LA INFORMACION AGRICOLA																		
CAMPAÑA AGRICOLA																		
2017-2018																		
			SIEMBRAS															
			COSECHAS															
CULTIVO	VARIABLES	TOTAL EJEC.	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
MACA	Sup. Verde (ha.)		182.00	6.00	35.00	122.00	175.00	190.00	190.00	190.00	190.00	171.00	15.00	0.00	1.00	64.00	106.00	123.00
	Siembra (ha.)	190.00		6.00	29.00	87.00	53.00	15.00										
	Cosechas (ha.)	190.00										19.00	156.00	15.00				
	Rendimiento (Kg./ha.)	5,308.00										6,736.84	5,358.97	2,968.00				
	Produccion (t.)	1,008.52										128.00	836.00	44.52				
	Precio Chacra (S/Kg.)	2.48										3.80	2.30	2.07				

Fuente: Dirección de Información Agraria Pasco.

**Anexo N° 4.**

<b>PAIS ORIGEN</b>	<b>PAIS DESTINO</b>	<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>ADVALOREM</b>
<b>Perú</b>	Estados Unidos	1106.20.10	Flour, semolina, and maca powder	0%
<b>Otros países</b>	Estados Unidos	1106.20.10	Flour, semolina, and maca powder	8.3%

Fuente: Aduanas Estados Unidos.

**Anexo N° 5.**

<b>PAIS</b>	<b>PUERTO</b>	<b>DIAS DE TRANSITO</b>
PERÚ	CALLAO	0 DIAS
PERÚ	MIAMI	15 DIAS
PERÚ	PORT EVERGLADES	15 DIAS
PERÚ	CHARLESTON	16 DIAS
PERÚ	NORFLOK	17 DIAS
PERÚ	BALTIMORE	17 DIAS
PERÚ	NEW YORK	18 DIAS

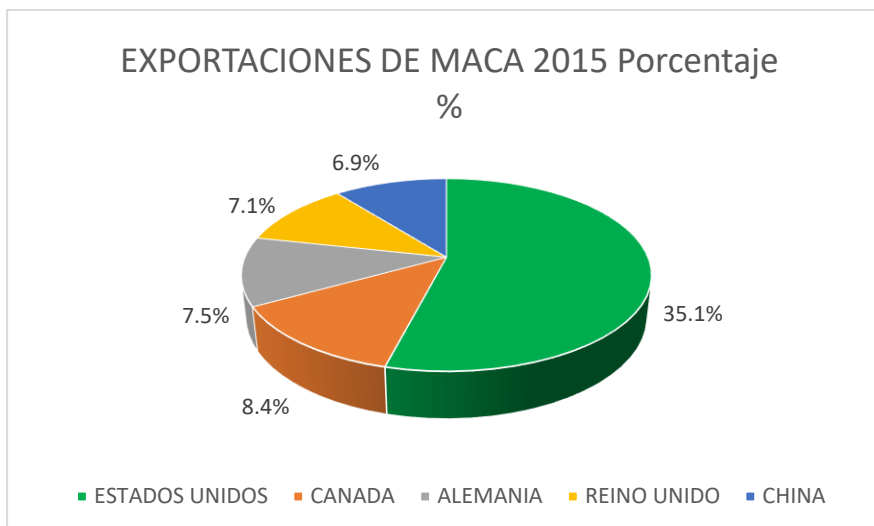
Fuente: Rutas del Exportador

**Anexo N° 6.**

Cuadro N° 1.

<b>EXPORTACIONES DE MACA 2015</b>			
<b>País de Destino</b>	<b>Valor FOB(dólares)</b>	<b>Peso Neto(Kilos)</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	9,412,500.49	485,095.78	35.1%
<b>CANADA</b>	2,248,703.63	92,566.67	8.4%
<b>ALEMANIA</b>	2,004,572.25	104,417.15	7.5%
<b>REINO UNIDO</b>	1,904,640.03	125,544.67	7.1%
<b>CHINA</b>	1,853,159.02	80,115.59	6.9%

Fuente: SUNAT.

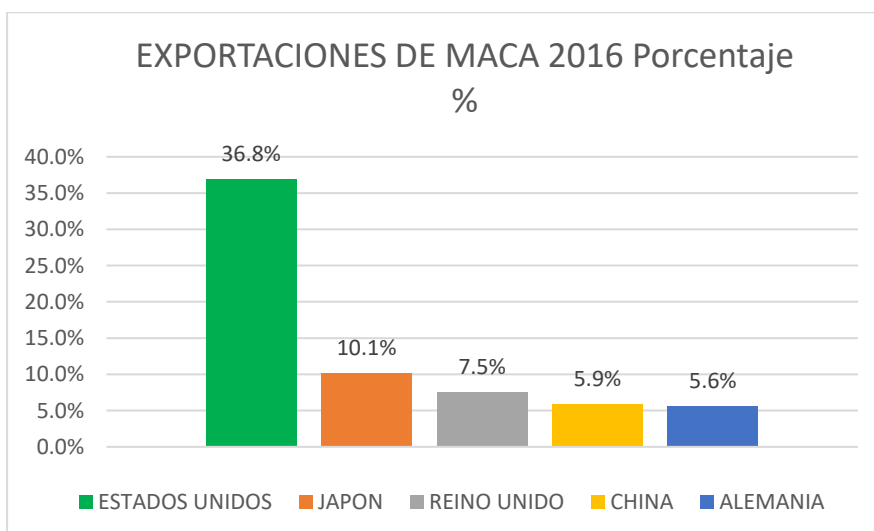


Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N° 2.

<b>EXPORTACIONES DE MACA 2016</b>			
<b>País de Destino</b>	<b>Valor FOB(dólares)</b>	<b>Peso Neto(Kilos)</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	5,535,834.34	693,227.37	36.8%
<b>JAPON</b>	1,517,852.35	100,569.10	10.1%
<b>REINO UNIDO</b>	1,132,854.07	172,071.70	7.5%
<b>CHINA</b>	884,734.55	142,557.30	5.9%
<b>ALEMANIA</b>	838,172.07	135,391.97	5.6%

Fuente: SUNAT.

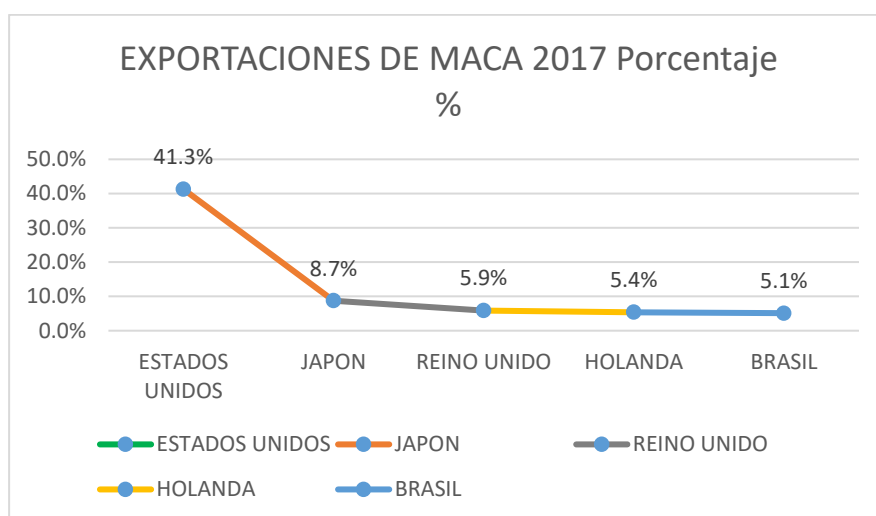


Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N° 3.

<b>EXPORTACIONES DE MACA 2017</b>			
<b>País de Destino</b>	<b>Valor FOB(dólares)</b>	<b>Peso Neto(Kilos)</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	5,061,475.11	1,023,695.20	41.3%
<b>JAPON</b>	1,071,813.14	110,668.07	8.7%
<b>REINO UNIDO</b>	719,950.93	203,517.98	5.9%
<b>HOLANDA</b>	658,202.65	207,391.83	5.4%
<b>BRASIL</b>	627,948.05	172,256.85	5.1%

Fuente: SUNAT.

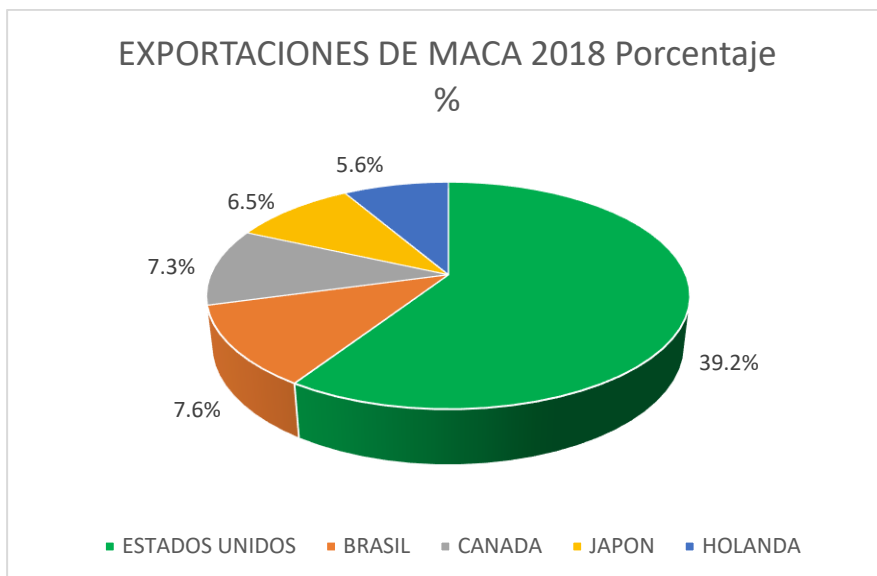


Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N° 4.

<b>EXPORTACIONES DE MACA 2018</b>			
<b>País de Destino</b>	<b>Valor FOB(dólares)</b>	<b>Peso Neto(Kilos)</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	4,423,568.11	993,111.20	39.2%
<b>BRASIL</b>	862,714.85	280,420.00	7.6%
<b>CANADA</b>	823,044.14	140,086.11	7.3%
<b>JAPON</b>	734,603.81	77,193.41	6.5%
<b>HOLANDA</b>	628,849.71	165,589.96	5.6%

Fuente: SUNAT.

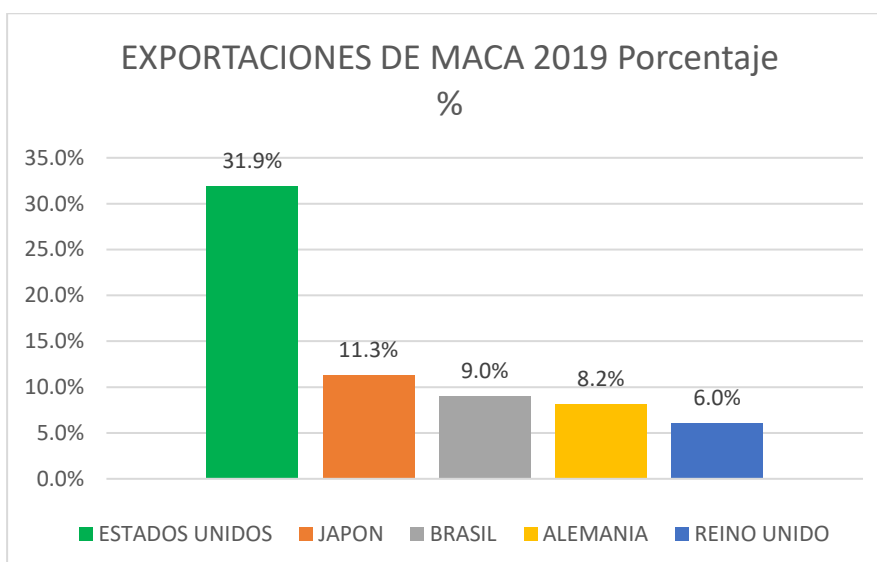


Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N° 5.

<b>EXPORTACIONES DE MACA 2019</b>			
<b>País de Destino</b>	<b>Valor FOB(dólares)</b>	<b>Peso Neto(Kilos)</b>	<b>Porcentaje %</b>
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	3,157,265.08	659,444.89	31.9%
<b>JAPON</b>	1,120,051.81	104,694.20	11.3%
<b>BRASIL</b>	895,294.80	224,361.85	9.0%
<b>ALEMANIA</b>	808,987.39	160,997.95	8.2%
<b>REINO UNIDO</b>	596,952.80	149,517.00	6.0%

Fuente: SUNAT.

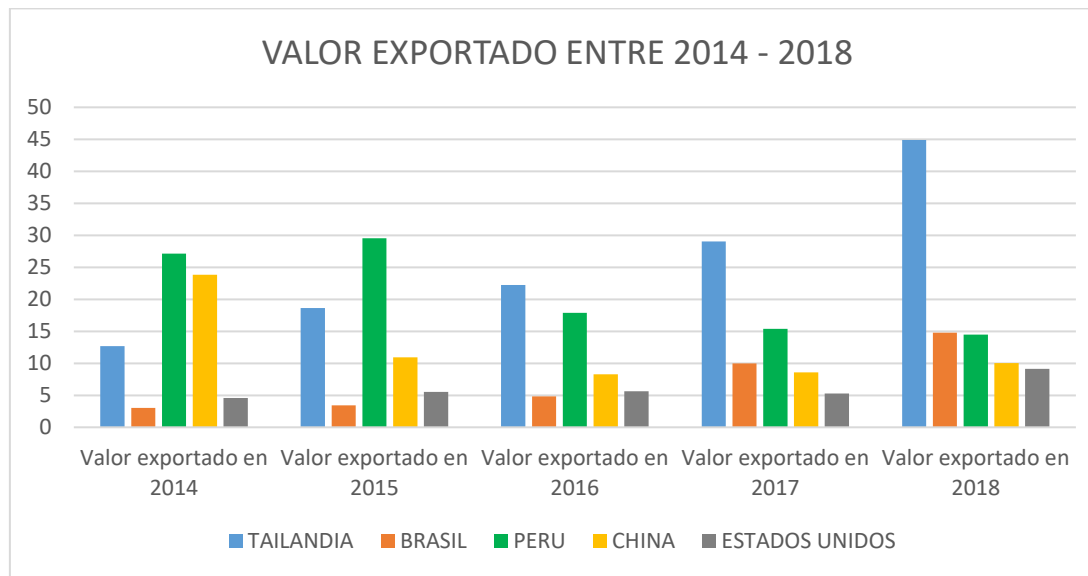


Fuente: Elaboración propia.

**Anexo N° 7.**

Exportadores	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Porcentaje
<b>TAILANDIA</b>	12.692	18.618	22.252	29.059	44.889	32.5%
<b>BRASIL</b>	3.029	3.426	4.838	9.966	14.801	10.7%
<b>PERU</b>	27.163	29.537	17.89	15.385	14.477	10.5%
<b>CHINA</b>	23.82	10.92	8.26	8.609	10.036	7.3%
<b>ESTADOS UNIDOS</b>	4.575	5.55	5.63	5.262	9.111	6.6%

Fuente: SUNAT



Fuente: Elaboración Propia.



## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mg. Roberto Macha Huamán

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales EAP de Negocios Internacionales de la UCV, en la sede ATE, 2019-II, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Licenciado en Negocios Internacionales.

El título de mi proyecto de investigación es: La experiencia competitiva en la exportación de maca en empresas del sector hacia los Estados Unidos entre los años 2015 al 2019. Siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las categorías y segmentos.
- Matriz de operacionalización.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



FIRMA

RAMOS URBANO, Josep Vladimir

D.N.I: 72352270

## DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS CATEGORIAS: EXPORTACIÓN

**Categoría 1: Volumen de Exportación,** La BCRP (2015) detalla las cantidades exportadas como “Comercializaciones detalladas en medidas físicas de valor, esto debido a que los volúmenes de las exportaciones cada vez es mayor y esta elevada para que se pueda producir por productores locales, nacionales e internacionales”.

Los volúmenes de exportación son el volumen de productos exportados dentro de un determinado tiempo, ello nos indica el informe técnico de la evolución de un producto y el crecimiento de las exportaciones.

**Categoría 2: Valor de exportación,** El Banco Mundial (2015) “define el valor de exportación como las exportaciones (FOB) convertido a dólares estadounidenses y expresados como porcentaje del promedio para un período base”. El valor de exportación es el valor monetario que se solicita a cambio del producto que se ofrece, la cual es expresado en dólares y puede sufrir variaciones de disminución y crecimiento.

**Categoría 3: Operatividad,** La operatividad aduanera es muy compleja y exige el cumplimiento de una serie de requisitos que, de no hacerlo, puede entorpecer y encarecer la operación. Por esta razón, antes de realizar la transacción es aconsejable tener la seguridad de que hemos tenido todos los aspectos en cuenta entre ellos: clasificaciones arancelarias de la mercancía, partida arancelaria, la nota explicativa, aranceles aplicables, IVA e impuestos especiales, documentación general y específica exigida en la aduana de exportaciones y el número de exportador autorizado.

**ENTREVISTA DEL SEGMENTO 1: GERENTES DE EMPRESAS  
EXPORTADORAS DE MACA**

Estimado(a) Usuario, el presente cuestionario trata sobre **exportación**, tiene como propósito recoger información para conocer la exportación de maca y buscar alternativas de solución. Es de carácter anónimo, por lo que le solicitamos responder con sinceridad, veracidad y con total libertad, marcando con una (x) el casillero de la alternativa que consideres pertinente.

Muchas Gracias.

Nº	EXPORTACIÓN	Respuesta del entrevistado
1	¿Qué estrategias utiliza para la innovación del producto? ¿Por qué?	
2	¿Cómo innova los procesos productivos de la maca?	
3	¿Qué tecnología implementan para un mayor desarrollo en la producción de maca?	
4	¿Qué certificaciones cuenta la maca para la exportación?	
5	¿Cuáles son los requerimientos y exigencias del mercado americano para producir maca?	
6	¿Por qué la maca se exporta más a los Estados Unidos?	
7	¿Cómo se diferencia la calidad de la maca peruana a diferencia de otros países productores?	
8	¿A qué segmento está dirigido la maca dentro del mercado estadounidense?	
9	¿Cómo son los precios de oferta exportable para la empresa?	
10	¿Cómo han crecido las exportaciones de maca desde el año 2015 al 2019?	
11	¿Qué estado de los Estados Unidos tiene mayor nivel de compra de la maca peruana?	
12	¿Qué rendimiento y utilidades tiene el sector agrícola?	
13	¿Cuál es el valor comercial y nutritivo de la maca peruana dentro del mercado americano?	
14	¿Cómo la exportación de maca creció en los últimos 5 años en el país?	
15	¿Cómo contribuye la exportación de maca al desarrollo y consolidación de su empresa?	
16	¿Qué envases y embalajes requiere la maca para su exportación?	
17	¿Cuáles son las zonas productoras de maca en el Perú y como es el transporte hacia el punto de embarque?	
18	¿Cuáles son los documentos que se requiere para la exportación de maca?	

**MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS CATEGORIAS Y SUB CATEGORIAS**

<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUB CATEGORIAS</b>	<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b>
<b>Volumen de Exportación</b>	Cantidades exportadas	
	Clientes potenciales	<b>DISEÑO</b>
<b>Valor de Exportación</b>	Controles de capitales	<b>FENOMENOLÓGICO (1) TEORÍA FUND, ESTUDIO DE CASO(1) INVESTIGACIÓN ACCION (2)</b>
	Precio de exportación	<b>TECNICA</b>
	Cotización	<b>ENTREVISTA: GUIÓN DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA</b>
<b>Operatividad</b>	Ventajas operativas	
	Ventajas de mercado	
	Ventajas en cuanto a ingresos	

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO**

N°	Segmento / Ítems	Pertinencia <sub>1</sub>		Relevancia <sub>2</sub>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>GERENTES DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE MACA</b>								
1	¿Qué estrategias utiliza para la innovación del producto? ¿Por qué?	✓						
2	¿Cómo innova los procesos productivos de la maca?	✓						
3	¿Qué tecnología implementan para un mayor desarrollo en la producción de maca?	✓						
4	¿Qué certificaciones cuenta la maca para la exportación?	✓				✓		
5	¿Cuáles son los requerimientos y exigencias del mercado americano para producir maca?	✓		✓				
6	¿Por qué la maca se exporta más a los Estados Unidos?	✓						
7	¿Cómo se diferencia la calidad de la maca peruana a diferencia de otros países productores?	✓						
8	¿A qué segmento está dirigido la maca dentro del mercado estadounidense?	✓						
9	¿Cómo son los precios de oferta exportable para la empresa?	✓						
10	¿Cómo han crecido las exportaciones de maca desde el año 2015 al 2019?			✓				
11	¿Qué estado de los Estados Unidos tiene mayor nivel de compra de la maca peruana?	✓						
12	¿Qué rendimiento y utilidades tiene el sector agrícola?	✓						
13	¿Cuál es el valor comercial y nutritivo de la maca peruana dentro del mercado americano?	✓						
14	¿Cómo la exportación de maca creció en los últimos 5 años en el país?	✓						
15	¿Cómo contribuye la exportación de maca al desarrollo y consolidación de su empresa?	✓						
16	¿Qué envases y embalajes requiere la maca para su exportación?	✓						

17	¿Cuáles son las zonas productoras de maca en el Perú y como es el transporte hacia el punto de embarque?	✓						
18	¿Cuáles son los documentos que se requiere para la exportación de maca?	✓						

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable    Aplicable después de corregir    No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Macha Huamán, Roberto

DNI: 03.500957

Especialidad del validador: Comercio Internacional y Aduanas  
19 de Julio del 2019.

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

## DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS CATEGORIAS: COMPETITIVIDAD

**Categoría 1: Innovación,** La innovación es la capacidad de ir cambiando continuamente los productos o servicios gracias a la persecución constante de las preferencias y la tendencia de los clientes, así como la visión de la calidad con la que viene asociada. Esta habilidad en últimas no solo permite modificar los productos y servicios sino también los procesos que se llevan a cabo y los recursos empleados, si fuera necesario. Según Fonseca (2015) argumenta que: “La innovación conlleva tecnología. Visto desde la capacidad de generar o introducir innovación tecnológica, las empresas multinacionales prefieren traer la tecnología del extranjero en la forma de adquisición de bienes de capital, informática, licencias y patentes” (p.153).

**Categoría 2: Productividad,** Durante el proceso de producción, toda empresa transforma los factores de producción. Dichos factores deben ser utilizados por las empresas durante el proceso de producción. En tanto, Pindyck y Rubinfeld (2008) precisa la productividad como: Toda empresa puede convertir los factores de producción en distintas formas y combinaciones de trabajo, capitales y materias primas, las mismas pueden estar relacionadas con el proceso de producción y la producción resultante a función a obtener una empresa con combinaciones específicas. (p. 209). Según Rubio y Baz (2002) la productividad es la conexión entre el producto y los elementos que ayudan a conseguir dicha producción, la misma puede cambiar por distintos factores así como insumos materiales, técnicos, capitales o humanos. Por otra parte el principio más relevante durante la producción, las organizaciones de las empresas, la calidad de los productos y el incremento de otros nuevos. (p. 17)

**Categoría 3: Ventaja Competitiva,** Porter (1980) describe la estrategia competitiva, como las acciones ofensivas o defensivas de una empresa para crear una posición defendible dentro de una industria, acciones que eran la respuesta en las cinco fuerzas competitivas con las cuales buscaba obtener un importante rendimiento sobre la inversión. En tanto, Ivancevich (1996) explica la competitividad como: La disposición en la que un país en condiciones de constante y libre mercado está apto para elaborar bienes y servicios que superen con gran logro las evaluaciones en los mercados internacionales, conservando y adicionando la renta de cada uno de sus habitantes.

**ENTREVISTA DEL SEGMENTO 2: REPRESENTANTES DE EMPRESAS  
PRODUCTORAS**

Estimado(a) Usuario, el presente cuestionario trata sobre la **competitividad**, tiene como propósito recoger información acerca de la producción, identificar los problemas y plantear alternativas de mejora. Es de carácter anónimo, por lo que te solicitamos responder con sinceridad, veracidad y con total libertad, marcando con una (x) el casillero de la alternativa que consideres pertinente.

Muchas Gracias.

Nº	PRODUCTIVIDAD	RESPUESTA DEL ENTREVISTADO
1	En su opinión ¿Cómo cree usted que la tecnología mejora la producción de maca?	
2	¿El producto cuenta con un control de calidad?	
3	¿Qué estrategia utiliza para que su empresa incremente su producción?	
4	¿Cuánto es el tiempo estimado para la producción de maca?	
5	¿Cómo es el proceso de producción de la maca?	
6	¿Cuál es la ventaja de competencia o diferenciación que tiene su producto?	
7	¿Qué beneficios ofrece su producto al exportador para su comercialización?	
8	¿Qué región es la apropiada para la producción de maca?	
9	¿Cuánto es su producción anual de maca?	
10	¿Con que ventajas cuenta su producto para ser comercializado?	
11	¿Su empresa está asociada a alguna cooperativa que le brinde apoyo en la comercialización de su producto?	



**MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS CATEGORIAS Y SUB CATEGORIAS**

<b>CATEGORIAS</b>	<b>SUB CATEGORIAS</b>	<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b>
<b>Innovación</b>	Innovación de producto	
	Innovación de proceso	CUALITATIVO
	Innovación de máquinas que hacen productos	PARADIGMA
<b>Productividad</b>	Áreas de Producción	Interpretativo-constructivista- sociocrítico
	Capital	
		<b>METODO</b> Inductivo
<b>Ventaja Competitiva</b>	Liderazgo en costos	<b>TIPO</b>
	Diferenciación	
	Segmentación	Orientado a la comprensión del problema (a)

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO**

Nº	Segmento / Ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>REPRESENTANTES DE EMPRESAS PRODUCTORAS</b>								
1	En su opinión ¿Cómo cree usted que la tecnología mejora la producción de maca?	✓						
2	¿El producto cuenta con un control de calidad?	✓						
3	¿Qué estrategia utiliza para que su empresa incremente su producción?	✓						
4	¿Cuánto es el tiempo estimado para la producción de maca?	✓						
5	¿Cómo es el proceso de producción de la maca?	✓						
6	¿Cuál es la ventaja de competencia o diferenciación que tiene su producto?	✓						
7	¿Qué beneficios ofrece su producto al exportador para su comercialización?	✓						
8	¿Qué región es la apropiada para la producción de maca?	✓						
9	¿Cuánto es su producción anual de maca?	✓						
10	¿Con que ventajas cuenta su producto para ser comercializado?	✓						
11	¿Su empresa está asociada a alguna cooperativa que le brinde apoyo en la comercialización de su producto?	✓						

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable    Aplicable después de corregir    No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Macha Huamán Roberto

DNI: 07500952

Especialidad del validador: Comercio Internacional y Aduanas

... 19 de Julio del 2019.

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mg. Vladimir Eloy Villanueva Orbegoso

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales EAP de Negocios Internacionales de la UCV, en la sede ATE, 2019-II, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Licenciado en Negocios Internacionales.

El título de mi proyecto de investigación es: La experiencia competitiva en la exportación de maca en empresas del sector hacia los Estados Unidos entre los años 2015 al 2019. Siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las categorías y segmentos.
- Matriz de operacionalización.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



FIRMA

RAMOS URBANO, Jhosep Vladimir

D.N.I: 72352270

17	¿Cuáles son las zonas productoras de maca en el Perú y como es el transporte hacia el punto de embarque?	✓		✓		✓	
18	¿Cuáles son los documentos que se requiere para la exportación de maca?	✓		✓		✓	

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable    Aplicable después de corregir    No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: *Vladimir Villanueva Ortega*

DNI: *29687615*

Especialidad del validador: *Financas, proyectos de inversión*

*17* de *Jul* del 20*17*

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
-----  
Firma del Experto Informante.

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable ]   Aplicable después de corregir [ ]   No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: *Nadimir Villanueva Obregon*

DNI: *29685615*

Especialidad del validador: *Finanzas y Proyectos de Inversión*

*Ate*... de *Julio*... del 20*19*.

- <sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
  - <sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
  - <sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
- Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
-----  
Firma del Experto Informante.

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mg. Roque Juan Espinoza Casco

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales EAP de Negocios Internacionales de la UCV, en la sede ATE, 2019-II, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Licenciado en Negocios Internacionales.

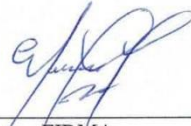
El título de mi proyecto de investigación es: La experiencia competitiva en la exportación de maca en empresas del sector hacia los Estados Unidos entre los años 2015 al 2019. Siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendidas en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las categorías y segmentos.
- Matriz de operacionalización.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



FIRMA

RAMOS URBANO, Jhosep Vladimir

D.N.I: 75968125

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

*Hay Suficiencia*

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable     Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/Mg: *Eduardo Casco Roque Juan*

DNI: *07766676*

Especialidad del validador: *Neofascismo Internacional*

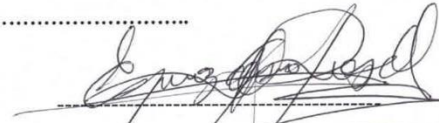
..... de ..... del 20.....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.



17	¿Cuáles son las zonas productoras de maca en el Perú y como es el transporte hacia el punto de embarque?	✓	✓	✓		
18	¿Cuáles son los documentos que se requiere para la exportación de maca?	✓	✓	✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

*Hay Suficiencia*

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable [  ]    Aplicable después de corregir [  ]    No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: *Luis Carlos Roque Tovar*

DNI: *82266626*

Especialidad del validador: *Nejacia Interdisciplinaria*

A.E. de *U.C.* del 20.....

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

*[Firma manuscrita]*  
 \_\_\_\_\_  
**Firma del Experto Informante.**