

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL
DE HUAMANGA**

ESCUELA DE POSGRADO

**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**



TESIS:

**Exportación de quinua orgánica y la rentabilidad en la empresa
Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC, 2020-2021**

Para optar el grado académico de:

**MAESTRO EN CIENCIAS ECONÓMICAS, MENCIÓN EN
GESTIÓN EMPRESARIAL**

PRESENTADO POR:

Bach. William Lucio HUANUCO LLACTAHUAMAN

ASESOR:

Dr. Julio GÓMEZ MÉNDEZ

AYACUCHO - PERÚ

2025

Índice

índice	2
Resumen.....	5
Abstract.....	7
I. Introducción	8
1.1. Justificación.....	9
1.1.1. Justificación Teórica	9
1.1.2. Justificación Práctica.....	10
1.1.3. Justificación Metodológica	10
1.2. Importancia	11
1.2.1. Importancia Académica Y Teórica	11
1.2.2. Importancia Profesional Y Práctica	11
1.2.3. Importancia Social Y Económica	12
1.3. Planteamiento Del Problema	12
1.4. Formulación Del Problema	15
1.4.1. Problema General.....	15
1.4.2. Problemas Específicos	16
1.5. Formulación De Los Objetivos	16
1.5.1. Objetivo General	16
1.5.2. Objetivos Específicos.....	16
1.6. Hipótesis.....	17
1.6.1. Hipótesis General.....	17
1.6.2. Hipótesis Específicas	17
1.7. Operacionalización De Las Variables	17
II. Marco Teórico	19
2.1. Marco Referencial.....	19
2.2. Sistema Teórico	23
2.2.1. Teorías Fundamentales De La Variable Independiente: Exportación De Quinua Orgánica.....	23
2.2.2. Teorías Fundamentales De La Variable Dependiente: Rentabilidad	26
2.2.3. Exportación	28
2.2.4. Requisitos Básicos Para Exportar	29
2.2.5. Capacidad Cara Competir En Los Mercados Internacionales	29
2.2.6. Contar Con Productos Competitivos En Calidad, Precio Y Valor Agregado.....	30

2.2.7. Acceso A Información Suficiente Y Oportuna	30
2.2.8. Planificación Adecuada De La Exportación	31
2.2.9. Condiciones Necesarias Para Exportar	32
2.2.10. Documentos De Exportación	35
2.2.11. Documentos Emitidos Por El Exportador	35
2.2.12. Modelos De Internacionalización	50
2.2.13. Etapas De Internacionalización.....	51
2.2.14. Tipos De Exportación	52
2.2.15. Etapas De Exportación.....	53
2.2.16. Análisis De Costos Y Precios De Exportación	57
2.2.17. Precio De Venta De Exportación	60
2.2.18. Cómo Calcular El Precio De Venta De Exportación	60
2.2.19. Elementos De Precio De Exportación.....	62
2.2.20. Reglas Incoterms 2020.....	63
2.2.21. El Comercio Mundial De La Quinoa	68
2.2.22. Evolución De Las Exportaciones Regionales De Quinoa.....	68
2.2.23. Origen De Las Exportaciones Regionales De Quinoa	69
2.2.24. Destino De Las Exportaciones Regionales De Quinoa.....	70
2.2.25. El Comercio Intrarregional De La Quinoa.....	71
2.2.26. Evolución Del Precio De Exportación De La Quinoa	72
2.2.27. Rentabilidad	73
2.2.28. Rentabilidad Económica	74
2.2.29. Rentabilidad Financiera	74
2.2.30. Rendimiento Sobre El Patrimonio	75
2.2.31. Rendimiento Sobre La Inversión	75
2.2.32. Índices De Rentabilidad.....	75
2.2.33. Margen Sobre Las Ventas	77
2.2.34. Margen De Utilidad De Operación	78
2.2.35. Medición De Rentabilidad	78
2.2.36. Razón De Ventas Netas Entre Activos	80
2.2.37. Tasa De Rendimiento Neto De Sus Activos	80
2.2.38. Tasa De Rendimiento Operacional De Sus Activos	81
2.2.39. Tasa De Rendimiento Del Patrimonio	81
2.2.40. Tasa De Rendimiento Del Patrimonio De Los Accionistas Comunes.....	81
2.2.41. Utilidad Por Acción Común.....	82
2.2.42. Razón Precio – Utilidad	82
2.2.43. Dividendos Por Acción	82
2.2.44. Rentabilidad Económica	83
2.2.45. Rentabilidad Financiera	83
2.2.46. Utilidad Neta	84
2.3. Marco Conceptual.....	84
2.3.1. Exportación De Quinoa Orgánica	84

2.3.2. Rentabilidad	90
III. Diseño Metodológico.....	94
3.1. Tipo De Investigación	94
3.2. Nivel De Investigación	94
3.3. Enfoque De Investigación.....	95
3.4. Población.....	96
3.5. Muestra	96
3.6. Fuentes De Información	97
3.7. Diseño De Investigación.....	98
3.8. Técnicas.....	98
3.9. Instrumentos.....	98
3.10. Validez Y Confiabilidad Del Instrumento.....	99
3.10.1. Validez	99
3.10.2. Confiabilidad.....	100
3.11. Análisis De La Normalidad	101
IV. Resultados.....	103
4.1. Resultados Descriptivo	103
4.1.1. Desempeño De Exportación Y Calidad Operacional.....	103
4.1.2. Desempeño Financiero Y Rentabilidad	106
4.1.3. Percepciones Del Personal Sobre La Exportación Y Gestión De La Quinoa Orgánica.....	113
4.2. Análisis Estadístico Inferencial.....	132
4.2.1. Prueba De La Hipótesis General	133
4.2.2. Prueba De La Hipótesis Específica 1	134
4.2.3. Prueba De La Hipótesis Específica 2	134
4.2.4. Prueba De La Hipótesis Específica 3	135
V. Discusión De Resultados.....	137
Conclusiones.....	142
Recomendaciones.....	144
Referencias	146
Anexos.....	149

Resumen

El presente estudio tuvo como Objetivo General evaluar de qué manera la exportación de quinua orgánica contribuye en la rentabilidad de la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC durante el periodo 2020-2021. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, combinando el análisis de series de tiempo financieras con datos de percepción del personal (N=18). Para el contraste de hipótesis, se utilizó el análisis descriptivo y de correlación (para la hipótesis general). Para las hipótesis específicas, se empleó la prueba no paramétrica de Rangos con Signo de Wilcoxon para muestras pareadas, una elección justificada debido a que las diferencias en las series financieras no cumplieron el supuesto de normalidad.

Los resultados revelaron una conclusión fundamental en la Hipótesis General, encontrándose que el valor FOB de la exportación total no contribuyó de manera estadísticamente significativa a la rentabilidad neta. Sin embargo, las hipótesis específicas resultaron altamente significativas. La asistencia técnica se asoció con un cambio positivo y estadísticamente significativo en la utilidad bruta ($W=5.0$, $p<.001$), con un gran tamaño del efecto ($r\approx 0.85$). De igual forma, la interacción y coordinación con los productores también se asoció con un cambio positivo y estadísticamente significativo en la utilidad neta ($W=0.00$, $p<.001$), con un gran tamaño del efecto ($r\approx 0.87$).

Se concluye que la rentabilidad de la empresa no dependió del volumen total exportado, sino de la eficacia y el impacto directo de sus procesos internos de gestión de la cadena de suministro, específicamente la asistencia técnica y la coordinación, factores que generaron un aumento medible y significativo en los márgenes de utilidad.

Palabras Clave: Exportación, Quinoa Orgánica, Rentabilidad, Utilidad Bruta, Utilidad Neta, Asistencia Técnica.

Abstract

The present study had as its General Objective to evaluate how the export of organic quinoa contributes to the profitability of the company Agronegocios Wiracocha del Perú SAC during the 2020-2021 period. The research adopted a quantitative approach, with a non-experimental design, combining the analysis of financial time series with staff perception data (N=18). For hypothesis testing, descriptive analysis and correlation (for the general hypothesis) were used. For the specific hypotheses, the non-parametric Wilcoxon Signed-Rank test for paired samples was employed, a methodological choice justified because the differences in the financial series did not meet the normality assumption.

The results revealed a fundamental conclusion regarding the General Hypothesis, finding that the total FOB value of the export did not contribute statistically significantly to net profitability. However, the specific hypotheses were highly significant. Technical assistance was associated with a positive and statistically significant change in gross profit ($W=5.0, p<.001$), with a large effect size ($r\approx 0.85$). Similarly, interaction and coordination with producers was also associated with a positive and statistically significant change in net profit ($W=0.00, p<.001$), with a large effect size ($r\approx 0.87$).

It is concluded that the company's profitability did not depend on the total volume exported, but rather on the effectiveness and direct impact of its internal supply chain management processes, specifically technical assistance and coordination, factors that generated a measurable and significant increase in profit margins.

Keywords: Export, Organic Quinoa, Profitability, Gross Profit, Net Profit, Technical Assistance.

I. Introducción

La demanda global de alimentos funcionales y orgánicos ha posicionado a la quinua como un cultivo estratégico de alto valor. El Perú ostenta el liderazgo mundial en la exportación de este superalimento, basando su ventaja competitiva en la calidad, las certificaciones y la trazabilidad de su producción andina. Sin embargo, esta actividad de exportación, si bien es crucial para la economía nacional, enfrenta constantes desafíos, como los elevados costos logísticos y la rigidez de los estándares internacionales, que generan una permanente interrogante sobre la rentabilidad financiera de las empresas.

Es en este contexto que surge la necesidad de evaluar cómo las estrategias operativas de la cadena de valor orgánico se vinculan directamente con la rentabilidad neta de las organizaciones. A pesar de la literatura existente sobre comercio internacional, existe una brecha de conocimiento respecto a la correlación específica entre los factores internos de la cadena de suministro (como la asistencia técnica a productores y la gestión de la calidad) y los indicadores financieros de una empresa particular.

Con el fin de abordar esta problemática, la presente tesis tiene como objetivo "evaluar de qué manera la exportación de quinua orgánica contribuyó en la rentabilidad de la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC durante los años 2020-2021." Para ello, se plantea la hipótesis de que: "la exportación de quinua orgánica contribuye positivamente en la rentabilidad de la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC, 2020-2021."

Metodológicamente, el estudio adopta un diseño Descriptivo-Correlacional y de tipo Aplicada, utilizando la triangulación de datos entre el análisis de los registros financieros (datos objetivos) y la percepción del personal clave de la empresa (datos de

percepción). Este enfoque permite ofrecer un diagnóstico robusto y recomendaciones de utilidad inmediata para la toma de decisiones gerenciales. La investigación se justifica por su aporte teórico, práctico y metodológico, constituyendo un caso de estudio riguroso para el sector.

Finalmente, el documento se estructura en varios capítulos: el Capítulo I contiene la introducción; el Capítulo II desarrolla el marco teórico; el Capítulo III describe el diseño Metodológico; el Capítulo IV expone los resultados; el Capítulo V el análisis y la discusión de resultados; y, el Capítulo VI presenta las conclusiones y recomendaciones que derivan del estudio.

1.1. Justificación

El desarrollo de esta investigación está motivado por la observación del rol estratégico que desempeña la agroexportación en la economía de la región Ayacucho, y la necesidad de entender cómo una empresa con un producto de alto valor como la quinua orgánica logra traducir sus esfuerzos operativos en rentabilidad neta. El estudio se justifica en tres dimensiones fundamentales: teórica, práctica y metodológica.

1.1.1. Justificación Teórica

Esta investigación contribuye al conocimiento científico de dos maneras. Primero, aplica y valida en un contexto regional las teorías macro (como la Teoría de la Señalización) al demostrar empíricamente que la certificación orgánica y la trazabilidad actúan como la señal de calidad que justifica el precio premium y la rentabilidad de la quinua. Segundo, enriquece el campo de la Gestión Empresarial al utilizar la Teoría del Capital Social para probar la correlación positiva entre la inversión en asistencia técnica

y la coordinación con comunidades productoras y la utilidad bruta y neta. De esta manera, se genera evidencia empírica que profundiza la literatura sobre la rentabilidad más allá del análisis financiero tradicional.

1.1.2. Justificación Práctica

Al ser una investigación de tipo aplicada, su utilidad es inmediata. Los resultados ofrecen a la gerencia de Agronegocios Wiracocha del Perú SAC un diagnóstico situacional sólido sobre qué elementos de su cadena de exportación están afectando o impulsando su rentabilidad. Esto permite proponer estrategias concretas y de alto impacto económico, tales como: la optimización de la gestión de costos logísticos y la focalización de recursos en el fortalecimiento del capital social con los productores. En el ámbito sectorial, sirve como una hoja de ruta para que otras empresas agroexportadoras andinas puedan replicar modelos de éxito que vinculen la calidad y las relaciones comunitarias con el desempeño financiero.

1.1.3. Justificación Metodológica

La investigación aporta un diseño robusto y replicable al utilizar un nivel Descriptivo-Correlacional. El estudio es metodológicamente valioso por la triangulación de datos que emplea: contrastando la información objetiva (registros de estados financieros) con la subjetiva (percepción de los trabajadores clave). El uso del censo documental y de la muestra intencional de 18 expertos garantiza la validez interna y establece un procedimiento riguroso para la recolección y análisis de datos en estudios de caso único para el sector agroindustrial.

1.2. Importancia

La relevancia de esta investigación se manifiesta en el valor y el impacto que aporta en diversas esferas, consolidando la tesis como un estudio necesario y trascendente para el sector agroexportador andino y para la academia de la región.

1.2.1. Importancia Académica y Teórica

El estudio es de gran importancia académica porque contribuye directamente a la literatura sobre la Gestión Empresarial y la Economía Aplicada. Específicamente, valida en un contexto regional y empírico la interconexión de diversas teorías, como la Teoría del Capital Social al demostrar la relación estadísticamente significativa entre la asistencia técnica a productores y la utilidad. Asimismo, ofrece un caso de estudio riguroso para la aplicación de la metodología Descriptivo-Correlacional en el análisis de variables financieras y de percepción, sirviendo como referente para futuras investigaciones que busquen replicar modelos de análisis de rentabilidad en el sector orgánico.

1.2.2. Importancia Profesional y Práctica

La investigación posee una alta relevancia práctica al estar enfocada en un estudio de caso real con utilidad inmediata. El análisis de correlación y los resultados permiten identificar los factores determinantes de la rentabilidad de la empresa, lo cual es crucial para la toma de decisiones estratégicas. Los hallazgos facilitan que la gerencia pueda priorizar inversiones en aquellas áreas que demuestren el mayor impacto en la utilidad neta (como el fortalecimiento de la trazabilidad y la optimización de los costos logísticos), mejorando la eficiencia operativa y la competitividad de la empresa en el mercado internacional.

1.2.3. Importancia Social y Económica

El trabajo adquiere una marcada importancia social y económica dado el rol de la empresa como actor clave en la cadena de valor de la quinua orgánica. Al proponer estrategias que mejoran la eficiencia y la rentabilidad de la empresa, la tesis contribuye indirectamente a la sostenibilidad de la cadena de suministro, asegurando la demanda de los productores locales y la estabilidad de los empleos que genera la empresa. Además, al destacar la importancia de la asistencia técnica y las mesas de diálogo, el estudio subraya el valor de las relaciones comunitarias como un motor de desarrollo económico para la región.

1.3. Planteamiento del Problema

La quinua orgánica ha experimentado un crecimiento sostenido en la demanda a nivel global en los últimos años, consolidándose como un superalimento valorado por su alto contenido proteico y perfil de aminoácidos, superior al de otros cereales. Esta tendencia mundial fue impulsada, principalmente, por la creciente preocupación de los consumidores por una alimentación saludable y sostenible, lo que generó un incremento en su comercialización en mercados internacionales clave como Europa y Estados Unidos.

En este escenario, Perú se consolidó como uno de los principales exportadores de quinua a nivel mundial. La empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC, capitalizando esta oportunidad, logró una significativa expansión en el mercado de quinua orgánica desde el año 2013, posicionándose para el año 2021 como un exportador líder en el país. Este posicionamiento fue resultado de sus esfuerzos continuos en campo, promoviendo y asistiendo técnicamente el cultivo de quinua orgánica, y articulando su comercialización hacia el mercado internacional.

La actividad exportadora de Agronegocios Wiracocha del Perú SAC no solo fortaleció el desarrollo empresarial, sino que también contribuyó al ingreso de divisas en la región de Ayacucho. Este flujo económico generó una mejora en la calidad de vida de numerosas familias ayacuchanas, quienes encontraron en la producción de quinua orgánica una oportunidad para superar la pobreza extrema y acceder a mejores oportunidades educativas para sus hijos.

A pesar del panorama favorable, la exportación de quinua orgánica peruana enfrentó desafíos importantes. Específicamente, se reportaron casos donde miles de kilogramos de quinua de exportación fueron rechazadas por mercados como Estados Unidos y otros países. Estos rechazos, originados por la detección de residuos de pesticidas y otros elementos, generaron especulaciones que derivaron en una baja significativa de los precios, perjudicando severamente a los productores y afectando su situación económica.

Durante el periodo 2020-2021, una de las principales causas que afectaron directamente la exportación de quinua orgánica fue el poco compromiso de algunos productores de la región Ayacucho con el manejo orgánico del cultivo. En su búsqueda de un mayor rendimiento o para evitar la pérdida de cosechas por enfermedades o plagas, algunos productores tomaron la decisión de fumigar con insumos prohibidos, desatendiendo la asistencia técnica proporcionada por la empresa. Esta práctica, motivada en algunos casos por la posibilidad de comercializar la quinua a acopiadores regionales por un precio ligeramente superior, comprometió la calidad orgánica del producto destinado a la exportación.

Los inconvenientes en la calidad del producto exportado generaron serias repercusiones para Agronegocios Wiracocha del Perú SAC. Los clientes internacionales exigían que el producto estuviera libre de compuestos químicos o que estos no superaran los porcentajes permitidos en las fichas técnicas. Sin embargo, en varios casos, los análisis de laboratorio en destino arrojaban resultados diferentes a los de origen, posiblemente debido a muestreos inconsistentes o a la sensibilidad de los equipos. Esta situación conllevaba a reclamos por parte de los clientes al momento de la cobranza de facturas, obligando a renegociaciones que, en la mayoría de los casos, resultaban en la emisión de notas de crédito por descuentos. Ello implicaba una reducción directa del margen de ganancia de la empresa, así como la corrección de la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) y una disminución del Drawback.

Otro factor significativo que intervino en la exportación durante el periodo de estudio fue la limitada liquidez de la empresa. Debido a la temporalidad del cultivo de quinua (cuya campaña abarca de abril a julio), fue necesario abastecerse de materia prima en grandes volúmenes durante este periodo. Esta necesidad generaba problemas de liquidez, ya que el proceso de compra, procesamiento y exportación de la carga, hasta su llegada al destino final, implicaba un tiempo considerable. Para mitigar esta situación, la empresa requirió constantemente financiamiento de capital de trabajo, lo que acarreó altos costos financieros.

Frente a este panorama, la empresa reconoció la necesidad de implementar planes de mejoras continuas para optimizar la producción en campo bajo manejo orgánico, garantizar el cumplimiento de los lineamientos de las fichas técnicas requeridas por los

clientes en el proceso de transformación, y realizar análisis de productos, en lo posible, en los países de destino para asegurar la conformidad.

Paralelamente, resultó evidente la importancia de una colaboración estrecha con el Estado en la promoción de la quinua orgánica peruana, enfatizando su producción ancestral y sus múltiples variedades originarias de los Andes, para evitar la pérdida de participación en el mercado internacional. Asimismo, se hizo necesario que el Estado implementara políticas fiscales en beneficio de las empresas industriales ubicadas en las zonas andinas, con el fin de promover la creación de nuevas agroindustriales y exportadoras en la región, contribuyendo así al progreso y desarrollo de las zonas rurales.

Adicionalmente, fue crucial establecer estrategias para minimizar el riesgo asociado al incremento de los fletes marítimos. Se identificó que, en lo posible, los contratos debieron realizarse bajo el incoterm FOB, o en su defecto, negociar los fletes cercanos a la fecha de zarpe de la carga para optimizar costos.

Finalmente, un aspecto de vital importancia que se evidenció fue la renovación anual del certificado orgánico. La emisión de un certificado de transacción (TC) por parte de la certificadora se constituyó como un documento principal para la comercialización, acreditando que el producto era orgánico y que su producción había sido inspeccionada y verificada bajo manejo orgánico.

1.4. Formulación del Problema

1.4.1. Problema General

¿De qué manera la exportación de quinua orgánica contribuyó en la rentabilidad de la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC, 2020-2021?

1.4.2. Problemas Específicos

a) ¿Cuáles fueron las causas que afectaron la exportación de quinua orgánica y perjudicaron el margen de utilidad en la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC?

b) ¿De qué manera la asistencia técnica brindada por la empresa a los productores de quinua contribuyó en la mejora de la utilidad bruta de la empresa?

c) ¿Cuál fue el impacto de la interacción y coordinación de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC con las comunidades productoras en la mejora de la producción de quinua orgánica y en la utilidad neta?

1.5. Formulación de los Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Evaluar de qué manera la exportación de quinua orgánica contribuyó en la rentabilidad de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC, 2020-2021

1.5.2. Objetivos Específicos

a) Determinar las causas que afectaron la exportación de quinua orgánica y perjudicaron el margen de utilidad en la empresa.

b) Determinar de qué manera la asistencia técnica brindada a los productores de quinua contribuyó en la mejora de la utilidad bruta de la empresa.

c) Analizar el impacto de la interacción y coordinación de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC con las comunidades productoras en la mejora de la producción de quinua orgánica y su relación con la utilidad neta.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis General

La exportación de quinua orgánica contribuyó positivamente en la rentabilidad de la empresa agronegocios Wiracocha del Perú SAC, 2020-2021

1.6.2. Hipótesis Específicas

Las principales causas que afectaron la exportación de quinua orgánica, como el uso de pesticidas, la baja calidad del producto y la trazabilidad, perjudicaron el margen de utilidad de la empresa.

La asistencia técnica brindada por la empresa a los productores de quinua contribuyó significativamente en la mejora de la utilidad bruta de la empresa.

La interacción y coordinación de la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC con las comunidades productoras tuvo un impacto positivo en la mejora de la producción de quinua orgánica y en la utilidad neta.

1.7. Operacionalización de las variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Variable Independiente: Exportación de Quinua Orgánica	Se refiere al volumen y valor de la quinua orgánica exportada por la empresa, así como a la calidad y cumplimiento de los estándares orgánicos que permiten su comercialización internacional. Implica tanto los aspectos cuantitativos de la venta al exterior como los cualitativos que aseguran su condición de "orgánica".	Volumen y Valor de Exportación	Toneladas métricas de quinua orgánica exportadas (anual)	Cuantitativa (Razón)
			Valor FOB de las exportaciones de quinua orgánica (anual en USD)	Cuantitativa (Razón)
		Calidad y Conformidad Orgánica	Número de rechazos de carga por incumplimiento de calidad/orgánico	Cuantitativa (Razón)
			Causas principales de los rechazos	Nominal
		Interacción con Productores (Factores de Producción)	Frecuencia y alcance de la asistencia técnica brindada a los productores	Ordinal (1-5 escala Likert) / Frecuencia
			Nivel de coordinación o interacción de la empresa con las comunidades productoras	Ordinal (1-5 escala Likert)
Variable Dependiente: Rentabilidad	Es la capacidad de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC para generar ganancias a partir de sus operaciones de exportación de quinua orgánica, medida a través de sus indicadores financieros clave.	Rentabilidad Operativa	Margen de Utilidad Bruta (%)	Cuantitativa (Razón)
		Rentabilidad Neta	Utilidad Neta (USD)	Cuantitativa (Razón)
			Margen de Utilidad Neta (%)	Cuantitativa (Razón)
		Eficiencia de Costos	Porcentaje de costos de producción sobre los ingresos	Cuantitativa (Razón)
			Incidencia de descuentos por renegociación de facturas (en % del valor exportado)	Cuantitativa (Razón)

II. Marco teórico

2.1. Marco Referencial

A la fecha se han desarrollado diversas investigaciones relacionadas al tema de estudio, los cuales se detallan a continuación.

(Tito Tello & Yale Rios, 2019) Determinantes del incremento de las exportaciones de quinua y su efecto en la balanza comercial agropecuaria peruana en el periodo 2000 – 2016. En cuyo trabajo de investigación, pretendieron realizar un análisis descriptivo no experimental basado en la correlación entre variables económicas como el precio, la oferta y el tipo de cambio, para entender cómo estas variables influyeron en el aumento de las exportaciones de quinua y cuál fue su impacto en la balanza comercial del sector agropecuario peruano entre 2000 y 2016. Los datos se recopilaron de fuentes secundarias, que proporcionaron información sobre la cantidad y el precio de las exportaciones de quinua, los principales países importadores, las exportaciones totales del sector agropecuario peruano por periodo, las empresas fabricantes y exportadoras del producto, la balanza comercial agropecuaria peruana y otros datos relevantes para la investigación. Mediante la aplicación de la teoría de regresión lineal múltiple, se pudo determinar la relación entre las variables estudiadas y su influencia en las exportaciones de quinua, y con el uso del software E-Views se calculó la ecuación de dicha relación.

(Ramírez Huamani & Montenegro Huancas, 2019) Rentabilidad de la exportación de quinua orgánica (*Chenopodium quinoa* Willd) a México 2015. La quinua es una planta domesticada y cultivada en Perú desde tiempos prehispánicos, hace más de tres mil años. Se encuentra en todo el país, desde Tacna hasta Piura, y desde el nivel del mar hasta los 4,000 metros de altitud. La FAO la ha considerado uno de los alimentos del futuro a nivel global. En 2015, se

registraron seis incidentes de devoluciones debido a residuos de plaguicidas, lo que llevó a la apertura de nuevos mercados, como el mexicano. Por ello, se realizó un estudio titulado: Rentabilidad de la Exportación de Quinua Orgánica (*Chenopodium quinoa* Willd) a México en 2015. El objetivo principal del estudio fue determinar la rentabilidad de exportar quinua orgánica a México en ese año. Entre los objetivos específicos se incluyó calcular el costo de la quinua orgánica de Ayacucho en la planta procesadora de Lima, los costos de operación post cosecha, los gastos de exportación, los gastos administrativos y financieros, el costo total de exportación y la ganancia obtenida. La investigación incluyó a una población de 23 empresas comercializadoras de quinua listadas en el documento oficial “Quinua” de PROMPERU en 2013, de las cuales se seleccionaron seis: Avendaño Trading Company S.A.C., Globe Natural S.A., Interloom S.A.C., Kallpa Foods S.A.C., Vínculos Agrícolas E.I.R.L. y Grupo Orgánico Nacional S.A.C. Los materiales utilizados incluyeron bibliografía, textos, revistas, documentos existentes, y datos estadísticos de ALADI, FAOSTAT, FAO, FMI, entre otros. La metodología empleada fue deductiva y lógica, dentro de un enfoque cuantitativo (descriptivo con análisis estadístico económico y sintético). De la información procesada se determinó que el costo por kilogramo de quinua orgánica de Ayacucho es de S/. 6.00 y por tonelada es de S/. 6,000.00, a este valor le agregamos el pago por el servicio de estiba por tonelada de quinua orgánica y el pago por el servicio de traslado por tonelada teniendo así un monto total de S/.8,650.00. Los costos de operación post cosecha de la quinua orgánica suman un valor total de S/.3,668.04 o su equivalente (tipo de cambio: S/.3.20) US\$ 1,146.26, que incluyen (envase, empaque, lavado, escarificado, seleccionado, envasado y empaquetado). En tanto que los costos de exportación cotizados con el INCOTERM (Términos de Comercio Internacional), FOB (Libre a bordo del buque) 2010 (gastos del servicio del transporte, certificaciones, servicio de aduanas, flete, etc.) alcanzan un valor de

S/.4,625.70 o su equivalente US\$ 1,445.54 más US\$ 625.00 ó S/. 2,000.00 por gastos administrativos, y S/.860.05 (US\$ 268.76) por gastos financieros. En total el costo de exportación de una tonelada de quinua orgánica hacia México es de S/.19,803.79 o su equivalente US\$ 6,188.69, de los cuales se lograron obtener ganancias de US\$ 2,598.81 ó S/.8,316.21 y un Índice de Rentabilidad de 1.42.

(Paredes Prado, 2021) La quinua orgánica: análisis de los canales de distribución y la promoción de exportaciones en Acocro – Ayacucho. Esta investigación se llevó a cabo en el distrito de Acocro, en la provincia de Huamanga, departamento de Ayacucho, con el objetivo de examinar la posible relación entre el análisis de los canales de distribución y la promoción de las exportaciones de quinua orgánica por parte de los productores locales. Se buscó entender los motivos por los cuales no se estaba exportando. El estudio fue aplicado, descriptivo y no experimental, utilizando un enfoque cuantitativo de corte transversal, y se basó en una encuesta. El diseño de la investigación fue deductivo, ya que comenzó con conceptos generales para abordar aspectos específicos. Se consideró una población de 62 productores de quinua orgánica, y la muestra correspondió a toda la población. Para la recolección de datos, se empleó un cuestionario con preguntas cerradas y respuestas tipo Likert. La conclusión del estudio fue que, aunque los productores de quinua orgánica de Acocro producían un producto emblemático del país, enfrentaban dificultades para acceder a mercados internacionales debido a obstáculos burocráticos, falta de tecnología y una inversión insuficiente por parte de entidades estatales. Las recomendaciones incluyeron capacitar a los productores en el proceso de exportación, apoyar al municipio en la creación de programas educativos sobre procedimientos documentarios, y fomentar la asociatividad entre los productores para estandarizar el producto, cumplir con los

requisitos internacionales y aumentar la demanda en mercados globales, sin descuidar el mercado nacional.

(Portugal Gutierrez, 2022) Plan de exportación de Quinoa orgánica producida en la región de Arequipa, con destino al mercado Estadounidense 2020. El objetivo del trabajo fue desarrollar un plan para exportar quinoa orgánica producida en la región de Arequipa al mercado estadounidense. Este plan fue significativo debido a que la exportación requiere cumplir con rigurosos requisitos de calidad, lo que representó una oportunidad económica para los agricultores, dado el alto potencial exportador de quinoa orgánica en Arequipa. Esto contribuyó al crecimiento económico de la región y beneficio a las familias. El plan de exportación se elaboró siguiendo las directrices establecidas por el autor Francisco Abascal. Durante la investigación se emplearon técnicas como la observación documental, encuestas y entrevistas, cuyos hallazgos se incorporan en el diseño del plan. La tesis se organizó en seis capítulos: el primero abordó el problema de investigación, los objetivos, la viabilidad y la justificación; el segundo presentó los antecedentes y desarrolló el marco teórico de apoyo; el tercer capítulo contextualizó el proyecto de inversión mediante un análisis del entorno macro y micro, utilizando técnicas administrativas; el capítulo IV expuso los resultados de la investigación de mercado; el capítulo V detalló el estudio técnico; y el capítulo VI cubrió el estudio económico y financiero. En conclusión, exportar quinoa orgánica de Arequipa a Estados Unidos se presentó como una oportunidad de negocio viable y rentable, con condiciones operativas adecuadas y una demanda creciente en Estados Unidos. La ventaja competitiva adicional es el Tratado de Libre Comercio (TLC), que exime del pago de aranceles, y los indicadores de rentabilidad muestran un balance positivo entre costos y beneficios.

2.2. Sistema Teórico

2.2.1. *Teorías Fundamentales de la Variable Independiente: Exportación de Quinua Orgánica*

Exportar quinua orgánica es más que solo venderla; está conectada con muchas cosas importantes, como la economía, cómo se manejan las cosas y las relaciones con otras personas. Las siguientes teorías nos ayudarán a entender mejor estos aspectos clave:

2.2.1.1. **Teoría del Comercio Internacional: Un Fundamento para la Especialización y el**

Acceso a Mercados. La base para comprender por qué una empresa se dedica a la exportación reside en las teorías del comercio internacional, que explican las ventajas de la especialización y el intercambio global. Los postulados clásicos, como la Teoría de la Ventaja Comparativa de David (Ricardo, 1817), argumentan que los países (y, por extensión, las empresas dentro de ellos) se benefician al especializarse en la producción de aquellos bienes en los que tienen un menor costo de oportunidad en comparación con otros. En el caso de Perú y la quinua orgánica, esto se traduce en condiciones agroclimáticas y conocimientos ancestrales que otorgan una eficiencia relativa en su cultivo, haciendo a la quinua un producto ideal para la exportación. Complementariamente, el modelo de Heckscher-Ohlin (Heckscher & Ohlin, 1991) profundiza al explicar que el comercio surge de las diferencias en la dotación relativa de factores de producción (tierra, trabajo, capital) entre países. Así, Perú, con su abundancia de tierras aptas para cultivos andinos y mano de obra agrícola, posee una dotación de factores que favorece la producción intensiva de quinua orgánica para la exportación.

Más allá de las diferencias entre países, las Nuevas Teorías del Comercio Internacional (NTC), impulsadas por autores como Paul Krugman (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2018), incorporan conceptos como las economías de escala y la diferenciación de productos bajo competencia imperfecta. Estas teorías sugieren que incluso entre países similares, las empresas pueden beneficiarse de la exportación al producir a gran escala para reducir costos unitarios y al ofrecer productos diferenciados que apelan a nichos de mercado específicos. La quinua orgánica es, por definición, un producto diferenciado que puede capturar valor adicional en mercados internacionales especializados. La aplicación de estas teorías permite entender cómo Agronegocios Wiracocha aprovecha las ventajas comparativas naturales y generadas para penetrar mercados globales, y cómo la escala de sus operaciones exportadoras puede impactar positivamente su eficiencia y, consecuentemente, su rentabilidad.

2.2.1.2. Teoría de la Señalización: Garantía de Calidad y Confianza en el Mercado

Orgánico. La Teoría de la Señalización, desarrollada por (Spence, 1973) en el contexto de la asimetría de información, es crucial para entender el éxito de productos especializados como la quinua orgánica. Esta teoría postula que un agente informado (la empresa productora-exportadora) puede transmitir información creíble sobre sus atributos de calidad a un agente desinformado (el comprador internacional) mediante "señales" que son costosas o difíciles de imitar para aquellos que no poseen el atributo deseado. En el mercado de productos orgánicos, donde el comprador no puede verificar directamente la "organicidad" o la ausencia de contaminantes en el producto final, las certificaciones orgánicas (ej., USDA Organic, UE Organic) actúan como señales externas y verificables de conformidad con los estándares internacionales

establecidos. Del mismo modo, la trazabilidad robusta de los productos desde el campo hasta el consumidor final funciona como una señal de transparencia y control de calidad. El incumplimiento de estándares o problemas de trazabilidad (como los rechazos de carga por baja calidad o presencia de pesticidas) son fallas en esta señalización, que socavan la confianza del cliente y pueden generar costos significativos para la empresa, afectando directamente la rentabilidad. Por lo tanto, la inversión en y el mantenimiento de estas señales son estratégicos para acceder a mercados premium y justificar precios más altos.

2.2.1.3. Teoría de la Gestión de la Cadena de Suministro (SCM). La Teoría de la Gestión de la Cadena de Suministro (SCM), definida como la integración y coordinación de todas las actividades involucradas en el flujo de productos, servicios, información y fondos desde los proveedores hasta el cliente final (Mentzer, y otros, 2001), es fundamental para la eficiencia de las operaciones de exportación. A diferencia de la logística tradicional que se centra en el movimiento físico, la SCM busca optimizar toda la red de relaciones y procesos. En el contexto de la exportación de quinua orgánica, esto implica la gestión eficiente del acopio de materia prima de los productores, su procesamiento, almacenamiento, transporte terrestre y marítimo, y los trámites aduaneros. Una SCM bien gestionada minimiza los retrasos en los procesos, reduce la variabilidad de los costos logísticos y de fletes, y contribuye a una mejor gestión de la liquidez necesaria para las operaciones. Las deficiencias en cualquiera de estos eslabones pueden generar sobrecostos, demoras en la entrega, incumplimiento de contratos y, en última instancia, una reducción significativa en la rentabilidad de las

exportaciones. Por ende, la eficacia de la SCM es un determinante crítico del éxito exportador y financiero.

2.2.1.4. Teoría del Capital Social. La Teoría del Capital Social, tal como la concibieron (Coleman, 1988) y (Putnam, 1995), postula que las redes de relaciones, la confianza mutua y las normas compartidas que existen entre individuos y grupos son activos valiosos que facilitan la acción colectiva y generan beneficios. En el sector agroexportador, especialmente con productos orgánicos que dependen de una base de productores, el capital social es vital. La interacción y coordinación de Agronegocios Wiracocha con las comunidades productoras (a través de asistencia técnica, capacitaciones, mesas de diálogo) no solo transfiere conocimiento (capital humano), sino que también fortalece los lazos de confianza y fomenta el compromiso con las prácticas de manejo orgánico. Este capital social reduce los costos de transacción, mejora la calidad y el volumen del suministro de materia prima, y facilita la resolución de problemas. En última instancia, una relación robusta y de confianza con los productores se traduce en una mayor estabilidad, calidad y eficiencia en la cadena de suministro, lo que impacta positivamente la capacidad exportadora y la rentabilidad de la empresa.

2.2.2. Teorías Fundamentales de la Variable Dependiente: Rentabilidad

La rentabilidad es el objetivo financiero central de cualquier empresa y su medición se basa en principios económicos y financieros consolidados.

2.2.2.1. Teoría de la Firma (Teoría Neoclásica de la Empresa): El Imperativo de la Maximización de Beneficios. La Teoría de la Firma, un concepto central de la

microeconomía neoclásica (Varian, 2014), establece que el objetivo principal de cualquier empresa es la maximización de sus beneficios (utilidades). Esta maximización se logra mediante decisiones óptimas sobre el nivel de producción, los precios y la combinación eficiente de los factores de producción (Coase, 1937). La rentabilidad, medida a través de indicadores como la utilidad bruta, la utilidad operativa y la utilidad neta, es la expresión cuantificable del éxito de la empresa en alcanzar este objetivo fundamental. La exportación de quinua orgánica, en este contexto, es una estrategia clave que Agronegocios Wiracocha implementa con la expectativa de incrementar sus ingresos y márgenes, contribuyendo directamente a la maximización de sus beneficios. La teoría postula que las empresas ajustarán sus operaciones para encontrar el punto donde sus ingresos superen sus costos en la mayor medida posible.

2.2.2.2. Teoría de la Creación de Valor: Más allá del Beneficio Contable. Complementando

la Teoría de la Firma, la Teoría de la Creación de Valor, ampliamente desarrollada en la estrategia empresarial por autores como Michael Porter (1985), sostiene que una empresa genera valor cuando el valor percibido por los clientes de sus productos o servicios excede el costo total de los recursos utilizados para producirlos y entregarlos. Esta perspectiva va más allá del beneficio puramente contable, enfocándose en la capacidad de la empresa para ofrecer algo diferenciado y apreciado por el mercado. Para Agronegocios Wiracocha, la exportación de quinua orgánica no solo implica vender un producto, sino comercializar un bien con atributos específicos (orgánico, de alta calidad, con trazabilidad) que los consumidores internacionales valoran y por los cuales están dispuestos a pagar un precio premium. La obtención de una utilidad neta

positiva y sostenible es un indicador de que la empresa está efectivamente creando valor, lo cual le permite no solo cubrir sus costos sino también generar un excedente para sus inversionistas y mantener su competitividad en el largo plazo.

2.2.2.3. Teoría de Costos y Eficiencia: La Optimización como Clave de la Rentabilidad.

La Teoría de Costos y Eficiencia, una rama fundamental de la microeconomía (Samuelson & Nordhaus, 2010), analiza la relación entre los insumos, la producción y los costos de una empresa. Esta teoría es esencial para entender cómo la gestión eficaz de los costos impacta directamente la rentabilidad. Postula que, para maximizar los beneficios, una empresa debe operar de la manera más eficiente posible, minimizando sus costos de producción y operación sin comprometer la calidad o el volumen deseado. Para Agronegocios Wiraccocha, la eficiencia en la gestión de los costos de venta (costo de la quinua adquirida y procesada), los costos logísticos (transporte, almacenaje, seguros) y los costos financieros (intereses, comisiones) es crítica. Además, la optimización de beneficios fiscales como el Drawback se analiza bajo esta teoría como un mecanismo que reduce la carga de costos efectiva, mejorando directamente el margen de utilidad y, por ende, la utilidad neta de las operaciones de exportación. Las variaciones en la eficiencia de costos pueden explicar fluctuaciones significativas en la rentabilidad de la empresa.

2.2.3. Exportación

(Huesca Rodríguez, 2012), es el proceso mediante el cual se envían legalmente mercancías nacionales o nacionalizadas a un destino extranjero con el propósito de su utilización o consumo.

De acuerdo con la normativa aduanera, existen dos categorías principales de exportación: definitiva y temporal (p. 66).

(Ministerio de comercio exterior y turismo, 2013), La exportación es el proceso de enviar bienes fuera de nuestro país con el objetivo de comercializarlos en mercados internacionales y generar mayores ingresos (p. 10).

2.2.4. Requisitos Básicos para Exportar

Los principales requisitos para exportar son:

Capacidad para competir en los mercados internacionales

Contar con productos competitivos en calidad, precio y valor agregado

Acceso a información suficiente y oportuna

Planificación adecuada de la exportación: Obtenido de:

<https://www.midagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icom-exportar/introduccion62/670-cuales-son-los-requisitos-basicos-para-exportar>

2.2.5. Capacidad para Competir en los Mercados Internacionales

La exportación de productos peruanos a mercados exigentes requiere de empresas altamente competitivas. Para cumplir con este requisito, el exportador debe disponer de los recursos adecuados y adoptar tecnologías modernas en todas las etapas del proceso, desde la producción hasta la promoción. La incorporación de tecnología en la gestión, en la obtención de información y en la forma de promoverse es esencial para garantizar la calidad de los productos y servicios, así como para adaptarse a las demandas cambiantes de los consumidores internacionales. Por lo tanto, en el competitivo mercado global, la tecnología juega un papel fundamental en el

éxito de las exportaciones. Para establecer relaciones comerciales internacionales, es necesario contar con una infraestructura básica como internet y correo electrónico, así como de una dirección física y una página web para promocionar sus productos y servicios. Una página web permite a las empresas mostrar sus productos de forma atractiva, generar confianza en los clientes potenciales y captar nuevas oportunidades de negocio

Además de contar con la infraestructura adecuada, las empresas exportadoras deben invertir en capital humano. Es fundamental contar con un equipo que incluya profesionales bilingües, capaces de acceder a información de mercado en tiempo real y gestionar las relaciones comerciales internacionales. La contratación de personal especializado en comercio exterior y con dominio de idiomas extranjeros, como el inglés, es una inversión estratégica que permitirá a las empresas mejorar su competitividad en el mercado global. Acceder a información oportuna permite refinar los procesos de decisión, fortalecer la colaboración con socios comerciales y aumentar la presencia de la empresa en el mercado internacional, reduciendo los costos de marketing.

2.2.6. Contar con Productos Competitivos en Calidad, Precio y Valor Agregado.

Para lograr una exportación exitosa, es fundamental que los productos cumplan con los requisitos de calidad y precio demandados por los mercados internacionales, y además, posean un valor diferencial que les permita destacar frente a productos similares, ya sea en términos de rendimiento, propiedades o utilidad.

2.2.7. Acceso a información suficiente y oportuna

Contar con un sistema de información abierto y permanente de tal forma que se tenga acceso al patrón de los consumidores, empresas importadoras, distribuidores, protocolos y las

normas, tanto en territorio nacional como en los países de destino (Permisos, certificados, puertos de destino, regímenes tributarios).

2.2.8. Planificación Adecuada de la Exportación

Para ingresar con éxito a nuevos mercados, es fundamental desarrollar un plan de marketing internacional que establezca claramente nuestros objetivos comerciales, las características esenciales de nuestros productos y las estrategias para poder ingresar y/o posicionarnos en el mercado seleccionado.

Para los productores agrícolas y agroindustriales que desean expandir sus mercados y aumentar sus ingresos, la exportación representa una excelente oportunidad. Sin embargo, es crucial que antes de iniciar este proceso, comprendan dos aspectos fundamentales:

Un profundo conocimiento de su producto y su capacidad productiva.

Conocer a fondo el mercado de su producto.

El plan de exportación debe ser visto como un instrumento operativo para encarar los negocios. A través de la comparación entre los objetivos y los resultados reales, podemos determinar el grado de cumplimiento de nuestras estrategias e identificar áreas de mejora.

(Ministerio de comercio exterior y turismo, 2013), Existen múltiples factores que incitan a las empresas a expandir sus operaciones a mercados internacionales:

Muchas empresas inician su andadura exportadora respondiendo a una demanda externa, surgida, por ejemplo, a raíz de su participación en ferias comerciales o de una campaña de promoción en línea, entre otros.

Al explorar mercados internacionales, las empresas buscan reducir el riesgo de la dependencia exclusiva y pequeña del mercado local y asegurar una fuente adicional de ingresos más estable.

Maximizar los beneficios a través de precios más rentables y competitivos, prolongando el ciclo de vida de los productos en mercados extranjeros, permitiendo a la empresa perdurar en el mercado a largo plazo.

Maximizar las ventas en grandes volúmenes en mercados donde la empresa tiene una ventaja competitiva y existe una demanda insatisfecha.

Incrementar la capacidad productiva para reducir costos unitarios, mejorar la productividad, aprovechando mejor la capacidad de las instalaciones de las plantas de proceso y ganar competitividad en el mercado global.

Adquirir conocimientos y habilidades valiosas en los mercados internacionales que permiten mejorar la calidad de los productos y la eficiencia de la gestión empresarial (p. 10).

2.2.9. Condiciones Necesarias para Exportar

(Ministerio de comercio exterior y turismo, 2013), Para iniciar una actividad exportadora, es imprescindible contar con los recursos y capacidades necesarias. Los aspirantes a exportadores deben cumplir con ciertos criterios para garantizar el éxito de su emprendimiento internacional. Estos incluyen un análisis exhaustivo de la oferta de productos, la identificación de mercados potenciales, la evaluación de la capacidad financiera y la definición de una estrategia comercial adecuada:

Para exportar con éxito, es necesario e indispensable contar con recursos y capacidad exigidas por el mercado internacional, incorporando una infraestructura adecuada con tecnología moderna en el proceso productivo, trabajadores debidamente formados y capacitados y una gestión orientada a resultados. Asimismo, para operar en el mercado internacional, es necesario disponer de una infraestructura tecnológica que permita una comunicación fluida con los clientes, incluyendo internet, correo electrónico y una dirección física. Además, es fundamental contar con una página web que presente la empresa y sus productos de manera profesional, facilitando la generación de oportunidades de negocio en el exterior.

Alcanzar el éxito en los mercados externos requiere de profesionales bilingües y con una capacidad de análisis de información actualizada, lo que les permitirá tomar mejores decisiones y generar más oportunidades de negocio. Dominar el inglés y estar bien informado sobre las tendencias del mercado son habilidades esenciales para identificar nichos de mercado, desarrollar productos y servicios innovadores y establecer relaciones comerciales sólidas con clientes internacionales.

La cooperación empresarial es una opción viable para las empresas que desean internacionalizarse, ya que permite compartir conocimientos, recursos y riesgos, lo que se traduce en una mayor eficiencia y competitividad. Al asociarse con otras empresas, las compañías pueden acceder a nuevos mercados, reducir costos y mejorar su capacidad de negociación, sin perder su autonomía. Esta estrategia es especialmente útil para las pequeñas y medianas empresas que buscan expandir sus operaciones internacionales y enfrentar la competencia de grandes corporaciones.

Para alcanzar la competitividad, es necesario que nuestros procesos de producción y logística cumplan con estándares internacionales de calidad, lo que garantizará la satisfacción del cliente y nos permitirá diferenciarnos de la competencia. Además, es fundamental que nuestros productos o servicios ofrecen características únicas y valor agregado para el consumidor, como un diseño innovador, una mayor durabilidad o un servicio postventa excepcional.

La información precisa y oportuna sobre los mercados internacionales es fundamental para diseñar estrategias de exportación exitosas. Conocer las tendencias del mercado, las preferencias de los consumidores y los requisitos legales permite a las empresas identificar oportunidades de negocio, adaptar sus productos y servicios a las necesidades de los mercados extranjeros y superar las barreras culturales y comerciales.

La elaboración de un plan de exportación detallado es clave para establecer una presencia sólida en los mercados extranjeros, definiendo objetivos claros, estrategias de mercado y acciones concretas para alcanzarlos. Un plan de exportación bien estructurado permite a las empresas identificar oportunidades de negocio, diseñar estrategias de penetración en el mercado y evaluar los resultados de sus acciones. Además, facilita la toma de decisiones estratégicas y la asignación de recursos de manera eficiente. Así mismo, es necesario tener un conocimiento detallado tanto de los productos que se ofrecen como de las características específicas del mercado al que se quiere ingresar. Esto implica realizar un análisis exhaustivo de las características y ventajas competitivas de los productos, así como de las necesidades y preferencias de los consumidores en el mercado objetivo, considerando el entorno competitivo, las regulaciones y las barreras comerciales existentes (p. 11-12).

2.2.10. Documentos de Exportación

(PromPerú, 2013), los principales documentos para la exportación de bienes son la factura comercial, certificado de inspección, certificado de origen, lista de empaque, factura consular, documento de transporte y certificado de seguro (p.13).

2.2.11. Documentos Emitidos por el Exportador

(PromPerú, 2016), los principales documentos emitidos por el exportador son:

Cotización Comercial

Factura Proforma

Contrato de compra -venta internacional

Factura comercial

Packing List o Lista de embarque

Guía de Remisión

Instrucciones de Embarque

Carta de temperatura

Ficha Técnica

Carta de responsabilidad (p.16)

2.2.11.1. Cotización Comercial. (PromPerú, 2016), la cotización comercial es el primer paso en el proceso de venta y un elemento clave para cerrar un negocio. Es un documento que también se le conoce como Proforma, debe ser elaborado con cuidado y precisión, ya que refleja la seriedad y profesionalismo de la empresa. Una cotización

bien estructurada y detallada aumenta las posibilidades de concretar una venta, para tal efecto es recomendable tener una estructura estándar y en idioma inglés. Debe incluir:

- Número de Cotización
- Nombre del cliente
- Fecha de emisión
- Referencia si la hubiese
- Detalle del producto (nombre comercial en español, inglés u otro): Cantidad, calidad, volumen, empaque, unidad de venta (o en su defecto la unidad mínima de venta).
- Incoterms 2010
- Moneda
- Forma de Pago
- Vigencia
- Información técnica si se requiera (p.17-18).

2.2.11.2. Factura Proforma. (PromPerú, 2016), la factura proforma es una herramienta útil en el comercio internacional, especialmente en relaciones comerciales estables. Cuando existe una confianza mutua entre el exportador y el importador, y las condiciones comerciales son conocidas por ambas partes, la factura proforma simplifica el proceso de cotización y agiliza las transacciones. También es requerido por el importador para diversos casos como:

A solicitud de las entidades que regulan las importaciones en el país de destino ya sean sanitarias o de otra índole para el trámite de licencias de importación.

Para la solicitud de un Crédito Documentario.

Para gestionar un leasing o un préstamo bancario.

Para negociar las condiciones de seguro de mercadería con características singulares por su valor u operatividad logística.

En aquellos casos donde la factura proforma actúa como cotización, se convierte en el primer documento formal de la operación comercial, especificando las condiciones bajo las cuales el exportador ofrece sus productos o servicios.

Al igual que la cotización, es un documento de vital importancia en el proceso de exportación. Ambas herramientas deben ser elaboradas con el mismo cuidado y profesionalismo, utilizando un formato estándar y el idioma del cliente si es necesario. Esta precisión y formalidad son fundamentales para generar confianza en el cliente.

Con el fin de evitar malentendidos, es fundamental que la factura proforma lleve una identificación clara y destacada, como “Factura Proforma”, que la distinga de una factura comercial. Debe incluir:

- Número de Cotización
- Nombre del cliente
- Fecha de emisión
- Referencia si la hubiese

- Detalle del producto (nombre comercial en español, inglés u otro): Cantidad, calidad, volumen, empaque, unidad de venta (unidad mínima de venta).
- Incoterm 2010
- Moneda
- Forma de Pago
- Vigencia
- Información técnica si se requiera (p.25-26).

2.2.11.3. Contrato de Compra -Venta Internacional. (PromPerú, 2016), el contrato de compraventa internacional es un instrumento jurídico fundamental en el comercio global. El origen de estos contratos se remonta al momento en que comprador y vendedor deciden formalizar su relación comercial mediante un acuerdo escrito. Este acuerdo establece los derechos y obligaciones de cada parte, así como las condiciones de la transacción, garantizando así la seguridad jurídica de las operaciones comerciales internacionales. Conforme al Artículo 1351 del Código Civil peruano “El contrato es el acuerdo de dos o más partes para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial”. El Artículo 1529 del Código Civil peruano indica que: “Por la compraventa el vendedor se obliga a transferir la propiedad de un bien al comprador y éste a pagar su precio en dinero”. El contrato es la manifestación tangible del consentimiento de las partes, las cuales tienen la libertad de establecer las cláusulas que deseen, siempre y cuando no contravengan la ley.

La elaboración de un contrato de compraventa internacional conforme a lo establecido por la Convención de las Naciones Unidas para Compraventa Internacional de Mercancías permite:

- Establecer un formato estándar y consistente.
- En situaciones de disputa, disminuye el tiempo y los costos invertidos en establecer el marco legal del conflicto.
- Ofrece al comprador una comunicación clara, concisa y respetuosa.

En caso de discrepancias facilita una negociación justa y equilibrada, nivelando el poder de negociación entre las partes.

También pueden considerarse otros instrumentos relevantes que incluyen la Ley Uniforme de Venta Internacional de Mercaderías (ULIS), los Principios UNIDROIT, los Principios de Derecho Contractual Europeo (PECL), el Modelo de Contrato ITC para Productos Perecederos y el Contrato Modelo de la CCI para Bienes Manufacturados (p.33- 34).

2.2.11.4. Factura Comercial. (PromPerú, 2016), elaborada por el exportador, la factura comercial es un documento indispensable que resume los detalles de la operación y sirve como respaldo legal para ambas partes.

Aunque no sea un contrato en sí mismo, la factura complementa y confirma los términos de la venta, especialmente cuando no existe un documento contractual formal. En tal sentido se debe tener ciertas consideraciones:

- Debe detallar de manera precisa los valores, cantidades y monedas correspondientes.
- Debe especificar los datos del comprador y el destino de la mercancía, considerando la posibilidad de que la entrega se realice en una dirección distinta a la del consignatario.
- Debe indicar el país de partida, el país de llegada y el lugar de ingreso al territorio aduanero.
- Se debe especificar la forma y plazo de pago.
- El formato de la factura debe adaptarse a las necesidades del importador, incluyendo una versión en español para cumplir con la normativa local y, si es necesario, una versión en inglés (p.57).

2.2.11.5. Packing List o Lista de embarque. (PromPerú, 2016), la Lista de Empaque, también conocida como Lista de Contenido, es un documento complementario a la Factura Comercial que detalla el contenido de cada envío. La Lista de Empaque es un inventario detallado del contenido de un envío, especificando el número de bultos, su contenido exacto y el peso total. Resulta especialmente útil en exportaciones de productos variados, como textiles o equipamientos deportivos. Es útil en los siguientes contextos:

- El importador podrá encontrar fácilmente el producto o artículo específico en el bulto indicado.
- Permite una organización eficiente de la carga, ubicando los elementos más livianos en la parte superior y los más pesados en la base.

- Facilita al consolidador la agrupación de cargas marítimas o aéreas de manera que se evite cualquier tipo de contaminación por olores entre los diferentes bultos.
- Simplifica el trabajo de los inspectores aduaneros al facilitar la localización de las muestras aleatorias en un aforo físico.
- Acelera y optimiza los procesos de almacenamiento, especialmente en la preparación de pedidos.

Si bien el Packing List no es un requisito obligatorio en Perú, es altamente recomendable incluirlo en todos los envíos, especialmente en los aéreos, ya que la autoridad aduanera puede solicitarlo durante una inspección.

El Packing List debe contener:

- Información de identificación del remitente.
- Datos de identificación del receptor y código de identificación de la aduana de destino.
- Fecha.
- Descripción del contenido de cada bulto: detalle de las mercaderías a exportar.
- Peso, volumen y cantidad de bultos.

En el caso de envíos de carga a granel sin empaque individual, la descripción del contenido de cada unidad puede ser simplificada. El tipo de bulto debe ser específico (caja, paca, atado, cilindro, tonel, etc.).

La información detallada en el Packing List es fija y no puede ser modificada por el exportador o el declarante una vez que ha sido presentada a las autoridades aduaneras. Sólo la aduana puede realizar cambios.

El contenido debe estar enfocado exclusivamente en los detalles de la transacción comercial, evitando cualquier referencia a documentación externa no requerida (por ejemplo, Guías de Remisión o Albarán del país de origen) (p.66-67).

2.2.11.6. Guía de Remisión. (PromPerú, 2016), en cumplimiento del Artículo 17 del Reglamento de Comprobantes de Pago (R.S. N° 007-99/SUNAT), la guía de remisión constituye el documento fehaciente que sustenta el traslado de bienes. El Artículo 18° de dicha norma establece que los sujetos pasivos obligados a emitirla en operaciones de exportación son:

Cuando el traslado se realice bajo la modalidad de transporte privado, los sujetos mencionados a continuación deberán emitir una guía de remisión denominada "Guía de Remisión – Remitente":

El propietario o poseedor de los bienes al inicio del traslado,

La agencia de aduana, cuando el propietario o consignatario de los bienes le haya otorgado mandato para despachar, definido en la Ley General de Aduanas y su reglamento.

El Almacén Aduanero o responsable, en el caso de traslado de bienes considerados en la Ley General de Aduanas como mercancía nacional, desde el Almacén Aduanero hasta el puerto o aeropuerto.

Cuando el traslado se realice bajo la modalidad de transporte público, se emitirán dos guías de remisión:

Una por el transportista, denominada "Guía de Remisión – Transportista", en los casos señalados en los numerales anteriores del presente artículo; y

Otra por el propietario o poseedor de los bienes al inicio del traslado o por los sujetos señalados en los numerales 1.2 a 1.6 del presente artículo, denominada "Guía de Remisión – Remitente". El transportista emitirá una guía de remisión por cada propietario, poseedor o sujeto señalado en los numerales 1.2 a 1.6 del presente artículo que genera la carga, quienes serán considerados como remitentes.

Información contenida en la Guía de Remisión - Remitente:

- Información impresa;
- Datos de identificación del remitente: Apellidos y nombres, o denominación o razón social, dirección del domicilio fiscal y del establecimiento donde esté localizado el punto de emisión y el número de RUC.
- Denominación del documento: GUÍA DE REMISIÓN – REMITENTE.
- Numeración: Serie y número correlativo.
- Motivo del traslado: Deberá consignar las siguientes opciones: - Traslado zona primaria – Importación
- Dirección del punto de partida, excepto si el mismo coincide con el punto de emisión del documento.
- Dirección del punto de llegada.

- Datos de identificación del destinatario.
- Datos de identificación de la unidad de transporte y del conductor.
- Datos del bien transportado: Descripción detallada del bien, indicando el nombre y características tales como la marca del mismo. Si el motivo de traslado es una venta, se deberá consignar además obligatoriamente el número de serie y/o motor, de corresponder. Cantidad y peso total siempre y cuando, por la naturaleza de los bienes trasladados, puedan ser expresados en unidades o fracción de toneladas métricas (TM), de acuerdo a los usos y costumbres del mercado. Unidad de medida, de acuerdo a los usos y costumbres del mercado.
- Fecha de inicio del traslado.
- Tratándose del traslado de bienes de un puerto o aeropuerto a un terminal de almacenamiento o viceversa, cuando el motivo del traslado fuera cualquier operación, destino o régimen aduanero, bastará consignar el nombre del puerto o aeropuerto y del terminal de almacenamiento como punto de llegada o partida, respectivamente.

Información contenida en la Guía De Remisión - Transportista:

En cumplimiento del Reglamento de Comprobantes de Pago y sus modificaciones, el documento deberá contener los datos del transportista, incluyendo el número de registro otorgado por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, en aquellos casos en que al menos uno de sus vehículos cuente con una capacidad de carga útil superior a dos toneladas métricas. (2 TM).

Distrito y departamento del punto de partida; en caso que el punto de emisión coincida con el punto de partida no se requiere consignar este dato.

Distrito y departamento del punto de llegada.

Datos de identificación de la unidad de transporte y del conductor:

Marca y número de placa del vehículo. De tratarse de una combinación se indicará el número de placa del camión, remolque, tracto remolcador y/o semirremolque, según corresponda.

Número de Constancia de Inscripción del Vehículo o Certificado de Habilitación Vehicular expedido por el Ministerio de (TM), Transportes y Comunicaciones, siempre y cuando conforme a las normas del mismo exista la obligación de inscribir al vehículo.

Número(s) de licencia(s) de conducir.

Fecha de inicio del traslado.

Datos de identificación del remitente.

Datos de identificación del destinatario.

Número de RUC del sujeto que efectúa el pago del servicio de transporte, o en su defecto, tipo y número de su documento de identidad y apellidos y nombres. Este requisito no será exigible si el remitente es quien efectúa el pago de dicho servicio.

Tratándose del traslado de bienes de un puerto o aeropuerto a un terminal de almacenamiento o viceversa, cuando el motivo del traslado fuera cualquier operación, destino o régimen aduanero, bastará consignar el nombre del puerto o aeropuerto y del

terminal de almacenamiento como punto de llegada o partida, respectivamente (p.72-75).

2.2.11.7. Instrucciones de Embarque. (PromPerú, 2016), este documento, generado por el exportador y entregado al agente de aduanas u operador logístico, sirve como punto de partida para el proceso de exportación. En él se especifica el producto a exportar, las condiciones comerciales, el Incoterm y otros detalles relevantes para la elaboración de la Declaración Aduanera Provisional, anteriormente conocida como DUA Provisional u Orden de Embarque.

Se recomienda ser exhaustivo en la descripción del producto a exportar, ya que este dato es inmodificable una vez iniciado el proceso aduanero. Cualquier cambio requerirá reiniciar todos los trámites y podría acarrear sanciones.

El operador logístico utiliza este documento como una instrucción del exportador con carácter mandatorio, que indica los pasos a seguir en todo el proceso de exportación. La información contenida en este documento es obligatoria y sirve como base para la contratación de servicios logísticos y la gestión de los trámites aduaneros (p.80).

2.2.11.8. Carta de Temperatura. (PromPerú, 2016), este documento, emitido por el exportador, especifica las condiciones de temperatura, ventilación y humedad requeridas para el transporte de la carga en contenedores refrigerados. Se envía a la línea naviera junto con el booking note y sirve como instrucción para configurar la temperatura del contenedor antes de la carga. (p.86).

2.2.11.9. Ficha Técnica. (PromPerú, 2016), la ficha técnica es un documento esencial que detalla las características técnicas, composición y presentación del producto. Sirve como herramienta de venta y, a su vez, proporciona información vital para la logística, como peso, dimensiones y requerimientos especiales de manejo y almacenamiento. Su uso es fundamental en ferias y misiones comerciales, ya que permite presentar de forma clara y concisa las características del producto a potenciales clientes.

La ficha técnica debe ser diseñada con criterios comunicacionales, priorizando la claridad, la concisión y la estética, evitando redundancias e información innecesaria

La ficha técnica debe contener:

Descripción detallada del producto: Denominación comercial, denominación técnica, denominación científica (para productos de origen biológico), y clasificación arancelaria tanto en Perú como en el país de origen.

Información técnica: Composición, características físicas y químicas, densidad.

Información comercial: Presentación, variedades, usos, empaque, embalaje, unidades por caja.

Aspectos arancelarios: Si el producto se aplica a algún TLC,

La ficha técnica es un documento dinámico que se actualiza constantemente en función de la nueva información disponible y las necesidades del mercado objetivo.

Carga Peligrosa: Aquellas sustancias o artículos que, debido a sus propiedades físicas o químicas, pueden causar daños a la salud, al medio ambiente o a los bienes durante su transporte aéreo o marítimo, si no se manejan adecuadamente.

El código IMDG (International Maritime Dangerous Code), normativa de obligado cumplimiento en el transporte marítimo de mercancías peligrosas, sirve de base para la clasificación de estas sustancias en cualquier modo de transporte, asegurando así estándares de seguridad uniformes a nivel global. A la carga peligrosa también se le conoce como carga IMO.

La Ley N° 28256 constituye el marco legal que regula la clasificación de mercancías peligrosas en el transporte terrestre peruano, garantizando así la seguridad y protección del medio ambiente.

La Hoja de Datos de Seguridad de Materiales (MSDS) es un documento técnico que proporciona información detallada sobre la identidad, propiedades, peligros y medidas de seguridad asociadas con uno o más químicos presentes en un producto; La hoja de datos proporciona instrucciones detalladas sobre el uso seguro del producto, las medidas de almacenamiento adecuadas, los procedimientos de emergencia en caso de accidentes y los posibles efectos en la salud humana en caso de exposición. La elaboración y redacción de la MSDS es responsabilidad del fabricante o, en su defecto, del distribuidor del material.

Información que contiene las MSDS (lista no exhaustiva, se recomienda la revisión de los Códigos IMO):

- Identificación química
- Información sobre el fabricante
- Ingredientes peligrosos

- Propiedades físicas y químicas
- Información sobre peligros de incendio y explosión
- Información sobre su reactividad
- Información sobre peligros a la salud
- Precauciones para uso y manejo seguro (p.91-92)

2.2.11.10. Carta de Responsabilidad. (PromPerú, 2016), este documento es una notificación formal por parte del exportador en la que se acepta que el transportista no será considerado responsable en caso de que ocurran determinadas circunstancias durante el transporte. Este documento se aplica a transportes refrigerados cuando la temperatura de la mercancía en el contenedor es inferior a la especificada en la reserva y se confirma en el booking note. También se emplea en casos de reembarques, donde el exportador acepta los costos adicionales derivados de esta operación.

La carta de responsabilidad es un documento que se emplea en circunstancias inusuales, donde se requiere que el exportador acepte la responsabilidad financiera por ciertos costos o exima al transportista de dicha responsabilidad. Se dirige a la línea naviera o al comandante del buque.

En el ámbito del transporte de mercancías, existe un segundo tipo de carta de responsabilidad cuyo objetivo es asegurar a las autoridades competentes (policiales y aduaneras) que la carga transportada cumple con los requisitos de seguridad y no representa ningún peligro para otras mercancías, el medio ambiente o la salud pública,

al estar exenta de sustancias peligrosas, nocivas o prohibidas, como drogas o narcóticos (p.96).

2.2.12. Modelos de Internacionalización

(ANDI , 2022), Los modelos de internacionalización que se abordarán en este análisis son los siguientes: exportación, contratos de manufactura (maquila), concesión de licencias, franquicias, empresas conjuntas e inversión extranjera directa. Estos modelos representan las principales estrategias utilizadas por las empresas para expandir sus operaciones a mercados internacionales (p.27).

2.2.12.1. Contrato de Manufactura (Maquila). Acuerdo comercial mediante el cual una parte (contratante) provee a otra (fabricante) las materias primas necesarias para la elaboración de un producto, a cambio de una contraprestación económica. Régimen aduanero de transformación, la elaboración o la reparación de mercaderías que permite importar temporalmente materias primas para su procesamiento y posterior exportación, incentivando así el comercio internacional.

2.2.12.2. Licenciamiento. Acuerdo legal que establece los términos y condiciones bajo los cuales el titular de un derecho de propiedad intelectual autoriza a un tercero a utilizar su creación, a cambio de una remuneración o de otras contraprestaciones. El acuerdo delimita el ámbito de explotación de los derechos de propiedad intelectual, estableciendo de manera precisa las modalidades de uso permitidas y las restricciones aplicables.

2.2.12.3. Franquicias. Acuerdo contractual en virtud del cual una empresa (franquiciante) otorga a otra (franquiciado) una licencia no exclusiva para utilizar su sistema de

franquicia, incluyendo su marca registrada, know-how y otros activos intangibles, a cambio de una contraprestación inicial y continuada.

2.2.12.4. Empresa Conjunta (Join Venture). Agrupación formal de empresas para la ejecución de un proyecto de gran envergadura; Agrupación de entidades independientes que, mediante un acuerdo, coordinan esfuerzos y recursos para ejecutar un proyecto determinado, manteniendo cada una su personalidad jurídica, En la que se establece un acuerdo claro sobre la aportación de cada miembro, la toma de decisiones, las responsabilidades asignadas, la gestión del personal, la asunción de riesgos y la distribución de ganancias y pérdidas.

2.2.12.5. Inversión Extranjera Directa. Inversiones de origen extranjero que establecen un vínculo accionario y ejercen un control sustancial sobre las operaciones de la empresa receptora (p.27).

2.2.13. Etapas de Internacionalización

(PromPerú, 2016), La internacionalización empresarial es un proceso que típicamente involucra las siguientes etapas: exportación ocasional, exportación experimental, exportación regular, establecimiento de filiales de venta, establecimiento de filiales de producción (p.14).

2.2.13.1. Exportación Ocasional. La empresa adopta una postura pasiva frente a la internacionalización, esperando que los pedidos lleguen de manera espontánea. No participa en la definición de la estrategia de marketing en los mercados de destino, limitándose a aprobar el precio final fijado por el importador.

2.2.13.2. Exportación Experimental. La empresa da inicio a una estrategia de internacionalización más proactiva, buscando de forma activa nuevos clientes en el

extranjero. Realiza acciones de promoción para atraer a importadores, pero no tiene control sobre el precio al que estos venderán los productos.

2.2.13.3. Exportación Regular. Ante el éxito de sus exportaciones iniciales, la empresa decide consolidar su presencia en los mercados internacionales. Para ello, establece relaciones comerciales estables con clientes extranjeros, reserva una parte de su producción para atender esta demanda y crea una estructura interna dedicada a gestionar las exportaciones. Además, comienza a participar de manera más activa en la definición del producto y en las acciones de promoción, incluyendo la fijación de precios.

2.2.13.4. Establecimiento de Filiales de Venta. La implementación de esta decisión conlleva una inversión considerable en activos fijos, como oficinas y almacenes, así como en personal especializado. La empresa adquirirá un mayor control sobre la cadena de valor, fijando los precios de venta a los detallistas, aunque delegará la distribución física en terceros.

2.2.13.5. Establecimiento de Filiales de Producción. Esta fase representa un punto de inflexión en la estrategia de internacionalización de la empresa, transformándola en una multinacional. Implica una inversión sustancial en recursos y una exposición a riesgos más altos en comparación con las etapas anteriores (p.15)

2.2.14. Tipos de Exportación

(Huesca Rodríguez, 2012), El comercio internacional distingue entre exportaciones definitivas y temporales. Las exportaciones definitivas suponen la salida de mercancías del territorio aduanero con el fin de su uso o consumo en el extranjero de manera permanente. Por otro

lado, las exportaciones temporales permiten la salida temporal de mercancías para fines específicos, como reparaciones, exhibiciones o sustituciones, con la obligación de reimportarlas (p. 66).

2.2.15. Etapas de Exportación

(Desarrollo, 2015), las principales etapas del proceso de exportación son:

Etapa 1: Recopilación de información de mercado

Etapa 2: Estrategias de exportación

Etapa 3: Consideraciones financieras y legales

Etapa 4: Autorización para exportar

Etapa 5: Almacenaje y Transporte

Etapa 6: Aranceles e impuestos (p.4).

2.2.15.1. Etapa 1: Recopilación de Información del Mercado. (Desarrollo, 2015), antes de exportar, es fundamental investigar a fondo el mercado objetivo para identificar las oportunidades de negocio y adaptar nuestra oferta a las necesidades específicas de los consumidores. Para adquirir los conocimientos necesarios, se sugiere visitar las oficinas de promoción comercial, asistir a seminarios y workshops especializados, y realizar búsquedas exhaustivas en internet. Es crucial realizar un análisis interno para determinar si la empresa cuenta con los recursos y capacidades necesarias para incursionar en los mercados internacionales. Un análisis FODA permitirá identificar las fortalezas que pueden ser aprovechadas y las debilidades que deben ser superadas.

El próximo paso es realizar un estudio detallado del mercado para conocer sus características y oportunidades. Un estudio de mercado nos proporciona una visión profunda del mercado, no solo en términos de datos cuantitativos, sino también cualitativos, permitiéndonos identificar las tendencias y oportunidades de crecimiento. La investigación de mercado busca conocer en profundidad el mercado objetivo, incluyendo su tamaño, tasas de crecimiento, barreras de entrada como aranceles y regulaciones, canales de distribución disponibles, la competencia existente, las tendencias demográficas y la capacidad productiva local. Gracias a esta información, podremos evaluar el potencial de crecimiento del mercado y determinar la inversión requerida para aprovechar estas oportunidades de negocio. Gracias a estos datos, podremos definir nuestra estrategia competitiva y responder a la pregunta de ¿cómo posicionamos nuestro producto o servicio en el mercado?

Una vez concluido un análisis exhaustivo del mercado, resulta fundamental profundizar en las experiencias de empresas ya establecidas en el sector. Esta investigación permitirá conocer a fondo al público objetivo, los procesos de negociación, los aspectos culturales que influyen en las transacciones comerciales y obtener una visión global del entorno competitivo. Estas empresas son habituales en seminarios y encuentros de networking enfocados en negocios internacionales. En estos espacios, se discuten temas especializados como las particularidades de exportar a un determinado país, los desafíos de una industria específica o las últimas tendencias en el comercio exterior. Compartir las perspectivas de una empresa con otras, que no sean competidoras directas, puede generar un valor incalculable. Muchas compañías están dispuestas a colaborar y aprender de las experiencias de los demás (p.5).

2.2.15.2. Etapa 2: Estrategias de Exportación. (Desarrollo, 2015), para penetrar con éxito en mercados internacionales, tu empresa necesita una estrategia de exportación cuidadosamente elaborada y ejecutada. Una estrategia de exportación bien estructurada ayudará a trazar una hoja de ruta clara hacia la internacionalización, permitiendo seleccionar los mercados más adecuados, evaluar los recursos actuales y futuros, y diseñar un plan de acción para ofrecer un servicio de alta calidad a clientes en el extranjero. La expansión de las exportaciones hacia nuevos mercados dependerá en gran medida de la obtención de los recursos financieros necesarios y de la capacidad de la empresa para gestionarlos de manera eficiente. En la fase inicial de una estrategia de exportación, es indispensable realizar un análisis financiero exhaustivo para determinar los recursos necesarios para desarrollar el mercado. La creación de una estrategia de mercado efectiva implica seguir una metodología de seis pasos:

- El primer paso es que el empresario entienda el negocio actual y cómo la exportación encaja en los planes generales.
- El segundo paso es realizar una evaluación cuidadosa del negocio actual de la empresa.
- El tercer paso es buscar mercados externos nuevos.
- El cuarto paso es esencial y consiste en establecer metas cuantitativas y cualitativas.
- El quinto paso incluye una definición detallada de la estrategia de exportación en relación con todos los aspectos del proceso de exportación
- Finalmente, el sexto paso consiste en desarrollar el plan de acción. El plan de acción define las tareas e identifica quien es responsable de cada tarea y cuándo se deben

cumplir. Una vez que se haya completado el plan de acción, se puede empezar a ejecutar el plan (p. 37).

2.2.15.3. Etapa 3: Consideraciones Financieras y Legales. (Desarrollo, 2015), las empresas exportadoras se enfrentan a un entorno complejo y altamente regulado. Tanto los aspectos financieros como los legales influyen significativamente en su éxito. En este análisis, profundizaremos en los desafíos financieros, como los métodos de pago y los Incoterms, así como en los requisitos legales específicos para exportar a la Unión Europea. Exploraremos cómo las normativas europeas impactan en los productos y servicios que desean ingresar a este mercado (p.49).

2.2.15.4. Etapa 4: Autorizar para Exportar. (Desarrollo, 2015), esta sección tiene como objetivo proporcionar una guía práctica sobre los requisitos aduaneros y documentales para la exportación a la UE, incluyendo los criterios de acceso al Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) y SGP+, que ofrecen ventajas arancelarias a ciertos países en desarrollo. El presente documento incluye una descripción pormenorizada de los trámites aduaneros y de las instituciones de apoyo a las exportaciones en cada uno de los países de Centroamérica y Panamá, con el fin de brindar una guía completa a las empresas exportadoras (p.99).

2.2.15.5. Etapa 5: Almacenaje y Transporte. (Desarrollo, 2015), con los permisos de exportación en mano y el contrato de venta firmado, se inicia la logística para transportar los bienes al comprador. Esta etapa consiste en la planificación y ejecución de las operaciones logísticas, tales como la gestión de almacenes, la contratación de

servicios de transporte y la elección de los canales de distribución más adecuados para llegar al mercado objetivo (p.121).

2.2.15.6. Etapa 6: Aranceles e Impuestos. (Desarrollo, 2015), Existe un amplio conjunto de medidas y políticas que regulan el acceso al mercado de la unión europea y las transacciones comerciales dentro de él. Los aranceles imponen una carga adicional a los exportadores, elevando el precio final de sus productos en los mercados de destino y reduciendo su competitividad.

Además de los aranceles, otros instrumentos como las salvaguardias, las cuotas de importación, las medidas antidumping y las licencias de importación juegan un papel fundamental en la regulación del comercio internacional y afectan directamente a los exportadores (p.148).

2.2.16. Análisis de Costos y Precios de Exportación

(Ministerio de comercio exterior y turismo, 2015), el análisis de costos de exportación es un proceso que busca determinar el costo total de producción, distribución y comercialización de un producto en el mercado internacional. Esta información es esencial para fijar precios que permitan alcanzar los objetivos de rentabilidad de la empresa, considerando factores como los costos de producción, los gastos de logística, los aranceles y los márgenes de beneficio deseados. Los términos de negociación internacional utilizados en cada operación de exportación determinan las acciones a realizar y, en consecuencia, los costos involucrados. Dado que estos términos pueden variar ampliamente, los gastos de exportación no son estándar y dependen de las particularidades de cada transacción (p.185).

(Ministerio de comercio exterior y turismo, 2013), el precio de exportación representa el valor monetario que un exportador solicita a un importador por un bien o servicio. Al determinar este precio, es fundamental considerar todos los costos directos e indirectos asociados al proceso de exportación, desde la producción hasta la entrega final al cliente. La fijación de precios es una decisión estratégica que tiene un impacto directo en la rentabilidad y sostenibilidad de una empresa. Un buen poder de negociación permite establecer precios que cubran los costos, generen utilidades y permitan competir de manera efectiva en el mercado, sin sacrificar la calidad de los productos o servicios.

Ante la creciente competitividad del mercado, las empresas se ven obligadas a implementar estrategias de reducción de costos para mantener sus precios atractivos y así conservar o aumentar su cuota de mercado. Los escenarios se pueden presentar como situaciones de:

- La combinación de una reducción de costos y la estabilidad de los precios resulta en un incremento de la utilidad empresarial. Esta situación genera un margen de maniobra financiero que permite a las empresas invertir en innovación, desarrollo y adaptación a las futuras exigencias del mercado.
- La combinación de una reducción de costos y precios permite a las empresas ajustar sus márgenes de ganancia y mantener su posición competitiva en un mercado dinámico. Esta estrategia les permite responder de manera efectiva a las acciones de la competencia.
- La decisión de mantener los precios sin modificarlos, a pesar del incremento en los costos de producción, puede llevar a una disminución de las ganancias. Sin embargo, en situaciones de mercado altamente competitivas o con una demanda inelástica, esta

estrategia puede ser necesaria para mantener la participación en el mercado y asegurar la continuidad del negocio.

- Aunque incrementar los precios y los costos permita mantener los márgenes de utilidad actuales, no es una estrategia sostenible a largo plazo. La presión competitiva y los cambios en las preferencias de los consumidores pueden obligar a la empresa a reorientarse hacia un nuevo segmento de mercado.

Existen diversas estrategias que permiten a las empresas ser más competitivas, ya sea aumentando sus precios o reduciendo sus gastos. Entre ellas destacan:

- Uso de marca propia.
- Alianzas estratégicas de nivel internacional
- Planeamiento.
- Diseño de producto.
- Embalajes diferenciados.
- Segmentación del mercado.
- Uso de acuerdos internacionales.
- Empleo de zonas francas
- Condiciones de pago (p.21)

2.2.17. Precio de Venta de Exportación

(Ministerio de comercio exterior y turismo, 2013), la fijación del precio de exportación es un proceso estratégico que se alinea con los objetivos internos de la empresa. En este sentido, el precio puede establecerse con el fin de:

- Fijar el precio tomando como base el costo unitario del producto y adicionando un margen de beneficio. Este método, conocido como punto de equilibrio, permite determinar el volumen de ventas necesario para cubrir los costos totales y generar utilidades.
- Fijar el precio en base al análisis de la demanda del mercado. Si los consumidores muestran un gran interés por el producto, se justifica establecer precios más altos. Por el contrario, si la demanda es baja, los precios tenderán a ser más bajos.
- Fijar el precio orientado principalmente a las acciones de los competidores en el mercado. En este caso, las empresas suelen descuidar la relación entre los precios, los costos y la demanda (p.22)

2.2.18. Cómo calcular el Precio de Venta de Exportación

(Ministerio de comercio exterior y turismo, 2013), Para establecer el precio, se realiza un análisis exhaustivo de los costos de producción, distribución y comercialización, tanto a nivel interno como externo. Además, se consideran los derechos pagados en las exportaciones, los incentivos gubernamentales y la utilidad esperada. Para ello, se recomienda:

- 1) Determinar el costo total de un producto, para ello es necesario identificar y sumar todos los gastos involucrados en su fabricación. Clasificar estos costos en fijos (que no varían con la producción) y variables (que sí varían) facilita el análisis y la toma de

decisiones. Al distinguir entre costos fijos y variables, podemos manejar los elementos de los costos de manera más efectiva:

- a. Materia prima directa (MP): Materiales e insumos sujetas directamente a un proceso de transformación en la cual al concluir el proceso es identificable en el producto final, el valor de estos es de importancia significativa.
- b. Mano de obra directa (MOD): Es la valorización económica del esfuerzo físico o mental vinculado directamente en el proceso de producción.
- c. Costos Indirectos de Fabricación (CIF): Se trata de gastos necesarios para la producción, pero que no se pueden asignar de manera directa y precisa a cada unidad producida, a diferencia de los materiales directos y la mano de obra directa. Estos costos suelen asignarse a lotes o procesos productivos completos debido a las dificultades en su valoración individual.

Por ende, identificar los costos de producción involucrará analizar:

Materia prima + mano de obra + costos indirectos de fabricación

- 2) Detectar los costos de exportación. Los costos de exportación pueden ser directos como: Etiquetas, folletos, rótulos, marcas, envases y embalajes, contenedor, almacenaje, seguro, transporte interno hasta el puerto de salida, gastos aduaneros, envíos de muestras, entre otros.

Y los costos indirectos, por ejemplo: Gastos del despachante de aduana, gastos bancarios, gastos de despacho y puerto, carga, descarga, etc.

- 3) Determinar los costos de gestión:

Administración: gastos del personal no productivo, gastos de oficina, depreciación de activos, entre otros.

Comercialización: gastos de personal de ventas, publicidad, promoción, distribución, entre otros. Recuerde que ellos comprenden todos los gastos que deben afrontarse desde que el producto se encuentra en stock y se originan por investigaciones y estudios de mercado, promoción de ventas, publicidad, distribución, entre otras razones.

- 4) Identificar los costos financieros. Comprenden los costos financieros asociados a obtener financiamiento para la producción y exportación de bienes.
- 5) Identificar los incentivos y barreras comerciales que enfrenta un exportador en un determinado mercado.
- 6) Determinar el margen de utilidad. El margen de exportación, que se adiciona al costo del producto, debe ser fijado en función de los objetivos comerciales de la empresa y tomando en cuenta los precios de mercado. Es importante recordar que la SUNAT regula la correcta determinación de este valor.

Una vez determinados los elementos de costos, podemos utilizar herramientas como el Análisis de Punto de Equilibrio para establecer un margen de utilidad que maximice la rentabilidad (p.23).

2.2.19. Elementos de Precio de Exportación

(Ministerio de comercio exterior y turismo, 2015), Los elementos que intervienen en la fijación del precio de exportación son:

- Costo del producto

- Costos de comercialización
- Costos de transporte y seguros internos
- Costos varios
- Manejo de carga
- Costos financieros
- Otros costos de exportación
- Costos de transporte internacional
- Seguros de transporte al exterior (p.187)

2.2.20. Reglas Incoterms 2020

Las reglas Incoterms (Términos Internacionales de Comercio), codificadas y emitidas por la Cámara de Comercio Internacional (CCI, 2019), constituyen un conjunto estandarizado de once términos universalmente aceptados que definen las responsabilidades esenciales entre el vendedor y el comprador en un contrato de compraventa internacional. Estos términos no son leyes, sino cláusulas contractuales que se incorporan voluntariamente al acuerdo comercial, confiriéndoles validez legal y contractual. Su propósito fundamental es eliminar las incertidumbres derivadas de las distintas prácticas comerciales internacionales, estandarizando la delimitación de las obligaciones, la transferencia del riesgo y, crucialmente, la distribución de los costos de la logística internacional, que incluyen el transporte, los seguros, la manipulación de la carga y los trámites aduaneros (Cámara de Comercio Internacional ICC, 2020).

Un Incoterm que transfiera más costos al vendedor (como DDP) generalmente requiere un precio de venta más alto para mantener el mismo margen, en comparación con un Incoterm de menor obligación (como EXW) (Cámara de Comercio Internacional ICC, 2020).

2.2.20.1. Reglas para Cualquier Modo o Modos de Transporte. Estos siete términos pueden ser utilizados independientemente del modo de transporte empleado y son ideales para operaciones donde intervienen varios tipos de transporte (multimodal). Reflejan una escala de asunción de costos y riesgos, desde la mínima hasta la máxima obligación para el vendedor:

- **EXW (Ex Works – En Fábrica):** Esta regla impone la mínima obligación al vendedor. Su responsabilidad se limita a poner la mercancía a disposición del comprador en sus propias instalaciones (fábrica o almacén) en la fecha acordada. Todos los costos, riesgos, permisos y trámites (incluido el despacho de exportación) son transferidos al comprador (Cámara de Comercio Internacional ICC, 2020). Desde el punto de vista financiero, EXW maximiza la utilidad bruta aparente para el exportador, ya que casi no asume costos logísticos de exportación, si bien esto puede limitar el atractivo comercial para el importador.
- **FCA (Free Carrier – Franco Porteador):** El vendedor cumple con su obligación al entregar la mercancía al transportista designado por el comprador en el lugar acordado. El vendedor es responsable de los costos de transporte interno y la manipulación de la carga hasta ese punto, además de ser responsable del despacho de exportación. La transferencia del riesgo y de los costos se produce en el momento de la entrega al transportista (Cámara de Comercio Internacional ICC, 2020). Este

Incoterm es muy utilizado en el transporte por contenedor y reduce el riesgo del vendedor en el trayecto principal.

- CPT (Carriage Paid To – Transporte Pagado Hasta): Bajo CPT, el vendedor asume la organización y el pago del transporte principal hasta el lugar de destino convenido. No obstante, existe una disociación fundamental: mientras el vendedor paga el flete (costo), la transferencia del riesgo al comprador ocurre mucho antes, al entregar la mercancía al primer transportista en el lugar de origen (Cámara de Comercio Internacional ICC, 2020).
- CIP (Carriage and Insurance Paid To – Transporte y Seguro Pagados Hasta): Es similar a CPT, donde el vendedor paga el flete hasta el destino, pero tiene la obligación adicional de adquirir un seguro de cobertura amplia (Cláusulas A del Instituto de Aseguradores de Londres) a favor del comprador. Aunque el riesgo se transfiere en el origen, la inclusión del seguro incrementa la base de costos del exportador y facilita la transacción comercial al ofrecer mayor seguridad al importador (Cámara de Comercio Internacional ICC, 2020).
- DAP (Delivered At Place – Entregada en Lugar): El vendedor asume todos los costos y riesgos involucrados en llevar la mercancía hasta el lugar de destino convenido y ponerla a disposición del comprador, lista para ser descargada. El vendedor no es responsable del despacho de importación. Este término representa un compromiso significativo en costos y riesgos por parte del exportador (Cámara de Comercio Internacional ICC, 2020).

- DPU (Delivered at Place Unloaded – Entregada en Lugar Descargada): Esta regla es la única que obliga al vendedor a realizar y pagar la descarga de la mercancía en el lugar de destino. El vendedor asume todos los costos y riesgos hasta ese momento. Fue introducida en 2020 para reemplazar a DAT (Delivered At Terminal), permitiendo que el lugar de entrega no sea necesariamente una terminal (Cámara de Comercio Internacional ICC, 2020).
- DDP (Delivered Duty Paid – Entregada Derechos Pagados): Representa la máxima obligación y el mayor nivel de riesgo para el vendedor. Asume todos los costos de transporte, riesgos, y, fundamentalmente, la responsabilidad y el pago de todos los derechos e impuestos de importación en el país de destino (Cámara de Comercio Internacional ICC, 2020). Aunque esto ofrece el mayor servicio al cliente, implica la máxima exposición a costos variables e impredecibles.

2.2.20.2. Reglas Exclusivas para Transporte Marítimo. Estos cuatro términos solo son aplicables cuando el transporte principal es marítimo o fluvial y son cruciales para productos a granel o carga convencional que se colocan directamente a bordo o al costado del buque:

- FAS (Free Alongside Ship – Franco al Costado del Buque): El vendedor cumple con la entrega al colocar la mercancía longitudinalmente al costado del buque en el puerto de embarque. En ese momento, el riesgo y todos los costos de carga y flete se transfieren al comprador (Cámara de Comercio Internacional ICC, 2020).
- FOB (Free On Board – Franco a Bordo): FOB es históricamente el término más utilizado en la agroexportación peruana. El vendedor cumple con su obligación de

entrega cuando la mercancía es cargada físicamente a bordo del buque en el puerto de embarque convenido (ej. Puerto del Callao). La transferencia del riesgo y de los costos se produce en ese mismo instante, al pasar la mercancía la borda del buque (Cámara de Comercio Internacional ICC, 2020). Financieramente, el exportador asume todos los costos internos (transporte de la planta al puerto, terminal handling charges, y el despacho de exportación), lo que le permite mantener el control de estos costos cruciales, mientras que el comprador asume el flete marítimo, el seguro y los costos en destino.

- CFR (Cost and Freight – Costo y Flete): Bajo CFR, la responsabilidad se divide. El vendedor asume el costo y la organización del flete principal para llevar la mercancía hasta el puerto de destino convenido. Sin embargo, y esta es la clave de este término, el riesgo se transfiere al comprador en el puerto de origen, al ser la mercancía cargada a bordo del buque. La implicación financiera es que el exportador incrementa significativamente sus costos de venta al pagar el flete marítimo; por lo tanto, el precio de venta debe ser lo suficientemente alto para absorber este gasto y asegurar el margen de utilidad esperado (Cámara de Comercio Internacional ICC, 2020).
- CIF (Cost, Insurance, and Freight – Costo, Seguro y Flete): CIF comparte la misma estructura de costos y transferencia de riesgo que CFR, con una adición fundamental: el vendedor tiene la obligación contractual de contratar y pagar un seguro marítimo mínimo a favor del comprador, cubriendo el riesgo de pérdida o daño durante el transporte hasta el puerto de destino. La adquisición de este seguro incrementa aún más la base de costos del exportador en comparación con FOB y

CFR, impactando directamente su Utilidad Bruta. No obstante, el uso de CIF puede ser una poderosa estrategia comercial, ya que el exportador gestiona y garantiza la seguridad de la carga para el importador, facilitando así la transacción final (Cámara de Comercio Internacional ICC, 2020).

2.2.21. El Comercio Mundial de la Quinua

(FAO & ALADI, 2014), Dada la aceleración en las exportaciones de quinua desde 2006, la Organización Mundial de Aduanas ha reconocido la importancia de este cultivo, asignándole una subpartida específica en el Sistema Armonizado (subpartida 10.08.50), facilitando así su comercio a nivel mundial. La publicación de las cifras definitivas del comercio mundial de quinua correspondientes al año 2012 marca un hito en el estudio de este cultivo, al proporcionar por primera vez datos precisos sobre su intercambio a nivel global.

Con un valor de 135 millones de dólares en 2012, el comercio internacional de quinua se concentró en un número limitado de países, tanto en lo que respecta a su origen como a su destino final. La mayor parte del comercio internacional de quinua (82,4%) se origina en los países de la ALADI, con Bolivia, Ecuador y Perú como principales exportadores. Estados Unidos y la Unión Europea, aunque con menor volumen, también participan significativamente, aunque gran parte de sus exportaciones corresponden a productos reexportados (p.7).

2.2.22. Evolución de las Exportaciones Regionales de Quinua

(FAO & ALADI, 2014), las deficiencias en la recopilación de datos estadísticos impiden un análisis histórico preciso del comercio mundial de quinua. Debido a la fuerte concentración del comercio mundial de quinua en Bolivia, Ecuador y Perú, y a la existencia de una clasificación arancelaria común (NANDINA) para este producto en estos países, es posible obtener una

estimación razonable del comercio global al analizar sus exportaciones conjuntas. Las exportaciones de quinua provenientes de Bolivia, Ecuador y Perú han mostrado un crecimiento exponencial en los últimos veinte años, consolidando a la región andina como un actor clave en el mercado global de este pseudocereal. El análisis del período 1992-2012 revela un crecimiento exponencial en las exportaciones de quinua de la región, pasando de 700 mil a 111 millones de dólares, a una tasa de crecimiento anual compuesta del 28,8%, considerablemente superior al crecimiento promedio de las exportaciones de la ALADI. Es importante resaltar que el crecimiento de las exportaciones regionales de quinua no ha sido constante, sino que ha experimentado una aceleración significativa en el período analizado. Las ventas se cuadruplicaron en la primera década, pero se multiplicaron por 39 en los diez años siguientes. El volumen de las exportaciones regionales de quinua experimentó un crecimiento sustancial en el período analizado. Se pasó de 600 toneladas en 1992 a 37.000 toneladas en 2012, lo que representa un aumento promedio anual de más del 22%. A pesar de este considerable aumento en volumen, el crecimiento en valor de las exportaciones fue aún más pronunciado, debido a la subida del precio de la quinua en el mercado internacional (p.9).

2.2.23. Origen de las Exportaciones Regionales de Quinua

(FAO & ALADI, 2014), Analizando el origen de las exportaciones regionales de quinua, se observa una cierta estabilidad a lo largo de las últimas dos décadas. Bolivia se ha mantenido como el principal exportador, concentrando la mayor parte del mercado. Perú y Ecuador han seguido siendo los siguientes grandes exportadores, aunque con una participación menor y con algunas variaciones a lo largo del tiempo. La distribución de las exportaciones de quinua ha evolucionado en las últimas dos décadas. Bolivia, que inicialmente concentraba el 90% del mercado, ha visto reducir su participación a un 75%. Perú, por el contrario, ha casi cuadruplicado

su participación, pasando del 6% al 23%. Ecuador, en cambio, ha reducido su presencia en el mercado (p.10).

Según datos del Centro de Comercio Internacional (ITC), Perú se posicionó como el principal exportador mundial de quinua en 2018, con una participación del 44.5% del mercado global. Bolivia ocupó el segundo lugar, con una participación del 29.4%, a la fecha Perú continúa manteniéndose en el primer lugar como exportador mundial de quinua.

2.2.24. Destino de las Exportaciones Regionales de Quinua

(FAO & ALADI, 2014), La estructura de los mercados de destino de la quinua ha evolucionado notablemente en los últimos veinte años, con la incorporación de nuevos compradores y una redistribución de las exportaciones hacia mercados ya existentes. Sin embargo, a lo largo de los cinco años iniciales, el panorama comercial de la quinua estuvo dominado por unos pocos actores principales. Estados Unidos se posicionó como el mayor comprador, acaparando el 34% del total, seguido de cerca por Perú y Alemania, ambos con un 18% de participación. Francia y Holanda completaron el grupo de los cinco principales importadores con un 11% y 9%, respectivamente. Si bien con una cuota de mercado más reducida, Japón y Ecuador también se destacaron como destinos importantes para la quinua, representando el 4% y el 3% del total de las exportaciones, respectivamente. La importancia de Estados Unidos como destino de las exportaciones de quinua se incrementó significativamente en los últimos veinte años, alcanzando una participación superior al 56% en el último quinquenio. Este crecimiento estuvo acompañado por la aparición de nuevos mercados como Canadá (5%), Australia (3%), Israel (2%) y Brasil (2%), que se sumaron a la demanda global de este pseudocereal. Según un estudio de Nielsen Research Group, el consumo de productos a base de quinua se disparó en países del

hemisferio Norte entre 2012 y 2013, con aumentos de hasta un 196% en algunos mercados. Este crecimiento exponencial estuvo acompañado por un cambio en la geografía del consumo, ya que países como Canadá, Israel, Holanda y Estados Unidos se consolidaron como los principales compradores, desplazando a mercados tradicionales como Alemania, Francia y a los propios productores, Perú y Ecuador quienes no aparecen entre los principales compradores mundiales hacia el final del período (p.10).

La dependencia de Estados Unidos como mercado de destino es evidente en las exportaciones de quinua de Bolivia (54%), Ecuador (55%) y Perú (61%). Más de la mitad de las ventas de estos países se concentran en el país norteamericano. En lo que respecta los destinos de las exportaciones restantes, encontramos diferencias notables. Bolivia, además de sus principales compradores, exporta un porcentaje considerable a Francia y Holanda. Ecuador presenta una fuerte concentración en el mercado alemán, mientras que Perú muestra una distribución más variada, con Alemania, Canadá, Israel, Australia e Italia como destinos relevantes, aunque con participaciones menores al 10% cada uno. Finalmente, en los últimos cinco años, Perú ha demostrado ser el país más activo en la comercialización internacional de quinua, llegando a un total de 51 destinos diferentes. Bolivia y Ecuador, aunque también han logrado posicionar su producto en el mercado global, han alcanzado un número menor de países, con 36 y 17 respectivamente (p.11).

2.2.25. El Comercio Intrarregional de la Quinua

(FAO & ALADI, 2014), el mercado de la quinua dentro de la ALADI ha evolucionado significativamente en las últimas dos décadas, pasando de ser prácticamente inexistente en 1992, con un valor de solo 21 mil dólares, a alcanzar un valor de 3.5 millones de dólares en 2012. Este crecimiento sostenido, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 28.8%. La expansión del

comercio intrarregional de quinua fue de carácter temporal. Si bien entre 1992 y 1996 se observó un aumento significativo, alcanzando los 691 mil dólares en 1996, posteriormente se registró una contracción que llevó al comercio a retroceder a los valores iniciales para el año 2002. Posteriormente, el comercio se recuperó gradualmente hasta 2007, alcanzando los 477 mil dólares, y luego experimentó un crecimiento acelerado hasta el final del período, con una tasa acumulada del 49% anual. Los volúmenes de comercio de quinua dentro de la región mostraron un crecimiento sostenido, pasando de un modesto nivel de 22 toneladas en 1992 a un volumen de 1382 toneladas en 2012. Esta expansión siguió una trayectoria similar a la del valor hasta 2007, pero a partir de ese año se aceleró a una tasa anual del 24%, aunque a un ritmo inferior al observado en el valor (p.11).

2.2.26. Evolución del Precio de Exportación de la Quinua

(FAO & ALADI, 2014), Al dividir el valor de las exportaciones de quinua en su punto de embarque (FOB) por el peso total exportado, se obtiene el precio unitario de exportación, que representa el valor promedio por kilogramo de quinua vendida al exterior. Este indicador revela que, entre 1992 y 2007, el precio de exportación de la quinua regional se mantuvo relativamente estable, fluctuando dentro de un rango estrecho entre 1,1 y 1,3 dólares por kilogramo. Durante los dos años posteriores a 2007, se observó un crecimiento acelerado del precio, el cual alcanzó un máximo de 2,9 dólares por kilogramo en 2009. Posteriormente, el precio se consolidó en un nivel cercano a los 3 dólares por kilogramo hasta el final del período analizado, evidenciando una mayor estabilidad en el mercado (p.13).

2.2.27. Rentabilidad

(Gitman & Zutter, 2012), la rentabilidad de una empresa refleja la capacidad de generar beneficios a partir del uso de sus activos, tanto aquellos que se transforman rápidamente en efectivo (corrientes) como los de uso más prolongado (fijos). Las utilidades pueden incrementarse al aumentar los ingresos por ventas o al reducir los costos de producción y operación (p.544).

(Díaz Llanes , 2012), la rentabilidad representa la capacidad de una empresa de generar beneficios que pueden ser reinvertidos en la propia empresa, lo que a su vez permite reducir el endeudamiento, aumentar la producción, expandir las ventas y, en última instancia, lograr un mayor crecimiento y generar aún más beneficios (p.52).

(López Casanova), la rentabilidad es un indicador que nos permite evaluar el desempeño de una actividad económica al comparar los resultados obtenidos con los recursos utilizados. Existen diversas formas de calcular la rentabilidad, dependiendo de los elementos específicos que se consideren en el numerador y denominador de la fórmula (p.34).

(Gutiérrez Janampa & Tapia Reyes , 2016), La rentabilidad es una herramienta que permite evaluar el desempeño financiero de una empresa al comparar los ingresos generados con los recursos empleados. Esta medida se relaciona directamente con factores como las ventas, los activos y el capital aportado por los propietarios, y proporciona una idea de la capacidad de la empresa para generar liquidez en el futuro (p.14).

(Universidades públicas de la comunidad de Madrid, 2021), El umbral de rentabilidad representa el volumen de producción y ventas que una empresa debe alcanzar para cubrir tanto sus costos fijos (como alquileres y salarios) como los variables (directamente relacionados con la producción). A partir de este punto, cada unidad adicional vendida genera beneficios. Es así que

el costo total de producción de una empresa se determina considerando dos tipos principales de costos: los costos fijos, que son independientes del nivel de producción, y los costos variables, que varían directamente con el volumen de producción. Estos últimos se obtienen al multiplicar el costo variable por unidad de producto (costo variable medio) por la cantidad total producida: $CV = CVM_e \times Q$ (p.5).

(Córdova Padilla , 2012), la rentabilidad es una medida que nos dice cuánto rinde nuestra inversión, es decir, cuánto dinero extra ganamos por encima de lo que invertimos al principio. La rentabilidad es un indicador que mide el desempeño de una inversión. Nos muestra cuánto ha aumentado o disminuido el valor de nuestra inversión, además de los pagos en efectivo que hemos recibido. Se calcula como un porcentaje del valor inicial y refleja la relación entre los ingresos y los costos (p.15).

(Córdova Padilla , 2012), la rentabilidad puede ser concebida desde los siguientes ámbitos:

Rentabilidad económica; y

Rentabilidad financiera (p. 15).

2.2.28. Rentabilidad económica

(Córdova Padilla , 2012), se asocia con la eficiencia de las operaciones comerciales de la entidad. Se determina mediante la razón entre la utilidad operativa y el capital empleado en las actividades principales (p.15).

2.2.29. Rentabilidad financiera

(Córdova Padilla , 2012), representa el retorno que reciben los accionistas sobre su inversión inicial, después de cubrir todos los costos financieros de la empresa (p.15).

(Córdova Padilla , 2012), además existen otras medidas de rentabilidad, tales como: rendimiento sobre el patrimonio y rendimiento sobre la inversión (p.15).

2.2.30. Rendimiento sobre el patrimonio

(Córdova Padilla , 2012), mide el rendimiento obtenido por el accionista de su inversión en el capital del negocio. Se determina por la vinculación entre el beneficio neto después de impuestos y el patrimonio neto medio (p.15)

2.2.31. Rendimiento sobre la inversión

(Córdova Padilla , 2012), calcula el rendimiento que generan los accionistas sobre el total de los fondos empleados en el negocio, incluyendo tanto los aportados por ellos como los obtenidos a través de préstamos (p.16).

(Córdova Padilla , 2012), la rentabilidad de una empresa se determina no solo por el cumplimiento de las metas de ventas, sino también por la capacidad de optimizar los costos operativos y garantizar un margen de utilidad adecuado. Por lo mismo, conseguir la rentabilidad esperada implica no solo alcanzar las metas de ingresos establecidas, sino también asegurar que los gastos operativos se ajusten a lo estrictamente necesario y contribuyan a maximizar los beneficios (p.16).

2.2.32. Índices de Rentabilidad

(Gitman & Zutter, 2012), mediante los índices de rentabilidad, los analistas pueden determinar el rendimiento que obtienen las ventas, los activos y el capital invertido de una empresa al generar utilidades. Sin utilidades, una compañía no resulta atractiva para los inversionistas. Tanto los propietarios, como los prestamistas y los directivos están muy interesados en el

crecimiento de las utilidades, ya que esto refleja la salud financiera de la empresa y su capacidad para generar valor (p. 73).

(Gaviria Orozco, Valera Velásquez , & Yáñez Cuadrado), los indicadores de rentabilidad son señales que nos muestran cuán bien está utilizando una empresa el dinero invertido para generar ganancias y asegurar su futuro. Estos indicadores reflejan la habilidad de la empresa para convertir los recursos en beneficios, cumpliendo así con sus objetivos de crecimiento y creación de valor (p.6).

(Aching Guzman, 2006), miden la capacidad de una empresa para generar beneficios. Su finalidad es valorar los resultados netos obtenidos de determinadas decisiones y políticas en la gestión de fondos del negocio. Cuantifican los resultados económicos de la compañía. Cuantifican el rendimiento de cada unidad monetaria invertida en ventas, activos o capital. Es imprescindible estar al tanto de estos indicadores, ya que la generación de beneficios es vital para garantizar la continuidad del negocio. Permiten valorar la eficiencia con la que la empresa transforma sus operaciones diarias en flujo de efectivo.

Los indicadores negativos señalan que la empresa está experimentando dificultades financieras, lo que podría obligarla a asumir mayores costos o exigir un mayor esfuerzo por parte de sus propietarios para mantenerse a flote. Existen numerosos indicadores de rentabilidad, pero los más significativos y analizados en este contexto son la rentabilidad sobre el patrimonio, la rentabilidad sobre los activos totales y el margen neto sobre ventas (p.29).

(Prieto Hurtado, 2010), los ratios financieros son el método más utilizado para evaluar el desempeño financiero de una compañía. Una razón financiera es una expresión matemática que relaciona dos variables contables diferentes del Estado de situación financiera o del estado de

resultados, permitiendo evaluar la estructura financiera y el desempeño de una empresa. El análisis de ratios financieros revela las fortalezas y debilidades de una empresa, anticipando posibles escenarios futuros. Aunque teóricamente cualquier cuenta puede relacionarse con otra del mismo estado de situación financiera o del estado de resultados, sólo ciertas combinaciones ofrecen información relevante, será necesario seleccionar los ratios adecuados para obtener una visión clara de la situación financiera y tomar decisiones informadas (p.61).

(Instituto pacifico, 2012), los ratios de rentabilidad son indicadores que nos permiten analizar que tan bien está una empresa generando beneficios con los recursos que utiliza, ya sean propios o prestados. También nos muestran cuán eficientemente está operando durante un periodo específico. De manera similar, los ratios mencionados antes son cruciales porque permiten medir cómo efectivamente se están gestionando y administrando los recursos económicos y financieros de la empresa (p.26).

(Instituto nacional de estadística e informática, 2013), Los ratios de rentabilidad incluyen una serie de indicadores diseñados para evaluar si una empresa está generando suficientes ingresos para cubrir sus costos y proporcionar beneficios a sus propietarios o inversionistas. En otras palabras, estos ratios ayudan a analizar la capacidad de la empresa para obtener ganancias. En este contexto, estos ratios son útiles para evaluar qué tan bien están utilizando las empresas sus activos de manera eficiente (p.101).

2.2.33. Margen sobre las ventas

(Instituto nacional de estadística e informática, 2013), evalúa la rentabilidad lograda en un año en relación con las ventas realizadas durante ese mismo período (p.101).

2.2.34. Margen de utilidad de operación

(Instituto nacional de estadística e informática, 2013), indica la cantidad de utilidad generada por el negocio sin tener en cuenta los efectos de la financiación externa ni de ingresos provenientes de fuentes ajenas a la actividad principal, en relación con las ventas realizadas durante el mismo año. Es un indicador clave para determinar si la empresa está generando suficiente utilidad para cubrir sus costos de financiamiento (p.102).

(Córdova Padilla , 2012), los indicadores de rentabilidad evalúan qué tan bien la gestión está aprovechando los recursos para generar ganancias a partir de las ventas y de la inversión. Las razones de rendimiento son herramientas que nos permiten administrar los costos y gastos, maximizando así la conversión de las ventas en utilidades (p.105).

(Córdova Padilla , 2012), existen dos tipos principales de ratios de rentabilidad: aquellos que miden el rendimiento sobre las ventas y los que evalúan el rendimiento sobre la inversión. Ambos indicadores son cruciales para evaluar la eficiencia operativa de una empresa (p.105).

Margen bruto de utilidad = $(\text{Ventas} - \text{costo de ventas}) / \text{Ventas}$

Margen neto de utilidad = $\text{Utilidad operativa} / \text{ventas}$.

2.2.35. Medición de Rentabilidad

(Wild J, Subramanyam R, & Halsey F, 2013), el rendimiento del capital invertido es un indicador fundamental que refleja la capacidad de una empresa para generar beneficios sostenibles en el tiempo y, por lo tanto, su solidez financiera a largo plazo. Emplea datos consolidados tanto del estado de resultados (beneficios) como del estado de situación financiera (recursos financieros) para analizar la rentabilidad. Esta evaluación de la rentabilidad ofrece varias ventajas en

comparación con otras mediciones a largo plazo de la fortaleza financiera o solvencia, que solo se basan en las cifras del balance general (como la relación entre deuda y capital). Transmite de manera efectiva el rendimiento del capital invertido desde las distintas perspectivas de los diversos financiadores (acreedores y accionistas) (p.419).

(Aching Guzman, 2006), al estudiar la rentabilidad, estamos evaluando la habilidad de una empresa para convertir sus operaciones en ganancias. Busca evaluar si las decisiones que tomamos en cuanto a cómo gastamos y administramos el dinero de la empresa están siendo efectivas y nos están generando beneficios. Evalúan si las actividades de la empresa están generando los resultados económicos esperados. Nos muestran qué tan bien está haciendo las cosas la empresa con el dinero que gana, con lo que tiene o con lo que invirtieron los dueños. Es fundamental conocer estos números, porque si la empresa no gana dinero, no puede seguir funcionando. Indican claramente la capacidad de la empresa para generar dinero en el corto plazo. Los indicadores negativos reflejan una situación en la que la empresa está consumiendo más recursos de los que genera, lo que la obliga a buscar financiamiento adicional o a reducir costos para sobrevivir (p.27)

(Estupiñan Gaitán, 2020), la capacidad de una empresa para generar beneficios, o su rentabilidad, refleja su verdadera efectividad. Esta efectividad depende de la eficiencia y eficacia de sus operaciones, así como de los recursos o medios disponibles. El análisis de rentabilidad se enfoca principalmente en la relación entre los resultados operativos, tal como se detallan en el estado de resultados, y los recursos disponibles para la empresa, tal como se muestran en el estado de situación financiera (p.150).

(Estupiñan Gaitán, 2020), para medir qué tan rentable es una empresa, se usan principalmente estos análisis:

Razón de ventas netas entre activos

Tasa de rendimiento neto de sus activos

Tasa de rendimiento operacional de sus activos

Tasa de rendimiento del patrimonio

Apalancamiento financiero

Tasa de rendimiento del patrimonio de los accionistas comunes

Utilidad por acción común

Razón precio – utilidad (p.151).

2.2.36. Razón de ventas netas entre activos

(Estupiñan Gaitán, 2020), al comparar las ventas netas con el valor de los activos, podemos evaluar la productividad de esos activos y determinar si están generando un retorno adecuado a la inversión. Imaginemos dos compañías con la misma cantidad de recursos. Si una de ellas genera el doble de ingresos, está sacándole mucho más provecho a sus activos, demostrando así una mayor eficiencia (p.152).

2.2.37. Tasa de rendimiento neto de sus activos

(Estupiñan Gaitán, 2020), la tasa de rendimiento de los activos nos indica qué tan bien están generando ganancias los activos totales de la empresa, sin importar si estos fueron adquiridos con deuda o capital propio. En conclusión, la tasa de rendimiento de los activos es independiente de si la empresa se financia con deuda o capital. Además, al considerar la utilidad neta después de impuestos, este indicador refleja el impacto de las políticas fiscales en la rentabilidad de la empresa (p.151-52).

2.2.38. Tasa de rendimiento operacional de sus activos

(Estupiñan Gaitán, 2020), este indicador refleja la eficiencia con la que la empresa gestiona sus operaciones diarias para generar ganancias a partir de sus activos, ya que no se ve afectado por ingresos o gastos no operacionales que pueden distorsionar la imagen real de su desempeño. En algunos países, los intereses de la deuda se registran como gastos operacionales. En tales casos, se suman a la utilidad operacional si no se clasifican como gastos no operacionales (p.152.)

2.2.39. Tasa de rendimiento del patrimonio

(Estupiñan Gaitán, 2020), se calcula al dividir las utilidades netas entre el capital aportado por los accionistas y las utilidades retenidas, de esta manera se obtiene la tasa de retorno que generan los fondos propios de la empresa. Este indicador refleja la capacidad de la empresa para generar utilidades a partir de los recursos aportados por los accionistas (p.153).

2.2.40. Tasa de rendimiento del patrimonio de los accionistas comunes

(Estupiñan Gaitán, 2020), una empresa puede emitir tanto acciones comunes como preferentes. Los accionistas comunes son los últimos en recibir dividendos, es decir, solo obtienen lo que resta después de pagar a los accionistas preferentes. La tasa de rendimiento del patrimonio de los accionistas comunes mide exclusivamente la rentabilidad que obtienen los propietarios de las acciones comunes. Se calcula considerando únicamente las ganancias disponibles para ellos después de cubrir los compromisos con los accionistas preferentes y dividiéndolas por el capital que ellos mismos han aportado (p.156).

2.2.41. Utilidad por acción común

(Estupiñan Gaitán, 2020), la utilidad por acción es un indicador financiero que nos permite conocer la porción de las utilidades netas que corresponde a cada acción. Se calcula dividiendo la utilidad neta entre el número de acciones en circulación y nos muestra cuánto gana, en promedio, cada accionista por cada título que posee (p.157).

2.2.42. Razón precio – utilidad

(Estupiñan Gaitán, 2020), la razón precio-utilidad es un indicador que se calcula al dividir el valor de mercado de una acción entre las ganancias que genera cada acción. Sirve como un indicador de las expectativas de los inversionistas sobre el crecimiento futuro de la empresa y su capacidad para generar utilidades (p. 157).

2.2.43. Dividendos por acción

(Estupiñan Gaitán, 2020), los dividendos y las utilidades por acción son los indicadores más cruciales para evaluar las oportunidades de inversión en acciones, ya que brindan información clara sobre la rentabilidad y el desempeño de una empresa. La comparación de los dividendos por acción con las utilidades por acción nos permite evaluar la política de dividendos de una empresa. Un dividendo elevado en relación con las utilidades sugiere que la compañía está devolviendo una mayor parte de sus ganancias a los accionistas, mientras que un dividendo bajo indica que está reteniendo más utilidades para reinvertirlas.

El rendimiento de dividendos es una métrica que mide la porción de las ganancias de una empresa que se distribuye a los accionistas comunes en forma de dividendos en efectivo. Es un indicador clave para los inversores que buscan generar ingresos regulares y estables a partir de su cartera de acciones. Para calcular el rendimiento de dividendos, se divide el monto total de

dividendos pagados por acción en un año entre el precio al que se cotiza la acción en el mercado en un momento determinado (p.157).

2.2.44. Rentabilidad Económica

(Instituto nacional de estadística e informática, 2013), este ratio, calculado dividiendo el resultado de explotación entre el activo total, nos proporciona una visión clara de la eficiencia con la que una empresa emplea sus recursos para generar valor. La rentabilidad económica es una herramienta indispensable para evaluar la calidad de la gestión empresarial, ya que mide la capacidad de los activos para generar beneficios sin considerar la forma en que se han financiado (p.102).

2.2.45. Rentabilidad Financiera

(Sánchez Ballesta), la rentabilidad financiera, también conocida como return on equity (ROE) en la literatura anglosajona, es un indicador que mide el rendimiento de los fondos propios durante un periodo determinado, usualmente sin considerar cómo se distribuyen los beneficios obtenidos. La rentabilidad financiera se considera una medida de rentabilidad más orientada a los accionistas o propietarios en comparación con la rentabilidad económica. Por esta razón, en términos teóricos y según la opinión más común, es el indicador de rentabilidad que los directivos suelen tratar de maximizar en beneficio de los propietarios. Además, una rentabilidad financiera baja restringe el acceso a nuevos recursos financieros por dos motivos principales: reduce la capacidad de autofinanciación de la empresa y desincentiva a los inversores externos a aportar capital (p.10).

(Instituto nacional de estadística e informática, 2013), la rentabilidad financiera o de los fondos propios es un indicador que mide el rendimiento de los capitales propios en un periodo

específico. La rentabilidad financiera, al estar directamente vinculada al rendimiento del capital invertido por los accionistas, es el indicador más relevante para estos últimos y, por tanto, el objetivo de maximización de los directivos. El indicador refleja la rentabilidad del capital aportado por los accionistas, es decir, cuánto gana la empresa por cada sol invertido por ellos (p.103).

2.2.46. Utilidad neta

(Estado de resultados), la utilidad neta es “el valor residual de los ingresos de una entidad lucrativa, después de haber disminuido sus costos y gastos relativos reconocidos en el estado de resultados siempre que estos últimos sean menores a dichos ingresos, durante un periodo contable; en caso contrario, es decir, cuando los costos y gastos sean superiores a los ingresos, la resultante es una pérdida neta” (p.99).

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Exportación de Quinoa Orgánica

La exportación de quinoa orgánica se entiende como el proceso de comercialización y envío de este grano, cultivado bajo estrictos estándares orgánicos certificados, desde Perú hacia mercados internacionales. Esta actividad representa una estrategia fundamental para el crecimiento empresarial y la inserción en cadenas de valor globales (Díez de Castro & Martín Armario, 2012).

2.3.1.1. Volumen y Valor de Exportación. Esta dimensión se enfoca en la cuantificación de la actividad exportadora, considerando tanto la cantidad física del producto movilizado como los ingresos generados por dichas ventas. Constituye la manifestación directa y tangible de la participación de la empresa en el mercado global de quinoa orgánica. Un incremento en el volumen y el valor de exportación generalmente indica una mayor penetración en el mercado y un potencial significativo de generación de ingresos.

2.3.1.2. Volumen de Exportación. Se refiere a la cantidad física de quinua orgánica que una empresa comercializa y envía a mercados extranjeros durante un periodo definido, siendo una métrica esencial para evaluar la capacidad productiva y la escala de las operaciones de comercio internacional.

2.3.1.3. Valor de Exportación (FOB). Representa el monto total de ingresos, usualmente expresado en dólares estadounidenses, que la empresa percibe por la venta de sus productos exportados bajo la condición "Free On Board" (FOB). Este valor comprende el costo de la mercancía, el transporte interno, los seguros y los gastos de carga hasta el puerto de embarque (Cámara de Comercio Internacional ICC, 2020). Es un indicador crucial de los ingresos brutos derivados de la exportación antes de considerar los costos de flete internacional y seguro.

2.3.1.4. Precio de Exportación. Se define como el valor monetario por unidad (kilogramo o tonelada) al que se transa el producto en el mercado internacional. La capacidad de obtener un precio premium por productos diferenciados, como la quinua orgánica, es fundamental para la rentabilidad y refleja la valoración del producto en el ámbito global.

2.3.1.5. Volumen Total de Quinua Orgánica Exportada (en toneladas métricas). Este indicador cuantifica la cantidad acumulada de quinua orgánica vendida y enviada por Agronegocios Wiraccocha a otros países durante el periodo de estudio. Se medirá en toneladas métricas (TM) y la información se obtendrá de los registros internos de ventas y exportaciones de la empresa o de bases de datos de comercio exterior (ej., SUNAT, Aduanas).

2.3.1.6. Valor Total de las Exportaciones de Quinoa Orgánica (en dólares estadounidenses

FOB). Este indicador representa el monto total en dólares estadounidenses que la empresa ha recibido por la comercialización de su quinoa orgánica bajo la condición FOB. La información se extraerá de los registros contables y de facturación de la empresa.

2.3.1.7. Precio Promedio de Exportación por Kilogramo/Tonelada (En dólares

estadounidenses). Este indicador se calculará dividiendo el valor total de las exportaciones entre el volumen total exportado.

2.3.1.8. Calidad y Conformidad Orgánica. Esta dimensión examina los atributos intrínsecos

de la quinoa exportada y su adhesión a los rigurosos estándares que la caracterizan como "orgánica". En un mercado global cada vez más exigente, la calidad y el cumplimiento normativo son elementos diferenciadores esenciales y requisitos de acceso. La falta de conformidad puede acarrear rechazos de productos, pérdidas económicas y daños a la reputación empresarial.

2.3.1.9. Calidad del Producto en Exportación. Se refiere al conjunto de propiedades y

especificaciones que un producto debe poseer para satisfacer las expectativas y requerimientos del mercado de destino y del cliente internacional. En el ámbito alimentario, esto incluye aspectos como la pureza, el nivel de humedad, la granulometría, la ausencia de elementos extraños y, fundamentalmente para la quinoa orgánica, la ausencia de residuos de pesticidas y otros contaminantes.

2.3.1.10. Certificación Orgánica. Es un proceso mediante el cual un organismo certificador

independiente verifica que la producción, procesamiento y manejo de un producto se

ajustan a las normativas de producción orgánica de un mercado específico (SENASA, 2021). Esta certificación actúa como un sello de credibilidad y es indispensable para ingresar a los mercados de productos orgánicos.

2.3.1.11. Trazabilidad. Describe la capacidad de seguir el historial, las aplicaciones o la localización de un producto mediante un registro de identificación (ISO 9001, 2015). En la cadena de valor de la quinua orgánica, la trazabilidad implica poder identificar el origen del grano (parcela y productor), los insumos empleados, y los procesos de post-cosecha, procesamiento y logística. Es un componente vital para la seguridad alimentaria, el control de calidad y para mantener la integridad de la certificación orgánica.

2.3.1.12. Conformidad. Alude al cumplimiento de las normas, estándares, regulaciones y especificaciones técnicas establecidas tanto por las autoridades del país importador como por los propios clientes (Crosby, 1979). La conformidad es un requisito ineludible para la aceptación de la carga y el mantenimiento de las relaciones comerciales.

2.3.1.13. Incidencia de Rechazos o Reclamos por Problemas de Calidad o Conformidad (En Porcentaje o Número de Casos). Este indicador cuantifica la frecuencia de los envíos de quinua orgánica que son rechazados por los clientes o que generan reclamos debido a problemas de calidad (como contenido de humedad o impurezas) o incumplimiento de la certificación orgánica (por ejemplo, detección de residuos de pesticidas no permitidos o fallas en la trazabilidad). Los datos se obtendrán de los registros de quejas de clientes y los informes de calidad internos de la empresa.

2.3.1.14. Vigencia y Alcance de las Certificaciones Orgánicas Internacionales. Este indicador se refiere a la posesión y el mantenimiento actualizado de las certificaciones requeridas por los mercados de destino (como USDA Organic, EU Organic o JAS de Japón). La información se obtendrá de los certificados emitidos por los organismos certificadores.

2.3.1.15. Cumplimiento de Especificaciones Técnicas del Cliente (En Porcentaje de Conformidad). Este indicador mide el grado en que la quinua exportada se ajusta a los requisitos específicos (como tamaño de grano, pureza o color) estipulados en las fichas técnicas o contratos con los clientes internacionales. Se medirá a través de reportes de calidad y la retroalimentación de los clientes.

2.3.1.16. Gestión de la Cadena de Suministro. Esta dimensión se enfoca en la eficiencia y efectividad de los procesos logísticos y de coordinación que facilitan el flujo ininterrumpido de la quinua orgánica desde el campo hasta el mercado de destino. Una cadena de suministro optimizada es fundamental para controlar los costos, asegurar las entregas a tiempo y responder eficazmente a las demandas del mercado.

2.3.1.17. Nivel de Cumplimiento de la Trazabilidad (En Porcentaje de Registros Completos). Este indicador evalúa la capacidad de la empresa para rastrear el origen y el recorrido de cada lote de quinua orgánica a lo largo de toda la cadena de suministro. Se medirá mediante auditorías internas y el análisis de los registros del sistema de trazabilidad.

2.3.1.18. Interacción con Productores. Esta dimensión se enfoca en las relaciones y la colaboración de la empresa con los agricultores que proveen la quinua orgánica.

Reconoce que la calidad, el volumen y la sostenibilidad del suministro dependen en gran medida de la confianza, la comunicación y el apoyo mutuo entre la empresa y su base de productores.

2.3.1.19. Asistencia Técnica Agrícola. Se refiere al apoyo y la transferencia de conocimientos especializados que la empresa brinda a los productores, incluyendo técnicas de cultivo orgánico, manejo integrado de plagas, procesos post-cosecha y manejo de suelos (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), 2010). Su propósito es mejorar la productividad, la calidad del producto y la adherencia a los estándares orgánicos, beneficiando tanto a los agricultores como a la cadena de suministro de la empresa.

2.3.1.20. Mecanismos de Coordinación y Diálogo. Son las plataformas o actividades sistemáticas, como reuniones periódicas, mesas de diálogo o visitas de campo conjuntas, que la empresa implementa para interactuar y comunicarse con las comunidades y asociaciones de productores. Estos mecanismos son cruciales para construir confianza, resolver problemas, compartir información de mercado y fomentar la participación y el compromiso.

2.3.1.21. Compromiso del Productor. Este concepto alude al nivel de dedicación y adhesión de los agricultores a las prácticas y estándares acordados, especialmente en el cultivo orgánico. Un alto compromiso por parte de los productores reduce la necesidad de supervisión constante y asegura la calidad y la continuidad del suministro.

2.3.1.22. Cobertura de Asistencia Técnica a Productores (En Porcentaje de Productores). Este indicador representa el porcentaje de productores asociados o

proveedores de quinua orgánica que reciben asistencia técnica de forma regular por parte de Agronegocios Wiracocha. La información se obtendrá de los registros de asistencia técnica y mediante encuestas a los productores.

2.3.1.23. Frecuencia de Mecanismos de Coordinación con Comunidades. Este indicador se refiere a la periodicidad y la diversidad de las plataformas o actividades de coordinación que la empresa implementa para interactuar con las comunidades productoras. Se medirá a través de los registros de reuniones y entrevistas con el personal de campo de la empresa.

2.3.1.24. Percepción de Compromiso de los Productores con el Manejo Orgánico (En Escala Likert). Este indicador mide el grado en que los productores perciben su propio compromiso y el de sus pares con la adopción y el mantenimiento de las prácticas de cultivo orgánico. La información se obtendrá a través de encuestas dirigidas a los productores.

2.3.2. Rentabilidad

La rentabilidad se define como la capacidad de la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC para generar utilidades a partir de sus operaciones de exportación de quinua orgánica, en relación con sus ingresos, costos o activos invertidos (Gitman & Zutter, 2012). Es un indicador clave del éxito financiero y la sostenibilidad a largo plazo de la empresa.

2.3.2.1. Rentabilidad Bruta y Operativa. Esta dimensión evalúa la eficiencia de la empresa en la gestión de sus costos directos de producción y sus gastos operativos asociados a la actividad exportadora, antes de considerar el impacto de la financiación y los impuestos. Ofrece una visión clara de la eficiencia central del negocio.

2.3.2.2. Utilidad Bruta. Representa la diferencia entre los ingresos por ventas, específicamente los derivados de la exportación, y el costo de ventas de los productos exportados. Esta utilidad refleja la ganancia directa que la empresa obtiene de la venta de su producto, antes de deducir gastos operativos, financieros o impuestos.

2.3.2.3. Utilidad Operativa. Este concepto se obtiene al restar los gastos operativos (como gastos de administración, ventas, marketing y logística) de la utilidad bruta. Refleja la eficiencia de las operaciones principales del negocio, independientemente de cómo se financia o se pagan impuestos.

2.3.2.4. Margen de Utilidad Bruta. Es un ratio que expresa la utilidad bruta como un porcentaje de los ingresos por ventas. Un margen bruto elevado sugiere que la empresa gestiona eficientemente sus costos de producción o adquisición de la mercancía.

2.3.2.5. Margen de Utilidad Operativa. Es un ratio que muestra la utilidad operativa como un porcentaje de los ingresos por ventas (Ross et al., 2019, adaptado por Fernández, 2016). Refleja la eficiencia en la gestión de las operaciones diarias de la empresa y su capacidad para transformar las ventas en beneficios operativos.

2.3.2.6. Rentabilidad Neta. Esta dimensión proporciona la medida más exhaustiva de la rentabilidad de la empresa, ya que incorpora todos los costos y gastos, incluyendo los financieros y los impuestos. Representa el beneficio final disponible para los accionistas o para la reinversión en la empresa.

2.3.2.7. Utilidad Neta. Es la ganancia final de la empresa después de deducir todos los costos (de ventas y operativos), gastos financieros e impuestos. Es el resultado final de la operación económica y el principal indicador de la rentabilidad total.

2.3.2.8. Margen de Utilidad Neta. Es un ratio que expresa la utilidad neta como un porcentaje de los ingresos por ventas. Este indicador es el más comúnmente utilizado para evaluar la rentabilidad global de una empresa, mostrando qué porcentaje de cada sol de venta se convierte en ganancia neta.

2.3.2.9. Retorno sobre Activos (ROA). Este es un ratio financiero que mide la eficiencia con la que una empresa emplea sus activos totales (tanto corrientes como no corrientes) para generar ganancias. Se calcula como $(\text{Utilidad Neta} / \text{Activos Totales Promedio})$. Un ROA alto indica que la empresa está utilizando sus activos de manera efectiva para producir utilidades.

2.3.2.10. Retorno sobre el Patrimonio (ROE). Este ratio financiero cuantifica la rentabilidad para los propietarios o accionistas de la empresa (Gitman & Zutter, 2012). Se calcula como $(\text{Utilidad Neta} / \text{Patrimonio Neto Promedio})$. Indica la cantidad de beneficio que la empresa genera por cada unidad monetaria de capital invertido por los accionistas, siendo un indicador clave de la eficiencia en el uso del capital propio.

2.3.2.11. Eficiencia de Costos. Esta dimensión se enfoca en la capacidad de la empresa para gestionar y optimizar sus diversos costos, lo que tiene un impacto directo en sus márgenes de rentabilidad. La reducción de costos constituye una estrategia fundamental para mejorar la utilidad sin necesariamente aumentar el volumen de ventas.

2.3.2.12. Costo de Ventas. Representa el costo directo atribuible a la producción o adquisición de los bienes vendidos por la empresa. Para Agronegocios Wiraccocha, esto incluiría el costo de la quinua en origen, su procesamiento, empaque, entre otros.

2.3.2.13. Gastos Operativos. Son aquellos costos incurridos en las operaciones diarias de la empresa que no están directamente relacionados con la producción, tales como los gastos de administración, ventas y distribución.

2.3.2.14. Drawback. Es un mecanismo de simplificación aduanera que posibilita la restitución parcial o total de los derechos arancelarios que se pagaron por la importación de insumos, materias primas, productos intermedios y envases utilizados en la fabricación de bienes destinados a la exportación (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), 2020). Para los exportadores, este beneficio representa un ingreso adicional o una reducción efectiva de costos que potencia la rentabilidad.

III. Diseño Metodológico

3.1. Tipo de Investigación

La presente investigación se clasifica como de tipo aplicado, dado que su principal objetivo es la búsqueda de soluciones prácticas a un problema específico identificado en la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC. Esto se alinea directamente con los objetivos específicos, que buscan determinar y analizar causas, asistencia técnica e impacto de la interacción, todas con miras a mejorar procesos y resultados como el margen y las utilidades. Como lo expone Tamayo y Tamayo (2009), la investigación aplicada se orienta a "la solución de problemas específicos, concretos, que en la mayoría de los casos tienen que ver con la práctica" (p. 45). Este enfoque no solo busca generar conocimiento, sino también aplicarlo directamente para resolver una situación particular en la empresa.

3.2. Nivel de Investigación

El nivel de esta investigación es Descriptivo-Correlacional. Esta clasificación dual se adopta por la necesidad de cumplir con el objetivo de evaluar la contribución de una variable sobre otra, lo cual exige un doble alcance metodológico:

Nivel Descriptivo: La tesis inicia en este nivel, pues se enfoca en caracterizar las propiedades, rasgos y perfiles de los indicadores de las variables de estudio (los factores de la exportación, la asistencia técnica, la interacción con comunidades) y los elementos de la rentabilidad (utilidad bruta y neta). Los estudios descriptivos, según Hernández Sampieri et al. (2014), "buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis" (p. 92). Esto permite detallar cómo se manifiestan las variables en el contexto de la empresa.

Nivel Correlacional: La investigación se eleva a este nivel porque su propósito central es cuantificar y medir el grado de asociación entre la exportación de quinua orgánica y la rentabilidad, lo cual constituye el propósito central de la hipótesis. Este nivel trasciende la descripción, ya que, según Hernández Sampieri et al. (2014), los estudios correlacionales tienen como propósito "medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables" (p. 93). Esto requiere la aplicación de la prueba de correlación para validar estadísticamente la suposición, sin pretender establecer relaciones causales directas en profundidad.

La adopción del nivel Descriptivo-Correlacional garantiza la coherencia metodológica al utilizar un análisis estadístico que permite cuantificar la relación, base fundamental del presente estudio.

3.3. Enfoque de investigación

El enfoque de esta investigación es cuantitativo, ya que se centra en la recolección y análisis de datos numéricos para determinar y analizar las causas, la asistencia técnica y el impacto de la interacción en relación con los márgenes de utilidad. Hernández Sampieri et al. (2014) explican que el enfoque cuantitativo "utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población" (p. 4). Este enfoque es idóneo para la medición de indicadores específicos (volumen, valor, porcentaje de rechazos, cobertura de asistencia técnica, frecuencia de reuniones, márgenes de utilidad, etc.), facilitando un análisis estadístico objetivo que permita responder a los objetivos específicos.

3.4. Población

La población de estudio se definió considerando los objetivos planteados, los cuales requieren información tanto documental para la medición financiera como datos de fuentes humanas para el análisis de los procesos. Siguiendo a Arias (2012), quien establece que la población es "el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio" (p. 81), se delimitaron dos poblaciones relevantes. La primera es la Población documental, conformada por la totalidad de los registros de operaciones de exportación de quinua orgánica y los estados financieros de la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC correspondientes al periodo 2020-2021. La segunda es la Población Humana, constituida por la totalidad de los 79 trabajadores (personal administrativo y operario) de la empresa durante el periodo de estudio.

3.5. Muestra

La estrategia de muestreo combinó un Censo para los datos documentales y un Muestreo No Probabilístico Intencional para la población humana. Para la Población Documental, se optó por un enfoque censal, lo que implicó trabajar con el 100% de los registros financieros y operativos de la empresa correspondientes al periodo 2020-2021. Esta decisión se tomó para garantizar una evaluación completa y fidedigna de la rentabilidad, sin comprometer la validez de los resultados al omitir información clave.

En cuanto a la Población Humana, se utilizó una muestra no probabilística intencional. De la población total de 80 trabajadores, se seleccionó una muestra de 18 individuos que, por sus funciones, se consideran informantes clave. Esta selección fue necesaria, ya que solo el personal

directamente involucrado en las áreas de Gerencia, Finanzas, Logística y Asistencia Técnica de Campo posee el conocimiento y la experiencia requerida para analizar las causas que afectaron la exportación y el impacto de los procesos de asistencia a productores, según lo exigen los objetivos específicos. Tal como lo indican Hernández Sampieri et al. (2014), esta estrategia es adecuada cuando se tiene una población reducida de la cual es necesario extraer la totalidad de los casos relevantes o cuando "la población es el total de casos del universo y no hay muestra" (p. 176), priorizando la profundidad de la información especializada sobre la representatividad estadística de toda la planilla.

3.6. Fuentes de Información

Para la presente investigación, las fuentes de información fueron de carácter primario y secundario, a fin de obtener una visión completa y detallada de los fenómenos de estudio, en línea con los objetivos que buscan determinar y analizar causas, asistencia técnica, e impacto de la interacción en la rentabilidad.

La información primaria provino de los 18 trabajadores de Agronegocios Wiracocha del Perú SAC directamente involucrados en las operaciones de exportación de quinua orgánica, la asistencia técnica a productores y la interacción con comunidades.

Las fuentes secundarias fueron predominantemente documentales e institucionales. Se recurrió a los registros internos de la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC, lo que incluyó: Bases de datos de exportación, facturas comerciales y registros de ventas, reportes de calidad y certificaciones orgánicas, registros de asistencia técnica, actas de reuniones o informes de coordinación con comunidades y Estados financieros. Además, se consultaron documentos

externos de entidades reguladoras y de comercio exterior como la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).

3.7. Diseño de Investigación

El diseño de esta investigación fue la no experimental, ya que los factores y variables de estudio no fueron manipulados intencionalmente por el investigador. En su lugar, se observaron y midieron tal como se presentan y han ocurrido en el ambiente natural de la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC. Como lo explica Arias (2012), los diseños no experimentales son aquellos en los que "no se realizan manipulación de variables; es decir, no se construyen situaciones, sino que se observan las existentes" (p. 31).

3.8. Técnicas

Para la recolección de los datos necesarios que permitieron dar respuesta a los objetivos del estudio, se emplearon tres técnicas principales: el análisis documental, la encuesta y la entrevista. Esta combinación fue coherente con el enfoque cuantitativo predominante del estudio, permitiendo triangular la información obtenida de registros y la perspectiva de los actores clave de la empresa.

3.9. Instrumentos

Para la obtención de la información, se diseñaron y emplearon tres instrumentos principales bajo un enfoque mixto: la Ficha de Recolección de Datos se utilizó para el censo documental de la empresa, permitiendo la sistematización de los Estados Financieros y los Registros de Exportación del periodo 2020-2021; el Cuestionario se aplicó mediante una escala Likert a los 18 informantes clave para cuantificar su percepción sobre las dimensiones de Calidad y Conformidad Orgánica e Interacción con Productores; y la Guía de Entrevista se usó como técnica cualitativa

complementaria, dirigida a informantes clave específicos, para profundizar en las razones subyacentes a los problemas y las estrategias operativas de la empresa, brindando el contexto explicativo a los datos cuantitativos.

3.10. Validez y Confiabilidad del Instrumento

3.10.1. Validez

La validez se refiere al grado en que el instrumento realmente mide las variables que se propone cuantificar, asegurando la pertinencia y la suficiencia de los ítems respecto a los objetivos de la investigación. Para establecer la Validez de Contenido del cuestionario, se empleó el método de Juicio de Expertos.

Se conformó un panel de tres (3) profesionales especialistas con experiencia demostrada y formación de posgrado en el área de finanzas, garantizando el conocimiento metodológico y temático necesario.

A cada experto se le entregó el instrumento preliminar junto con la matriz de operacionalización de variables y los objetivos. La evaluación se centró en los siguientes criterios clave, tal como se refleja en el formato de validación utilizado:

Coherencia Interna: Evaluar si el instrumento es pertinente y congruente con el planteamiento del problema, las variables de estudio y la matriz de operacionalización (ítems 1 al 4 de la rúbrica).

Calidad de la Forma: Evaluar la claridad, la precisión en la redacción de las preguntas y la adecuación de la estructura del instrumento para facilitar las opciones de respuesta (ítems 5 al 7 de la rúbrica).

Resultado de la Valoración: Los expertos emitieron un dictamen valorando los requisitos de Validez, Confiabilidad y Objetividad del instrumento, resultando en un promedio de valorización del rango porcentual de 81-100%.

El dictamen final del panel de especialistas, reflejado en la Opción de Aplicabilidad, determinó que el instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado. De esta manera, el cuestionario quedó formalmente validado por el consenso de expertos para la recolección de datos de la variable de percepción.

3.10.2. Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento (Cuestionario) fue evaluada en dos fases mediante el cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach (α), utilizando el software SPSS V.25, con el objetivo de asegurar la consistencia interna de las dimensiones de la variable Exportación.

Se aplicó una prueba piloto inicial para identificar la consistencia de las dimensiones. Dicho análisis demostró la necesidad de depuración metodológica, ya que la dimensión "Gestión de la Cadena de Suministro" presentó un coeficiente negativo ($\alpha=-0.320$), lo cual obligó a su eliminación total del instrumento final.

Tras la reestructuración del cuestionario, se aplicó el Alfa de Cronbach sobre la muestra definitiva, cuyos resultados se interpretaron según los criterios de la literatura especializada (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista, Metodología de la investigación, 2018).

Tabla 1

Estadísticos de Fiabilidad del Cuestionario (Resultados Finales del Alfa de Cronbach)

Dimensión	N.º de Ítems	Alfa de Cronbach (α)
Calidad y Conformidad Orgánica	3	0.616
Interacción con Productores	5	0.770

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2

Niveles de Confiabilidad del Instrumento Final

Dimensión	Alfa de Cronbach (α)	Nivel de Consistencia
Calidad y Conformidad Orgánica	0.616	Consistencia Aceptable
Interacción con Productores	0.770	Consistencia Buena

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Ambos coeficientes superan el umbral mínimo recomendado ($\alpha \geq 0.60$), y confirman la alta consistencia interna y la fiabilidad de las dimensiones utilizadas para medir la variable Exportación de Quinoa Orgánica.

3.11. Análisis de la Normalidad

La Prueba de Normalidad se aplicó únicamente a las dimensiones de la variable Exportación (obtenidas mediante el cuestionario, N=18). El estadístico Shapiro-Wilk fue seleccionado por ser el más adecuado para muestras pequeñas.

Tabla 3

Prueba de Normalidad de las Dimensiones de la Variable Exportación de Quinoa Orgánica (Estadístico Shapiro-Wilk)

Dimensión	N	Grados de Libertad (gl)	Estadístico (Shapiro- Wilk)	Sig. (p)	Distribución
Calidad y Conformidad Orgánica	18	18	0.968	0.745	Normal
Interacción con Productores	18	18	0.927	0.216	Normal

Nota. Fuente: Datos procesados mediante software SPSS V.25. H0: Los datos se distribuyen normalmente.

Nivel de significancia utilizado: $\alpha=0.05$.

Los resultados indican que la distribución de ambas dimensiones es normal, dado que el p-valor (Sig.) es mayor al nivel de significancia ($p>0.05$) en ambos casos, lo cual acepta la hipótesis nula de normalidad.

La variable Rentabilidad no fue sometida a la prueba de normalidad, ya que se compone de indicadores financieros objetivos (Razón) obtenidos mediante el Análisis Documental de la población total de estados financieros (N=2 años) y no de una muestra de percepción.

Dado que la variable independiente Exportación sigue una distribución normal y que la variable dependiente Rentabilidad es de escala de Razón (la escala más fuerte), se cumplen los supuestos para la aplicación de pruebas paramétricas.

IV. Resultados

4.1. Resultados Descriptivo

La presente sección detalla los hallazgos derivados del análisis documental de los registros de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC, correspondientes a los periodos 2020 y 2021. Se examinarán las variables operacionales relacionadas con la exportación de quinua orgánica y las variables financieras asociadas a la rentabilidad, con el fin de proporcionar una base empírica para el contraste descriptivo de las hipótesis de la investigación.

4.1.1. Desempeño de Exportación y Calidad Operacional

Esta subsección analiza el volumen y valor de las exportaciones, así como los indicadores de calidad operacional, elementos clave de la variable Exportación de quinua orgánica y sus posibles afectaciones.

4.1.1.1. Valor FOB de las Exportaciones. La Tabla 4 presenta el valor FOB mensual y total de las exportaciones de quinua orgánica para los años 2020 y 2021. Se observa una disminución significativa en el valor total de las exportaciones, pasando de US\$ 10,814,666.74 en 2020 a US\$ 8,834,483.06 en 2021, lo que representa una reducción del 18.29%. A nivel mensual, 2020 mostró picos de exportación notables en enero (US\$ 1,152,772.85) y julio (US\$ 1,777,599.54), mientras que en 2021, el mes de febrero presentó un repunte (US\$ 1,132,580.82) pero no se alcanzaron los volúmenes máximos del año anterior. Esta contracción en los ingresos por ventas internacionales es un factor crítico al evaluar la contribución de la exportación a la rentabilidad de la empresa, según lo planteado en la Hipótesis General.

Tabla 4

Exportaciones de Quinoa Orgánica a Valor FOB (US\$), 2020-2021.

Meses	2020	2021
Enero	1,152,772.85	442,416.51
Febrero	266,775.80	1,132,580.82
Marzo	587,913.87	505,848.27
Abril	993,155.06	673,115.91
Mayo	684,699.10	545,035.54
Junio	481,703.35	711,282.88
Julio	1,777,599.54	878,264.67
Agosto	1,181,610.47	875,382.35
Septiembre	898,788.17	776,629.11
Octubre	825,291.80	807,617.23
Noviembre	947,047.43	610,769.63
Diciembre	1,017,309.30	875,540.14
Totales	10,814,666.74	8,834,483.06

Nota. Fuente: Elaboración propia.

4.1.1.2. Cantidad Exportada en Kilogramos. Complementando el análisis del valor, la Tabla 5 detalla la cantidad en kilogramos de quinua orgánica exportada por la empresa. De manera consistente con el valor FOB, se evidencia una disminución en el volumen total exportado, pasando de 4,394,283.61 Kg en 2020 a 3,818,689.41 Kg en 2021, lo que significa una reducción del 13.10%. La disminución tanto en valor como en volumen de exportación en 2021 sugiere que la contracción de los ingresos no se debió únicamente a la caída de precios, sino también a una menor cantidad de producto comercializado. Esta reducción en la cantidad exportada impacta directamente la rentabilidad, lo que se alinea con la dirección de la Hipótesis General que vincula la exportación con la rentabilidad.

Tabla 5

Cantidad Exportada de Quinoa Orgánica (Kg), 2020-2021.

Meses	2020	2021
Enero	377,072.00	178,140.00
Febrero	99,810.00	471,370.64
Marzo	246,561.34	213,566.40
Abril	418,287.00	283,925.70
Mayo	256,299.92	247,967.76
Junio	204,964.80	312,900.39
Julio	694,307.40	367,802.08
Agosto	507,694.80	403,641.80
Septiembre	413,112.00	335,191.80
Octubre	344,940.35	314,588.64
Noviembre	381,942.40	270,609.00
Diciembre	449,291.60	418,985.20
Totales	4,394,283.61	3,818,689.41

Nota. Fuente: Elaboración propia.

4.1.1.3. Número de Rechazos de Carga. En relación con la calidad operacional y los posibles factores que afectarían la exportación, la Tabla 6 detalla el número de rechazos de carga registrados por la empresa para los años 2020 y 2021. Se observa que, tanto en 2020 como en 2021, la empresa no registró ningún rechazo de carga (0). Este hallazgo es sumamente positivo para la gestión de calidad y la reputación de la empresa. La ausencia de rechazos documentados implica que las causas mencionadas en la Hipótesis Específica 1 (uso de pesticidas, baja calidad, trazabilidad) no se materializaron en rechazos directos que perjudicaran el margen de utilidad a través de

esta vía durante el periodo de estudio. Este es un indicativo de la eficacia de los controles internos de calidad y trazabilidad de la empresa.

Tabla 6

Número de Rechazos de Carga de Quinua Orgánica, 2020-2021.

Año	N° Rechazo
2020	0
2021	0
Total	0

Nota. Fuente: Elaboración propia.

4.1.2. Desempeño Financiero y Rentabilidad

Esta subsección presenta los resultados de los indicadores de rentabilidad de la empresa, fundamentales para evaluar la contribución de la exportación y el impacto de otros factores planteados en las hipótesis.

4.1.2.1. Margen de Utilidad Bruta. La Tabla 7 muestra el margen de utilidad bruta de la empresa para los años 2020 y 2021. Se observa un ligero incremento del margen de utilidad bruta, pasando de 20.86% en 2020 a 21.83% en 2021. Este aumento, aunque modesto, es un indicador positivo de la eficiencia de la empresa en el control de sus costos de producción directos en relación con sus ingresos por ventas. A pesar de la disminución en el volumen y valor de exportación, la empresa logró mejorar su eficiencia a nivel de producción, lo que contribuye a la rentabilidad general y es relevante para la Hipótesis Específica 2.

Tabla 7

Margen de Utilidad Bruta (%), 2020-2021.

Año	Ingresos por venta	Utilidad bruta	Margen de utilidad bruta
2020	35,706,114	7,449,000	20.86%
2021	36,869,217	8,049,339	21.83%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

4.1.2.2.Utilidad Neta. En cuanto a la utilidad neta, la Tabla 8 revela que, a pesar de la reducción en el volumen y valor de exportación, la utilidad neta de la empresa experimentó un ligero aumento, pasando de S/ 1,577,096 en 2020 a S/ 1,603,993 en 2021. Este crecimiento en la utilidad neta es un indicador clave de la rentabilidad final de la empresa. Sugiere que, a pesar de los desafíos en las exportaciones y la posible presión de costos operativos no directos, la empresa logró gestionar sus gastos y otros ingresos/egresos de manera efectiva para incrementar sus ganancias finales. Este hallazgo es directamente relevante para la Hipótesis General y la Hipótesis Específica 3.

Tabla 8

Utilidad Neta (Soles), 2020-2021.

Año	Utilidad neta
2020	1,577,096
2021	1,603,993.

Nota. Fuente: Elaboración propia.

4.1.2.3.Margen de Utilidad Neta. La Tabla 9 presenta el margen de utilidad neta porcentual.

Se observa un muy leve descenso, de 4.42% en 2020 a 4.35% en 2021. Este margen,

que indica cuánto de cada sol de ingreso se convierte en ganancia neta, se mantuvo relativamente estable. La ligera contracción podría deberse a un crecimiento proporcionalmente mayor en los ingresos frente a la utilidad neta, o a un aumento en los gastos no operativos, siendo un indicador clave de la rentabilidad.

Tabla 9

Margen de Utilidad Neta (%), 2020-2021.

Año	Ingresos por venta	Utilidad neta	Margen de utilidad neta
2020	35,706,114	1,577,096	4.42%
2021	36,869,217	1,603,993	4.35%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

4.1.2.4. Porcentaje de Costos de Producción sobre los Ingresos. La Tabla 10 muestra el porcentaje de los costos de producción en relación con los ingresos. Se observa una mejora en la eficiencia de costos, ya que este porcentaje disminuyó de 79.14% en 2020 a 78.17% en 2021. Una reducción en este indicador significa que la empresa requirió un menor porcentaje de sus ingresos para cubrir sus costos de producción, lo cual es un indicador de mayor eficiencia operativa. Esta mejora en la eficiencia contribuye directamente al aumento del margen de utilidad bruta y, en última instancia, favorece la rentabilidad general de la empresa.

Tabla 10

Porcentaje de Costos de Producción sobre los Ingresos (Eficiencia de Costos), 2020-2021.

Año	Costo de ventas	Ingresos por ventas	Eficiencia de costos
-----	-----------------	---------------------	----------------------

2020	28,257,114	35,706,114	79.14%
2021	28,819,878	36,869,217	78.17%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

4.1.2.5. Incidencia de Descuentos por Renegociación de Facturas. La Tabla 11 presenta la incidencia de descuentos por renegociación de facturas como porcentaje del valor exportado. Se observa una disminución significativa en la incidencia de estos descuentos durante el periodo analizado, pasando de 0.33% en 2020 a 0.02% en 2021.

Aunque los porcentajes son bajos en valor absoluto, el cambio es notable e indica una mejora en la gestión comercial o una mayor estabilidad en las condiciones del mercado de destino durante el año 2021, lo que minimizó la necesidad de renegociar las facturas de exportación.

El hecho de que los descuentos fueran mayores en 2020 sugiere que la empresa pudo haber enfrentado mayor presión o inestabilidad comercial debido a los efectos iniciales de la pandemia u otras variables externas, lo cual ejerce una presión negativa sobre los márgenes de rentabilidad de dicho año. La reducción a 0.02% en 2021 contribuyó positivamente a mantener el valor neto de las ventas y, por ende, a la rentabilidad efectiva de ese periodo.

Tabla 11

Incidencia de Descuentos por Renegociación de Facturas (% del Valor Exportado), 2020-2021.

Año	Monto de descuento	Ingresos por ventas	Incidencia del descuento
2020	118,766	35,706,114	0.33%

2021	5,916	36,869,217	0.02%
------	-------	------------	-------

Nota. Fuente: Elaboración propia.

4.1.2.6. Rentabilidad sobre Activos (ROA). La Tabla 12 muestra la Rentabilidad sobre Activos (ROA). Se observa un descenso en el ROA, de 4.13% en 2020 a 3.51% en 2021. El ROA mide la eficiencia con la que una empresa utiliza sus activos para generar ganancias. La disminución en este indicador sugiere que la empresa fue ligeramente menos eficiente en 2021 para generar utilidades a partir de sus activos disponibles, a pesar de haber logrado un incremento en la utilidad neta absoluta.

Tabla 12

Rentabilidad sobre Activos (ROA), 2020-2021.

Año	Utilidad neta	Total activo	ROA
2020	1,577,096	38,200,559	4.13%
2021	1,603,993	45,691,826	3.51%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

4.1.2.7. Rentabilidad sobre el Patrimonio Neto (ROE). La Tabla 13 presenta la Rentabilidad sobre el Patrimonio Neto (ROE). Se observa un descenso en el ROE, de 10.42% en 2020 a 9.58% en 2021. El ROE es un indicador fundamental de la rentabilidad desde la perspectiva de los accionistas, midiendo la capacidad de la empresa para generar ganancias en relación con el capital invertido por los propietarios. La disminución en el ROE sugiere que la empresa generó una menor rentabilidad por cada sol de patrimonio neto en 2021 en comparación con 2020.

Tabla 1

Rentabilidad sobre el Patrimonio Neto (ROE), 2020-2021.

Año	Utilidad neta	Patrimonio	ROE
2020	1,577,096	15,134,218	10.42%
2021	1,603,993	16,738,212	9.58%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

4.1.2.8. Ganancia por Acción. Finalmente, la Tabla 14 muestra la ganancia por acción de la empresa. Se observa un ligero incremento de S/ 0.44 en 2020 a S/ 0.45 en 2021. Este modesto aumento en la ganancia por acción es un resultado positivo y está en línea con el ligero incremento en la utilidad neta absoluta, indicando una mejora en la utilidad disponible por cada acción.

Tabla 2

Ganancia por Acción (Soles), 2020-2021.

Año	Utilidad neta	N° de acciones	Ganancia por acción
2020	1,577,096	3,554,853	0.44
2021	1,603,993	3,554,853	0.45

Nota. Fuente: Elaboración propia.

4.1.2.9. Ingresos por Drawback (Restitución de Derechos Arancelarios). La Tabla 15 detalla los ingresos percibidos por la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC a través del mecanismo del Drawback. En el año 2020, la empresa acumuló un total de S/ 1,114,768.39 por este concepto, con las mayores contribuciones en los meses de noviembre (S/ 377,255.58) y diciembre (S/ 399,148.97). Varios meses como febrero, marzo, abril, agosto y octubre no registraron ingresos por Drawback en 2020.

Para el año 2021, el total anual de ingresos por Drawback disminuyó a S/ 892,298.59. Se observan meses con ingresos positivos significativos, como abril (S/ 158,263.47), mayo (S/ 169,583.97), junio (S/ 136,018.37) y agosto (S/ 162,668.64). Un aspecto notable en 2021 es la aparición de valores negativos en enero (-S/ 2,375.00) y febrero (-S/ 2,358.00). Estos valores negativos podrían indicar ajustes, reversiones o devoluciones de montos previamente percibidos, lo que resalta la complejidad en la administración de este beneficio tributario.

La disminución total de ingresos por Drawback de 2020 a 2021, junto con las variaciones mensuales, indica que la contribución de este beneficio a la rentabilidad global de la empresa fue fluctuante y menor en el segundo año. No obstante, el Drawback sigue siendo una fuente relevante de ingresos no operativos que complementa los resultados generados por la actividad principal de exportación y debe ser considerada al evaluar la utilidad neta de la empresa.

Tabla 3

Ingresos por Drawback (En soles).

	2020	2021
enero	18,006.86	-2,375.00
febrero	-	-2,358.00
marzo	-	-
abril	-	158,263.47
mayo	135,005.29	169,583.97
junio	51,428.71	136,018.37
julio	47,857.94	-
agosto	-	162,668.64

septiembre	86,065.04	107,349.60
octubre	-	-
noviembre	377,255.58	94,789.54
diciembre	399,148.97	68,358.00
Totales	1,114,768.39	892,298.59

Nota. Fuente: Elaboración propia.

4.1.3. Percepciones del Personal sobre la Exportación y Gestión de la Quinoa Orgánica

Esta sección se presenta los resultados y el análisis de la encuesta aplicada a los 18 trabajadores de Agronegocios Wiracocha del Perú SAC. El objetivo fue recabar las percepciones del personal en áreas clave relacionadas con la calidad, la logística, la gestión financiera, la asistencia técnica y la coordinación con productores, aspectos fundamentales para comprender el desempeño de la exportación de quinoa orgánica y su contribución a la rentabilidad de la empresa.

4.1.3.1. Perfil Demográfico del Personal Encuestado

Tabla 4

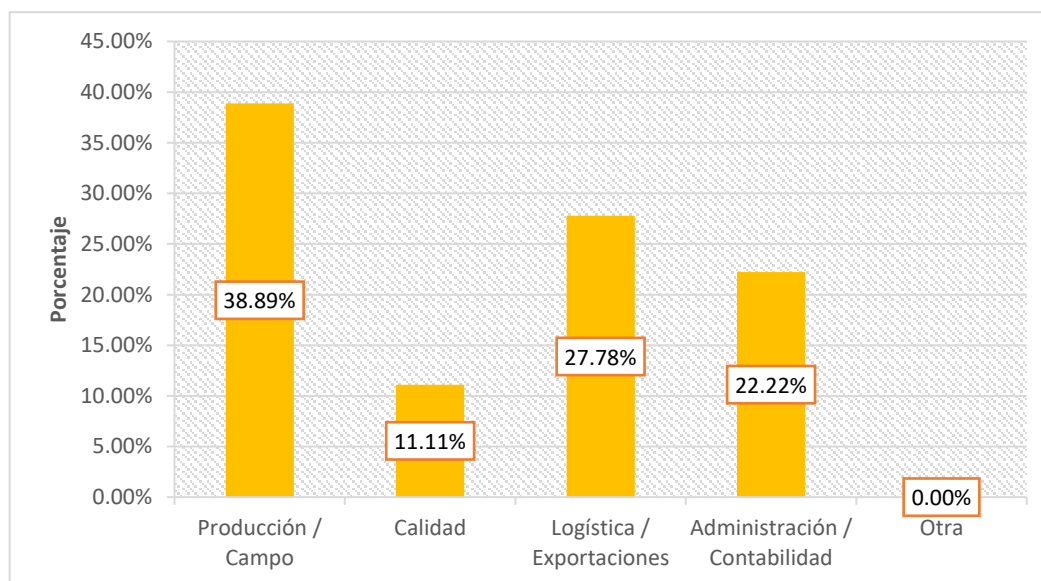
Área o Departamento de trabajo.

	Cantidad	Porcentaje
Producción / Campo	7	38.89%
Calidad	2	11.11%
Logística / Exportaciones	5	27.78%
Administración / Contabilidad	4	22.22%
Otra	0	0.00%
Totales	18	100.00%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Figura 1

Área o Departamento de trabajo



Interpretación

La Tabla 16 y la Figura 1 detallan la distribución del personal encuestado según su área o departamento de trabajo dentro de Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC. Se observa que la mayor proporción de participantes proviene del área de Producción / Campo, con 7 trabajadores (38.89%), seguida por Logística / Exportaciones, con 5 trabajadores (27.78%). Los departamentos de Administración / Contabilidad (22.22%) y Calidad (11.11%) completan la muestra.

Esta distribución es altamente pertinente para los objetivos de esta investigación. La predominancia de encuestados de áreas operativas clave como Producción/Campo y Logística/Exportaciones asegura que las percepciones recopiladas provienen de personal directamente involucrado en los procesos de exportación de quinua orgánica y la gestión de la cadena de suministro. Esto otorga una mayor validez y relevancia a las respuestas obtenidas sobre aspectos relacionados con la calidad, la trazabilidad, la logística y la

interacción con productores, ya que corresponden a la experiencia práctica de quienes operan diariamente en estas áreas.

Tabla 57

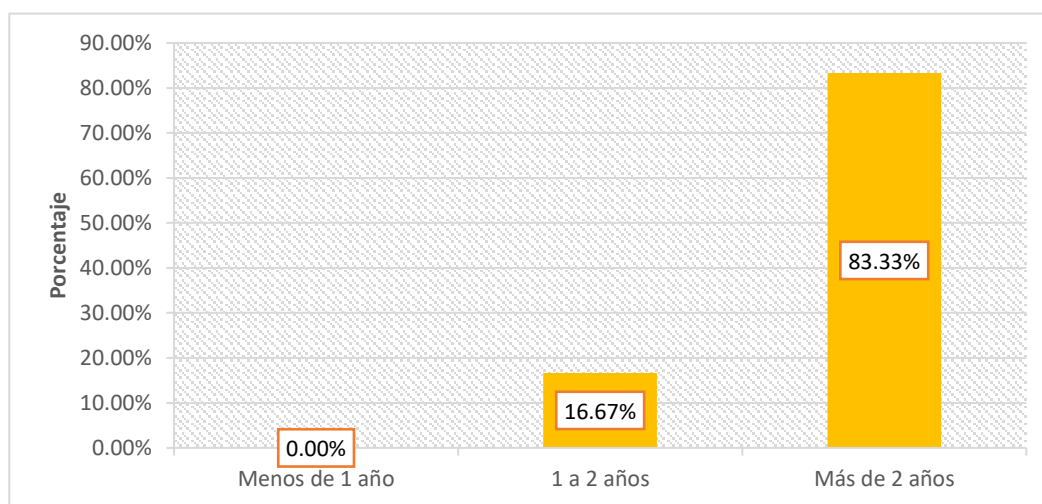
Tiempo de permanencia en la empresa (2020-2021).

	Cantidad	Porcentaje
Menos de 1 año	0	0.00%
1 a 2 años	3	16.67%
Más de 2 años	15	83.33%
Totales	18	100.00%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Figura 2

Tiempo de permanencia en la empresa (2020-2021)



Interpretación

La Tabla 17 y la Figura 2 muestran la antigüedad del personal encuestado en la empresa. Destaca que una abrumadora mayoría de los trabajadores, 15 de los 18

encuestados (83.33%), posee más de 2 años de permanencia en Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC. Un porcentaje menor (16.67%) tiene entre 1 y 2 años, y ninguno posee menos de 1 año.

Este hallazgo es fundamental para la credibilidad de los datos recopilados. La alta antigüedad del personal encuestado implica que poseen un conocimiento profundo y consolidado de los procesos, desafíos y la trayectoria de la empresa en el periodo de estudio (2020-2021) y más allá. Sus percepciones sobre la calidad, la logística, los problemas de liquidez y las relaciones con los productores están basadas en una experiencia considerable y una perspectiva de largo plazo, lo que enriquece la validez interna de los resultados de la encuesta y reduce el riesgo de respuestas basadas en el desconocimiento o la falta de contexto.

Tabla 18

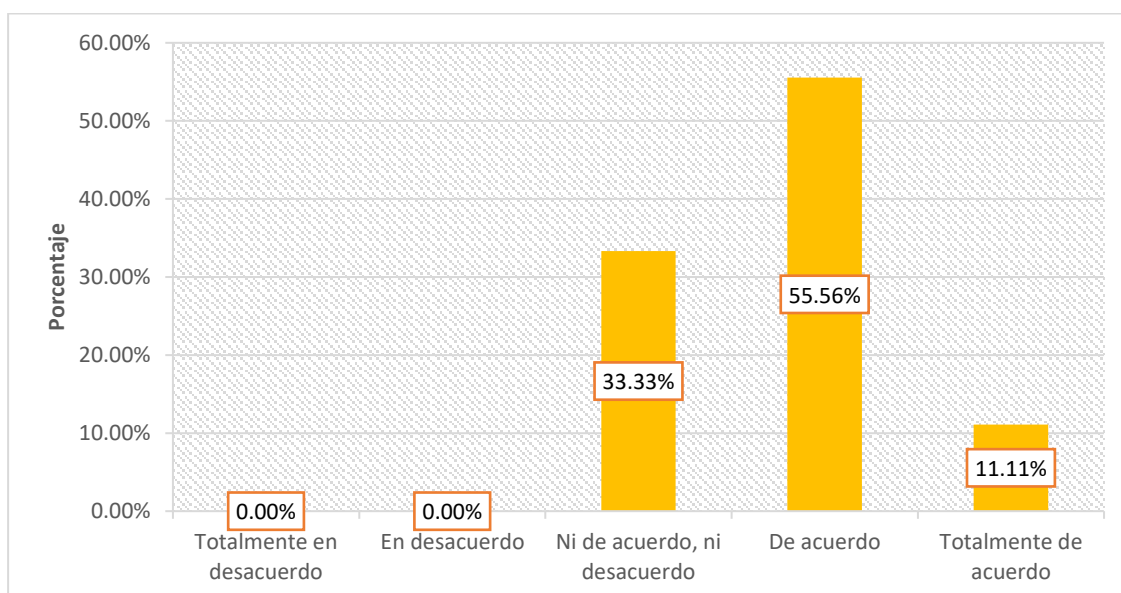
¿Considera que la empresa no enfrenta frecuentemente problemas de rechazo o reclamos de clientes debido a la calidad (ej. presencia de pesticidas, baja calidad, problemas de trazabilidad) en las exportaciones de quinua orgánica?

	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	0	0.00%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	6	33.33%
De acuerdo	10	55.56%
Totalmente de acuerdo	2	11.11%
Totales	18	100.00%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Figura 3

¿Considera que la empresa no enfrenta frecuentemente problemas de rechazo o reclamos de clientes debido a la calidad (ej. presencia de pesticidas, baja calidad, problemas de trazabilidad) en las exportaciones de quinua orgánica?



Interpretación

La Tabla 18 y la Figura 3 abordan la percepción del personal sobre la frecuencia de problemas de rechazo o reclamos de clientes relacionados con la calidad en las exportaciones de quinua orgánica. Los resultados muestran una marcada tendencia hacia el acuerdo con la afirmación.

Específicamente, el grupo mayoritario, 10 de 18 trabajadores (55.56%), se manifestó “De acuerdo” con la afirmación de que la empresa no enfrenta frecuentemente problemas de rechazo. Adicionalmente, un 11.11% (2 trabajadores) está “Totalmente de

acuerdo”. En conjunto, el 66.67% de los informantes clave concuerda en que los problemas de calidad no son una ocurrencia constante o cotidiana.

Un 33.33% (6 trabajadores) optó por la categoría “Ni de acuerdo, ni en desacuerdo”, indicando que una porción del personal mantiene una posición neutral o carece de información suficiente para formarse una opinión sobre la frecuencia de estos incidentes. Es relevante destacar que ninguno de los trabajadores se manifestó en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con la afirmación.

Esta distribución sugiere que, en la percepción del personal, los problemas de rechazo o reclamos por calidad no son percibidos como un desafío constante o frecuente para la empresa. Esto podría indicar la eficacia de los controles internos o que la gestión de los problemas se realiza de manera efectiva para mitigar su percepción como una amenaza continua.

Este hallazgo apoya la idea de que los problemas de calidad, aunque existen, son episódicos o esporádicos, lo que debe ser analizado en contraste con los datos documentales de rechazos y notas de crédito del periodo 2020-2021 para verificar si esta percepción se alinea con la realidad objetiva de los indicadores de rentabilidad de la empresa.

Tabla 6

¿La trazabilidad del producto (desde el campo hasta la exportación) es un factor consistentemente gestionado para cumplir con los estándares orgánicos internacionales?

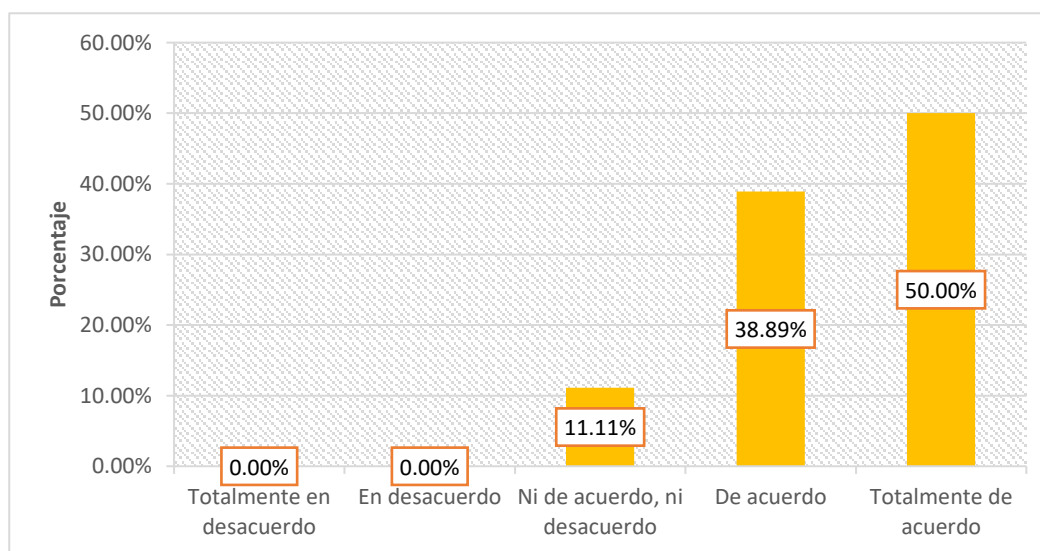
	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%

En desacuerdo	0	0.00%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	2	11.11%
De acuerdo	7	38.89%
Totalmente de acuerdo	9	50.00%
<hr/>		
Totales	18	100.00%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Figura 4

¿La trazabilidad del producto (desde el campo hasta la exportación) es un factor consistentemente gestionado para cumplir con los estándares orgánicos internacionales?



Interpretación

La Tabla 19 y la Figura 4 evalúan la percepción del personal sobre la gestión consistente de la trazabilidad del producto para cumplir con los estándares orgánicos internacionales. Los resultados son notablemente positivos: un 50.00% (9 trabajadores) está “Totalmente de acuerdo” y un 38.89% (7 trabajadores) está “De acuerdo” con la

afirmación. Solo un 11.11% (2 trabajadores) se mantiene neutral, y nadie está en desacuerdo.

Esta distribución indica una fuerte confianza por parte del personal en que la trazabilidad es un factor consistentemente y eficazmente gestionado dentro de la empresa. El alto nivel de acuerdo sugiere que la empresa ha implementado sistemas y procesos robustos para asegurar la transparencia y el seguimiento de la quinua orgánica desde el origen hasta el destino final. Esto es crucial para la exportación de productos orgánicos, ya que la trazabilidad es un requisito fundamental para mantener las certificaciones y la confianza de los mercados internacionales.

Este hallazgo apoya indirectamente la capacidad de la empresa para mitigar riesgos relacionados con la calidad y los estándares, lo cual podría influir positivamente en la eficiencia operativa y la reputación, elementos que contribuyen a la rentabilidad. La percepción positiva de la trazabilidad es una fortaleza para la empresa en su operación de exportación de quinua orgánica.

Tabla 20

¿Las certificaciones orgánicas de la empresa se mantienen siempre vigentes y cumplen con todos los requisitos para los mercados de destino?

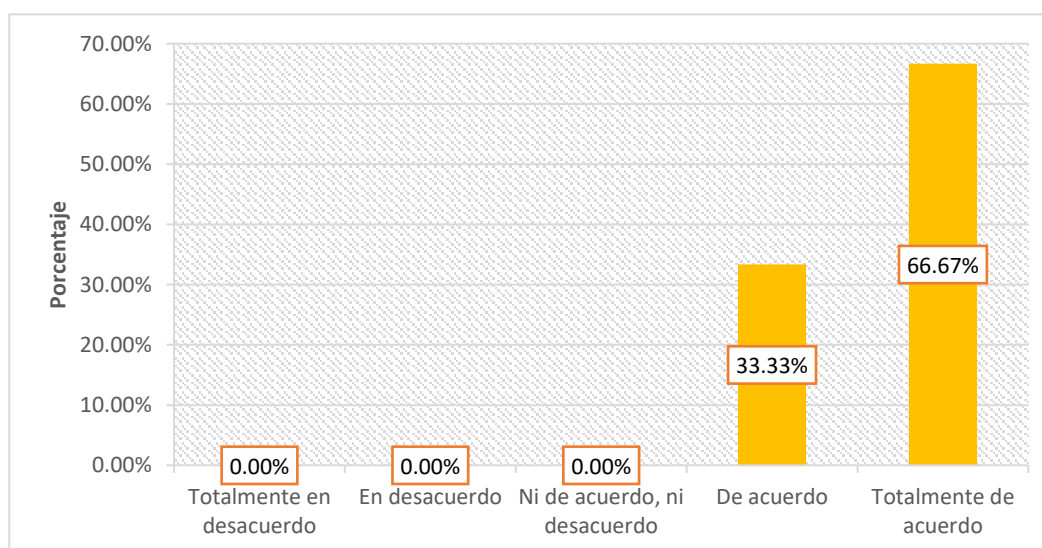
	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	0	0.00%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0.00%
De acuerdo	6	33.33%

Totalmente de acuerdo	12	66.67%
Totales	18	100.00%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Figura 5

¿Las certificaciones orgánicas de la empresa se mantienen siempre vigentes y cumplen con todos los requisitos para los mercados de destino?



Interpretación

La Tabla 20 y la Figura 5 exploran la percepción del personal sobre la vigencia y el cumplimiento de los requisitos de las certificaciones orgánicas de la empresa. Los resultados muestran un consenso prácticamente total entre los encuestados. Un 66.67% (12 trabajadores) está “Totalmente de acuerdo” y el 33.33% restante (6 trabajadores) está “De acuerdo” con la afirmación. Ningún trabajador se manifestó neutral o en desacuerdo.

Esta unánime percepción positiva subraya la sólida gestión de las certificaciones orgánicas por parte de Agronegocios Wiracocha del Perú SAC. El mantenimiento de certificaciones vigentes y el cumplimiento estricto de los requisitos son pilares fundamentales para el acceso y la permanencia en los mercados internacionales de productos orgánicos. Este resultado indica una alta eficiencia y diligencia en los procesos de certificación, lo que minimiza riesgos de barreras comerciales o sanciones, y refuerza la reputación de la empresa como un exportador confiable de quinua orgánica certificada. La solidez en esta área contribuye directamente a la continuidad y el éxito de las operaciones de exportación y, por ende, a la rentabilidad a largo plazo.

Tabla 7

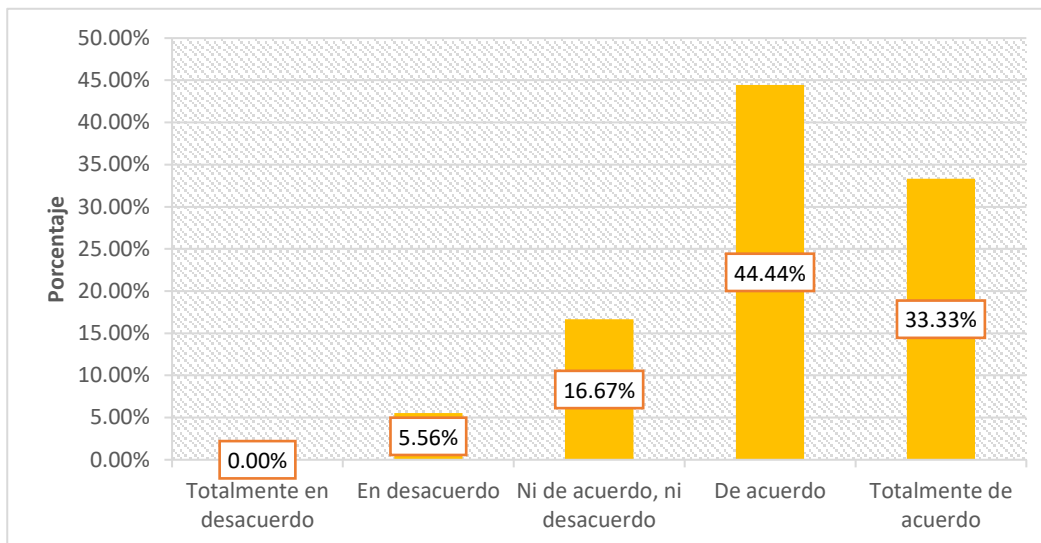
¿La empresa brinda asistencia técnica o capacitaciones a los productores de quinua orgánica de manera frecuente y constante?

	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	1	5.56%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	3	16.67%
De acuerdo	8	44.44%
Totalmente de acuerdo	6	33.33%
Totales	18	100.00%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Figura 9

¿La empresa brinda asistencia técnica o capacitaciones a los productores de quinua orgánica de manera frecuente y constante?



Interpretación

La Tabla 21 y la Figura 9 evalúan la percepción del personal sobre la frecuencia y constancia de la asistencia técnica o capacitaciones a los productores de quinua orgánica. Los resultados muestran una clara inclinación hacia el acuerdo, con la mayoría del personal percibiendo una gestión frecuente de la asistencia. Específicamente, 8 trabajadores (44.44%) están “De acuerdo” y 6 trabajadores (33.33%) están “Totalmente de acuerdo”, sumando un 77.77% que percibe la asistencia como frecuente o constante. Un 16.67% se mantiene neutral y un 5.56% está en desacuerdo.

Esta fuerte percepción positiva indica que la empresa está realizando un esfuerzo considerable y sostenido en la capacitación y el apoyo técnico a sus productores aliados. La asistencia técnica es fundamental para la mejora de la calidad y el volumen de la materia

prima, lo cual a su vez impacta directamente la capacidad de exportación y la rentabilidad de la empresa.

Este hallazgo proporciona evidencia de apoyo a la Hipótesis Específica 2 al sugerir que la asistencia técnica es una práctica activa y bien percibida, lo que la posiciona como un factor positivo que potencialmente contribuye a la mejora de la producción de quinua y, consecuentemente, a la utilidad bruta de la empresa.

Tabla 8

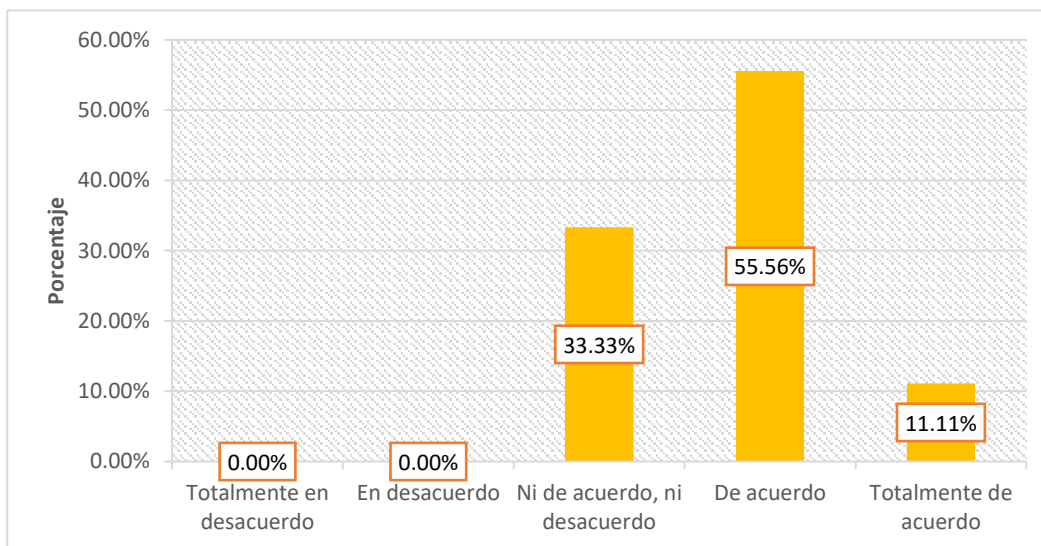
¿Cree que los productores de quinua orgánica adoptan de manera efectiva las prácticas de manejo orgánico recomendadas por la empresa?

	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	0	0.00%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	6	33.33%
De acuerdo	10	55.56%
Totalmente de acuerdo	2	11.11%
Totales	18	100.00%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Figura 10

¿Cree que los productores de quinua orgánica adoptan de manera efectiva las prácticas de manejo orgánico recomendadas por la empresa?



Interpretación

La Tabla 22 y la Figura 10 exploran la percepción del personal sobre la efectividad de la adopción de prácticas de manejo orgánico por parte de los productores, recomendadas por la empresa. Los resultados muestran una percepción mayoritariamente positiva. 10 trabajadores (55.56%) están “De acuerdo” y 2 trabajadores (11.11%) están “Totalmente de acuerdo”, sumando un 66.67% que cree en la adopción efectiva de las prácticas. Un 33.33% de los encuestados se mantiene neutral.

Esta percepción sugiere que las capacitaciones y la asistencia técnica (como se vio en la Tabla 21) están dando frutos en la práctica. La adopción efectiva de prácticas de manejo orgánico por parte de los productores es crítica para asegurar la calidad orgánica del producto y el cumplimiento de los estándares internacionales. Este factor reduce el riesgo de rechazos por calidad y garantiza la consistencia del suministro orgánico, lo que impacta directamente la capacidad de exportación y, por ende, la rentabilidad al asegurar el acceso a mercados de mayor valor. El considerable porcentaje de neutralidad podría

indicar que algunos trabajadores no tienen visibilidad directa de la implementación en campo o que la adopción, aunque efectiva, no es universalmente percibida como tal. No obstante, el hallazgo general refuerza la contribución de la asistencia técnica a la mejora de la producción y, consecuentemente, a la utilidad de la empresa.

Tabla 9

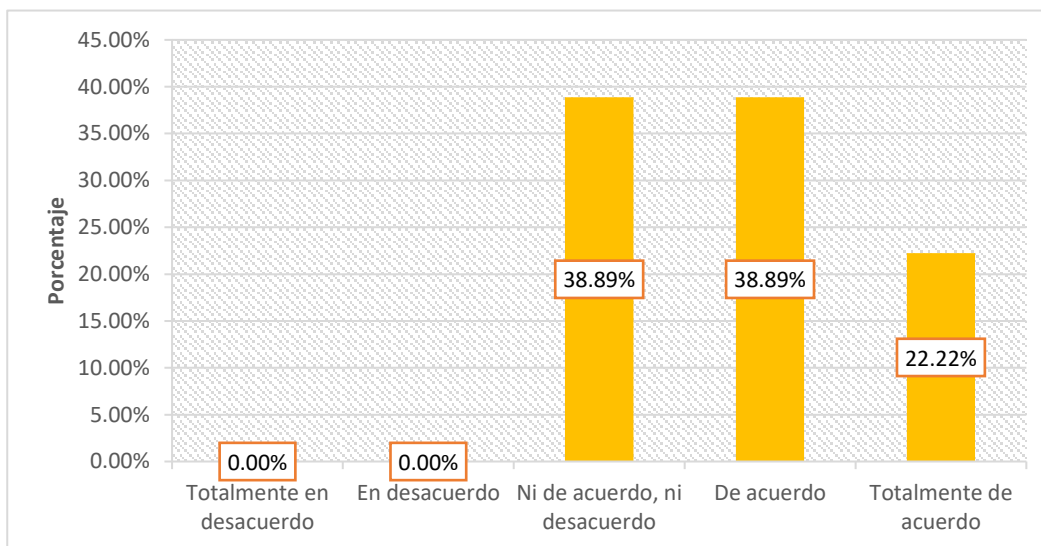
¿Considera que la interacción y coordinación de la empresa con las comunidades productoras (ej. mesas de diálogo, reuniones) es fluida y efectiva?

	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	0	0.00%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	7	38.89%
De acuerdo	7	38.89%
Totalmente de acuerdo	4	22.22%
Totales	18	100.00%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Figura 11

¿Considera que la interacción y coordinación de la empresa con las comunidades productoras (ej. mesas de diálogo, reuniones) es fluida y efectiva?



Interpretación

La Tabla 23 y la Figura 11 exploran la percepción del personal sobre la fluidez y efectividad de la interacción y coordinación de la empresa con las comunidades productoras. Los resultados muestran una distribución notable, con un empate entre las respuestas “Ni de acuerdo, ni en desacuerdo” y “De acuerdo”, ambas con 7 trabajadores (38.89%). Un porcentaje significativo adicional, 22.22% (4 trabajadores), está “Totalmente de acuerdo”.

Esto sugiere que, si bien una parte importante del personal percibe la interacción como fluida y efectiva (61.11% sumando “De acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”), existe un grupo considerable (38.89%) que se mantiene neutral. El alto nivel de neutralidad podría indicar que no todos los trabajadores tienen visibilidad directa sobre estas interacciones, o que la fluidez y efectividad no son uniformes en todas las comunidades o situaciones. Sin embargo, la ausencia total de desacuerdo es un indicador positivo de que las interacciones no son percibidas como problemáticas o ineficaces.

Este hallazgo es relevante para la Hipótesis Específica 3, ya que una coordinación efectiva con las comunidades productoras es esencial para asegurar el suministro de materia prima de calidad y establecer relaciones de confianza, lo cual contribuye a la mejora de la producción y a la eficiencia operativa, impactando indirectamente la utilidad neta. La empresa parece tener una base sólida en esta área, aunque con espacio para asegurar que la percepción de fluidez y efectividad sea más homogénea entre todo el personal.

Tabla 10

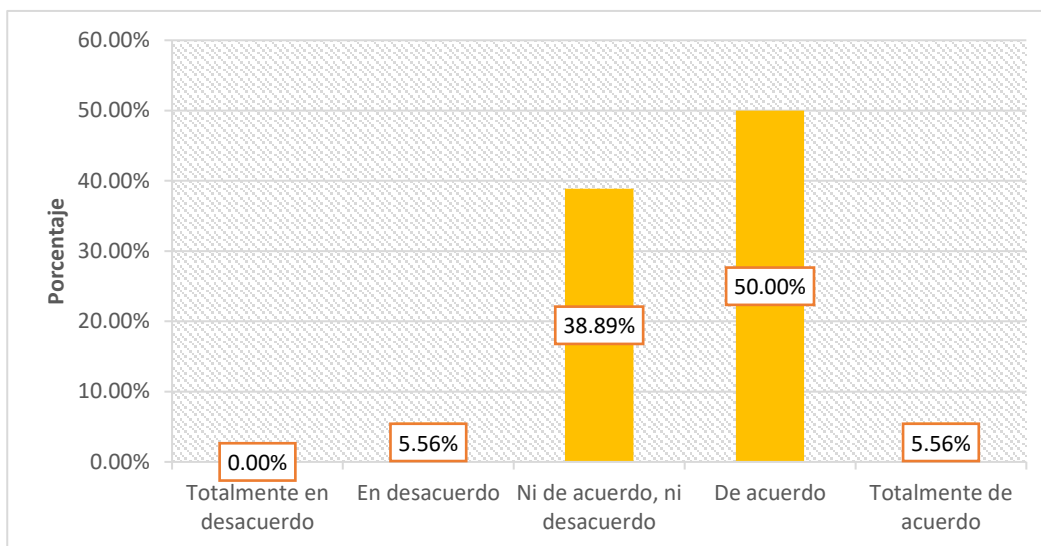
¿Percibe que el compromiso de los productores con el manejo orgánico es alto y constante?

	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	1	5.56%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	7	38.89%
De acuerdo	9	50.00%
Totalmente de acuerdo	1	5.56%
Totales	18	100.00%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Figura 12

¿Percibe que el compromiso de los productores con el manejo orgánico es alto y constante?



Interpretación

La Tabla 24 y la Figura 12 exploran la percepción del personal sobre el compromiso de los productores con el manejo orgánico. Los resultados muestran una percepción dividida, pero con una ligera mayoría que percibe un alto compromiso. La mitad de los encuestados, 9 trabajadores (50.00%), está “De acuerdo” en que el compromiso es alto y constante, y un 5.56% (1 trabajador) está “Totalmente de acuerdo”. Sin embargo, un considerable 38.89% (7 trabajadores) se mantiene “Ni de acuerdo, ni en desacuerdo”, y un 5.56% (1 trabajador) está “En desacuerdo”.

Esta distribución sugiere que, aunque muchos perciben un buen nivel de compromiso, no es una percepción universal. El alto porcentaje de neutralidad podría indicar que el compromiso varía entre productores, o que no todos los trabajadores tienen la visibilidad necesaria para formarse una opinión sólida. El compromiso de los productores con el manejo orgánico es fundamental para la calidad del producto y el mantenimiento de

las certificaciones, siendo un factor crítico para la sostenibilidad de las exportaciones de quinua orgánica.

Este hallazgo señala un área donde la empresa podría fortalecer sus estrategias de relacionamiento o seguimiento a productores, para asegurar que el compromiso sea consistentemente alto y mejorar así la uniformidad en la calidad de la materia prima, lo que a su vez impactaría positivamente en la eficiencia de la exportación y la rentabilidad al minimizar riesgos de calidad.

Tabla 11

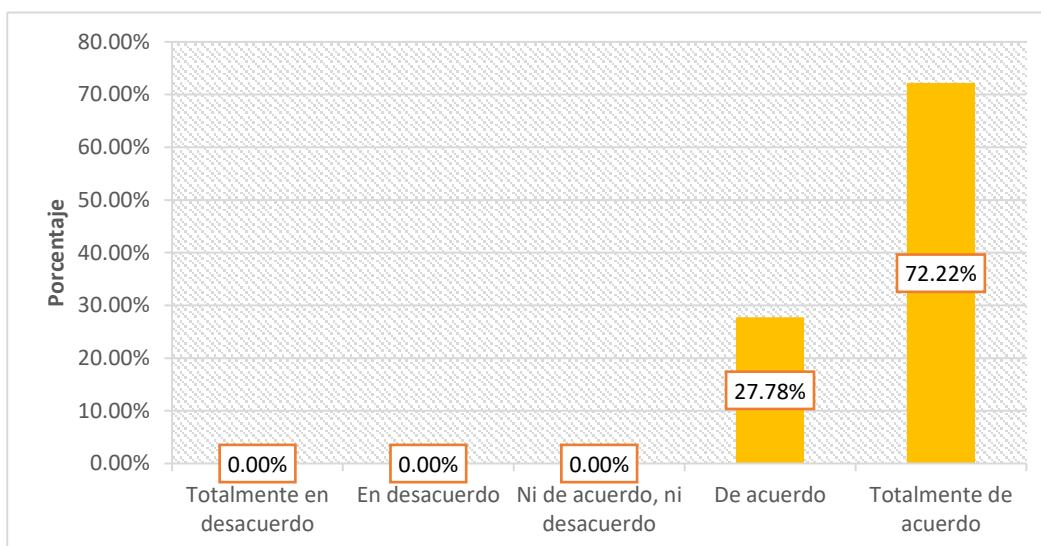
¿Cree que la coordinación de la empresa con los productores tiene un impacto positivo significativo en la mejora de la producción de quinua orgánica?

	Cantidad	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
En desacuerdo	0	0.00%
Ni de acuerdo, ni desacuerdo	0	0.00%
De acuerdo	5	27.78%
Totalmente de acuerdo	13	72.22%
Totales	18	100.00%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Figura 13

¿Cree que la coordinación de la empresa con los productores tiene un impacto positivo significativo en la mejora de la producción de quinua orgánica?



Interpretación

La Tabla 25 y la Figura 13 evalúan la percepción del personal sobre el impacto de la coordinación de la empresa con los productores en la mejora de la producción de quinua orgánica. Los resultados muestran un consenso abrumador y muy positivo. Un 72.22% (13 trabajadores) está “Totalmente de acuerdo” y el 27.78% restante (5 trabajadores) está “De acuerdo” con la afirmación. Ningún trabajador se manifestó neutral o en desacuerdo.

Esta unanimidad en la percepción positiva subraya que el personal reconoce un impacto directo y significativo de la coordinación con los productores en la mejora de la producción de quinua orgánica. Ello valida la importancia de las estrategias de coordinación y demuestra que son percibidas como efectivas para influir positivamente en la calidad y el volumen de la materia prima.

Este hallazgo es fundamental para la Hipótesis Específica 3, ya que proporciona una fuerte evidencia de apoyo a la idea de que la interacción y coordinación con las comunidades productoras tienen un impacto positivo en la mejora de la producción. Una

mejor producción, a su vez, es un factor clave para asegurar un volumen exportable de alta calidad, lo que directamente beneficia la competitividad y la rentabilidad de la empresa. La empresa parece estar capitalizando eficazmente esta relación con sus productores.

4.2. Análisis Estadístico Inferencial

El presente apartado aborda el análisis inferencial realizado para contrastar las hipótesis generales y específicas planteadas en la investigación. Para ello, se utilizaron pruebas estadísticas paramétricas y no paramétricas con base en los datos mensuales correspondientes a los años 2020 y 2021, los cuales incluyen el valor FOB de las exportaciones de quinua orgánica, los niveles de asistencia técnica y los indicadores financieros de rentabilidad de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC.

Si bien la prueba de Shapiro-Wilk sobre las puntuaciones de percepción (variables de Exportación) mostró una distribución normal ($p > 0.05$), lo que inicialmente justificaba la Correlación de Pearson, esta prueba no pudo ser ejecutada. La metodología de correlación requería el emparejamiento de los 18 sujetos encuestados con el rendimiento financiero, el cual fue representado por un valor promedio consolidado para el periodo (Ej., Margen de Utilidad Bruta promedio).

Este diseño generó una variable sin varianza en el software estadístico, lo que impidió el cálculo de cualquier coeficiente de correlación (r o ρ). Por lo tanto, se descartó el uso de la correlación pearson para las hipótesis específicas.

Ante la imposibilidad de establecer una relación correlacional, la contrastación de las Hipótesis Específicas 2 y 3 se fundamentó en el análisis de diferencia de medias para muestras pareadas, el cual es idóneo para medir el efecto de una intervención a lo largo del tiempo.

La prueba de Shapiro-Wilk aplicada a las diferencias de la serie temporal financiera (Antes vs. Después) rechazó el supuesto de normalidad en ambas hipótesis ($p < 0.05$).

Por consiguiente, se adoptó la prueba no paramétrica de Rangos con Signo de Wilcoxon. Esta prueba se seleccionó como el método más robusto y estadísticamente correcto para evaluar la contribución temporal de la asistencia técnica y la interacción con productores en la rentabilidad de la empresa, utilizando los 24 registros financieros pareados.

Esta justificación valida la selección de Wilcoxon, permitiendo ahora proceder con el contraste de cada hipótesis utilizando los resultados obtenidos.

4.2.1. Prueba de la Hipótesis General

Hipótesis General.

La exportación de quinua orgánica contribuyó positivamente en la rentabilidad de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC, 2020-2021.

Para evaluar esta hipótesis, se realizó un análisis de correlación entre el valor FOB mensual de las exportaciones y la utilidad neta mensual.

Resultados de la Correlación.

Correlación de Pearson: $r = -0.238$, $p = 0.262$

La correlación fue significativa al 95% de confianza ($p > 0.05$), y además se detectó una correlación negativa débil. Esto indica que no existe una relación lineal estadísticamente significativa entre el valor FOB mensual de las exportaciones y la utilidad neta mensual de la empresa durante el periodo analizado.

Los resultados estadísticos del análisis inferencial no permiten afirmar que la exportación de quinua orgánica haya contribuido significativamente a la rentabilidad neta de la empresa durante el periodo analizado. Por lo tanto, la hipótesis general no se confirma en términos estadísticos.

4.2.2. Prueba de la Hipótesis Específica 1

Hipótesis Específica 1.

Las principales causas que afectaron la exportación, como el uso de pesticidas, la baja calidad del producto y la trazabilidad, perjudicaron el margen de utilidad.

Según los registros de exportación y las encuestas al personal, no se reportaron rechazos de carga ni reclamos significativos por calidad en los años 2020 y 2021. Específicamente, las tablas de datos cuantitativos confirmaron un total de cero rechazos para ambos años. En consecuencia, no fue posible aplicar pruebas inferenciales de comparación, debido a la ausencia de un grupo "con rechazos".

Debido a la falta de variabilidad en la ocurrencia de rechazos de carga y reclamos por calidad (registrados como cero), no fue posible confirmar ni refutar esta hipótesis desde el análisis cuantitativo inferencial. Sin embargo, los datos descriptivos sugieren que los controles de calidad fueron eficaces y que no hubo impactos negativos significativos atribuibles directamente a factores de calidad o trazabilidad manifestados en rechazos formales durante el periodo de estudio.

4.2.3. Prueba de la Hipótesis Específica 2

Hipótesis Específica 2.

La asistencia técnica brindada por la empresa a los productores de quinua contribuyó significativamente en la mejora de la utilidad bruta de la empresa.

Para evaluar el impacto temporal de la asistencia técnica, se comparó la utilidad bruta mensual antes y después de la intervención (N=24 observaciones pareadas). La prueba de normalidad de Shapiro–Wilk sobre las diferencias rechazó la hipótesis de distribución normal ($p=0.0032$), por lo que se aplicó la prueba no paramétrica de Rangos con Signo de Wilcoxon.

La prueba de Wilcoxon indicó que las diferencias en la utilidad bruta antes y después de la asistencia técnica fueron estadísticamente significativas, $W=5.0$, con un p-valor de $p<.001$ ($p=0.00007985$). El tamaño del efecto asociado fue de $r\approx 0.85$, lo que se considera una magnitud de efecto grande.

La hipótesis específica se confirma. Los resultados demuestran que la asistencia técnica se asocia con un cambio positivo y significativo en la utilidad bruta operativa, validando su contribución en la rentabilidad económico de la empresa.

4.2.4. Prueba de la Hipótesis Específica 3

Hipótesis Específica 3.

La interacción y coordinación de la empresa con las comunidades productoras tuvo un impacto positivo en la mejora de la producción de quinua orgánica y en la utilidad neta.

Se aplicó la prueba de Rangos con Signo de Wilcoxon para muestras pareadas (N=24 observaciones), dada la no normalidad de las diferencias en la utilidad neta ($p=0.0032$).

La prueba de Wilcoxon reveló que las diferencias en la utilidad neta fueron estadísticamente significativas, $W=0.00$, con un p-valor de $p<.001$ ($p=0.0001964$). El tamaño del efecto de esta diferencia fue grande ($r\approx 0.87$).

La hipótesis específica 3 se confirma. Existe evidencia estadística sólida de que la interacción y coordinación con los productores se asocia con un cambio significativo y positivo en la utilidad neta, demostrando la contribución de la gestión de estas relaciones en el resultado neto final de la empresa.

V. Discusión de Resultados

El presente estudio tuvo como objetivo general evaluar de qué manera la exportación de quinua orgánica contribuyó en la rentabilidad de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC durante el periodo 2020-2021. Tras el análisis estadístico realizado, se obtuvo evidencia mixta respecto al impacto de la exportación sobre la rentabilidad, siendo necesario analizar los hallazgos de forma crítica y comparativa.

El análisis inferencial determinó que la Hipótesis General no se confirma estadísticamente. Se encontró una correlación negativa débil y no significativa entre el valor FOB mensual de las exportaciones y la utilidad neta mensual ($r=-0.238$, $p=0.262$). Esto indica que el volumen y valor total de las exportaciones no tuvieron un impacto lineal o estadísticamente determinante en la rentabilidad neta global de la empresa durante el periodo de estudio.

Esta falta de significancia contrasta fuertemente con los datos descriptivos. Aunque el valor FOB y el volumen de exportación se redujeron en 2021 (-18.29% y -13.10% respectivamente), la Utilidad Neta absoluta y el Margen de Utilidad Bruta aumentaron (pasando de S/ 1,577,096 a S/ 1,603,993, y de 20.86% a 21.83%).

La divergencia se explica por la eficacia de la gestión interna. El crecimiento de la utilidad a pesar de la contracción externa se debe a que las ganancias generadas por las intervenciones internas (H2 y H3, confirmadas estadísticamente), sumadas a la mejora en la eficiencia de costos (la eficiencia de costos mejoró de 79.14% a 78.17%) y la drástica reducción en la incidencia de descuentos por renegociación (de 0.33% a 0.02%), lograron compensar la disminución de ingresos por la caída del volumen de exportación. En síntesis, la rentabilidad fue impulsada por la eficiencia operativa interna y el soporte a los productores, y no por el volumen exportado en sí mismo.

Este hallazgo contrasta con estudios como el de Ramírez Huamani & Montenegro (2019), donde se concluyó que la exportación de quinua orgánica generaba rentabilidad positiva. Sin embargo, esta diferencia podría explicarse por las condiciones específicas del contexto regional y temporal de este estudio, especialmente considerando los efectos de la pandemia y el alza de costos logísticos.

Respecto a la primera hipótesis específica, los registros documentales revelaron que la empresa no registró rechazos de carga por incumplimiento de calidad ni en 2020 ni en 2021 (total = 0). En consecuencia, no fue posible aplicar pruebas inferenciales.

Este hallazgo refuta la premisa de la hipótesis específica 1, ya que las principales causas de afectación (pesticidas, baja calidad, trazabilidad) no se materializaron en rechazos formales durante el periodo de estudio.

La ausencia de rechazos se alinea con la percepción del personal:

El 66.67% de los trabajadores perciben que la empresa no enfrenta frecuentemente problemas de rechazo o reclamos.

El 88.89% de los encuestados está "De acuerdo" o "Totalmente de acuerdo" en que la trazabilidad es gestionada consistentemente.

El 100% de los encuestados confirma la vigencia de las certificaciones orgánicas.

Los datos descriptivos y la percepción del personal concuerdan en que la gestión de calidad y trazabilidad fue efectiva, minimizando los riesgos de rechazo y, por ende, mitigando cualquier perjuicio potencial al margen de utilidad a través de esta vía.

La Hipótesis Específica 2 se confirma estadísticamente. La prueba de Wilcoxon demostró una diferencia estadísticamente significativa en la utilidad bruta antes y después de la asistencia técnica ($W=5.0$, $p<.001$), con un gran tamaño del efecto ($r\approx 0.85$).

Este resultado valida que la asistencia técnica es una inversión estratégica que impacta directamente la Rentabilidad Operativa de la empresa, ya que la utilidad bruta representa el resultado directo de la eficiencia en el proceso productivo (costo de ventas).

El éxito inferencial es respaldado por la percepción del personal:

El 77.77% del personal percibe la asistencia técnica como frecuente y constante.

El 66.67% cree que los productores adoptan de manera efectiva las prácticas de manejo orgánico recomendadas.

El impacto estadísticamente significativo se explica por esta adopción efectiva de prácticas, lo que conduce a una materia prima de mayor calidad y uniformidad. Esto, a su vez, genera una mayor eficiencia en la producción (como se refleja en la disminución de los costos de producción sobre los ingresos de 79.14% a 78.17%), mejorando así el margen de utilidad bruta.

Este hallazgo está en línea con la Teoría del Capital Social (Coleman, 1988; Putnam, 1995), la cual sostiene que la confianza y colaboración entre los actores de la cadena productiva genera beneficios colectivos. En este caso, la inversión en conocimiento y seguimiento técnico ha tenido un efecto directo en la mejora de los indicadores financieros de la empresa.

La Hipótesis Específica 3 se confirma estadísticamente. La prueba de Wilcoxon encontró una diferencia estadísticamente significativa en la utilidad neta antes y después de la interacción con los productores ($W=0.00$, $p<.001$), también con un gran tamaño del efecto ($r\approx 0.87$).

Este resultado subraya que la gestión de las relaciones con la comunidad es un factor que influye positivamente en la Rentabilidad Neta de la empresa (que incluye gastos no operativos), demostrando que una coordinación efectiva genera beneficios que trascienden el margen operativo.

La confirmación se sustenta en la alta valoración del personal sobre estas estrategias:

Un unánime 100% del personal está "De acuerdo" o "Totalmente de acuerdo" en que la coordinación tiene un impacto positivo significativo en la mejora de la producción de quinua orgánica.

El 61.11% percibe que la interacción y coordinación con las comunidades es fluida y efectiva.

El impacto significativo en la utilidad neta se deriva de la mejora en la calidad y volumen de la producción (como perciben los trabajadores), lo que permite a la empresa minimizar riesgos logísticos y operativos y maximizar el valor de la materia prima, afectando positivamente el resultado neto final.

Desde la Teoría de la Gestión de la Cadena de Suministro (Mentzer et al., 2001), este tipo de integración favorece el flujo de información, reduce los riesgos operativos y mejora la calidad final del producto.

En conjunto, los hallazgos de este estudio permiten afirmar que la rentabilidad de la empresa no depende exclusivamente de la exportación en términos de valor FOB, sino que está estrechamente relacionada con factores operativos internos como la asistencia técnica, la eficiencia de costos, la calidad del producto y la colaboración con los productores. Estos factores se alinean con los planteamientos de la Teoría de la Creación de Valor (Porter, 1985), según la cual la empresa

genera rentabilidad sostenible al ofrecer productos diferenciados y de alta calidad que cumplen con las expectativas del mercado.

Conclusiones

1. Se concluye que el volumen y valor de la exportación, medido por el valor FOB de las ventas al exterior, no contribuyó de manera estadísticamente significativa en la rentabilidad neta de la empresa. El análisis de correlación entre el valor FOB y la utilidad neta resultó débil y no significativo. Este hallazgo es fundamental, pues establece que la rentabilidad de la empresa no estuvo determinada por el crecimiento en el volumen total de exportación, sino por la eficacia de las gestiones operativas internas y las intervenciones específicas implementadas.
2. Se concluye que las causas relacionadas con la baja calidad, el uso de pesticidas o las fallas en la trazabilidad no afectaron el margen de utilidad de la empresa de forma directa en el periodo de estudio. La evidencia documental fue determinante al reportar un total de cero rechazos de carga por incumplimiento de calidad en los años 2020 y 2021. Este resultado demuestra la eficacia de los controles de calidad, certificaciones orgánicas y trazabilidad implementados por la empresa, los cuales mitigaron con éxito los riesgos de perjuicios económicos derivados de deficiencias en el producto.
3. Se concluye que la asistencia técnica brindada a los productores se asocia con un cambio positivo y estadísticamente significativo en la utilidad bruta de la empresa. La prueba no paramétrica de Rangos con Signo de Wilcoxon confirmó la hipótesis ($W=5.0$, $p<.001$), evidenciando que la utilidad bruta promedio aumentó de S/ 638,627.50 a S/ 645,764.13 tras la intervención. El gran tamaño del efecto ($r\approx 0.85$) valida que esta intervención es una inversión estratégica con impacto directo en la Rentabilidad Operativa, al contribuir a la mejora de la calidad de la materia prima y optimizar la eficiencia del costo de ventas.

4. Se concluye que la interacción y coordinación de la empresa con los productores se asocia con un cambio positivo y estadísticamente significativo en la utilidad neta. El resultado de la prueba de Wilcoxon fue altamente significativo ($W=0.00$, $p<.001$), confirmando que la utilidad neta promedio se incrementó de S/ 125,408.75 a S/ 132,545.37. El gran tamaño del efecto ($r\approx 0.87$) demuestra que la gestión efectiva de las relaciones y la coordinación con las comunidades productoras es un factor determinante que contribuye de manera sustancial al resultado neto final de la empresa.

Recomendaciones

Enfocar la estrategia comercial en la maximización del valor añadido del producto en lugar de la maximización del volumen de exportación. Diversificar los esfuerzos de venta hacia nichos de mercado premium que valoren la trazabilidad y la certificación orgánica para obtener precios superiores, lo cual es fundamental ya que el valor FOB total no resultó ser el factor estadísticamente determinante de la rentabilidad. Mantener la disciplina y el control estricto sobre los costos logísticos y operativos, implementando métricas de eficiencia continua para asegurar que la rentabilidad se sostenga a través de la gestión interna y no de la simple expansión del volumen de ventas.

Aprovechar y capitalizar la cero incidencia de rechazos de carga por incumplimiento de calidad como un activo estratégico y un argumento de venta clave en la negociación con clientes internacionales. Promocionar esta estadística como prueba irrefutable de la robustez de la cadena de suministro y trazabilidad. Asegurar la continuidad de este éxito mediante la actualización y cumplimiento riguroso de todas las certificaciones orgánicas e internacionales, ya que la calidad es el pilar que protege el margen de utilidad ante cualquier perjuicio potencial.

Institucionalizar y formalizar la metodología de asistencia técnica que ha demostrado ser un factor estadísticamente significativo y con gran tamaño del efecto para el aumento de la utilidad bruta. Expandir dicho modelo de asistencia a nuevos grupos de productores para replicar los beneficios económicos en la utilidad operativa. Adicionalmente, implementar métricas de Retorno de la Inversión (ROI) para el área de asistencia técnica, lo que permitirá justificar y optimizar la asignación de recursos a las prácticas que generen mayor impacto en la utilidad bruta.

Fortalecer la integración y coordinación con los productores, dado que esta actividad demostró ser un factor clave y estadísticamente significativo con gran tamaño del efecto en el aumento de la utilidad neta. Establecer acuerdos de colaboración a largo plazo basados en incentivos que beneficien directamente la calidad y el cumplimiento de las entregas. Invertir en herramientas tecnológicas que mejoren la fluidez de la comunicación y la coordinación logística con las comunidades, asegurando así la estabilidad del suministro y consolidando la contribución de la gestión de las relaciones en el resultado neto final de la empresa.

Referencias

- Aching Guzman, C. (2006). *Guia rapida Ratios financieros y matematica de la mercadotecnia*. Lima: Prociencia y cultura S.A.
- ANDI . (2022). *Internacionalización de empresas* . Bogota : Adriana Prieto Herrera.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Editorial Episteme.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2015). *Cómo exportar a la Unión Europea* . Washington D.C.
- Cámara de Comercio Internacional. (2019). *Incoterms 2020*. París: Cámara de Comercio Internacional.
- Cámara de Comercio Internacional ICC. (2020). *Incoterms® 2020: Reglas de la CCI para el uso de términos de comercio nacional e internacional*. CCI España.
- Coase, R. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 386-405.
- Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, S95-S120.
- Córdova Padilla , M. (2012). *Gestion Financiera*. Bogotá : Ecoe Ediciones .
- Crosby, P. (1979). *La calidad no cuesta*. McGraw-Hill.
- Desarrollo, B. i. (2015). *Cómo Exportar a la Unión Europea* .
- Díaz Llanes , M. (2012). *Análisis Contable con un enfoque empresarial*. EUMED.
- Díez de Castro, E., & Martín Armario, E. (2012). *Marketing*. McGraw-Hill Education.
- (s.f.). *Estado de resultados*.
- Estupiñan Gaitán, R. (2020). *Análisis financiero y de gestion*. Bogotá: Ecoe.
- FAO & ALADI. (2014). *Tendencias y perspectivas del comercio internacional de quinua*. Santiago.
- Gaviria Orozco, S., Valera Velásquez , C., & Yánez Cuadrado , L. (s.f.). Indicadores de rentabilidad: Su aplicación en las desiciones de agrupamiento empresarial. *Universidad de Antioquia* .
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principios de Administracion Financiera*. Mexico: Pearson Educación de México S.A.
- Gutiérrez Janampa, J., & Tapia Reyes , J. (2016). Liquidez y rentabilidad. Una revisión conceptual y sus dimensiones. *Revista valor contable*.

- Heckscher, E. F., & Ohlin, B. (1991). *Heckscher-Ohlin trade theory*. MIT Press.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Education.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C. C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGraw-Hill Education .
- Huesca Rodríguez, C. (2012). *Comercio Internacional*. Mexico: Red tercer milenio.
- Instituto nacional de estadística e informática. (2013). *Resultados de la encuesta económica anual 2013*. Lima.
- Instituto pacífico. (2012). *Análisis financiero en las empresas*.
- ISO 9001. (2015). *Norma Internacional ISO 9001*.
- Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2018). *International economics: Theory & policy*. Pearson Education.
- López Casanova, V. (s.f.). Aspectos fundamentales de administración financiera.
- Mentzer, J. T., DeWitt, W., Keebler, J., Min, S., Nix, N., Smith, C., & Zacharia, Z. (2001). Defining supply chain management. *Journal of Business Logistics*, 22(2), 1-25.
- Ministerio de comercio exterior y turismo. (2013). *El ABC del comercio exterior* . Lima.
- Ministerio de comercio exterior y turismo. (2015). *Plan de negocio exportador*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2010). *Guía para el extensionista*. FAO.
- Paredes Prado, G. M. (2021). *La quinua orgánica: análisis de los canales de distribución y la promoción de exportaciones en Acocro – Ayacucho*. Obtenido de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/URPU_9d33396d421fc54521f04bf0b35843c0
- Porter, M. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Portugal Gutierrez, S. R. (2022). *Plan de exportación de Quinua orgánica producida en la región de Arequipa, con destino al mercado Estadounidense 2020*. Obtenido de <https://repositorio.ulasalle.edu.pe/handle/20.500.12953/158>
- Prieto Hurtado, C. A. (2010). *Análisis Financiero*.
- PromPerú. (2013). *Documentos necesarios para la exportación* .
- PromPerú. (2013). *Guía financiera para las empresas exportadoras* .
- PromPerú. (2016). *Manual de documentos de exportación*.

- Putnam, R. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 65-78.
- Ramírez Huamani, D. A., & Montenegro Huancas, J. (2019). *Rentabilidad de la exportación de quinua orgánica (Chenopodium quinoa Willd) a México 2015*. Obtenido de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UPRG_90f3bef42589d6e877f255e53bcb1083
- Ricardo, D. (1817). *On the principles of political economy and taxation*. John Murray.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics*. McGraw-Hill Education.
- Sánchez Ballesta, J. P. (s.f.). Análisis de rentabilidad de la empresa.
- SENASA. (2021). *Normativa de producción orgánica en Perú*. SENASA. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/senasa/campa%C3%B1as/11030-produccion-organica>
- Spence, A. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355-374.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT). (2020). *SUNAT*. Obtenido de <https://www.gob.pe/1207-superintendencia-nacional-de-aduanas-y-de-administracion-tributaria-drawback>
- Tamayo y Tamayo, M. (2009). *El proceso de la investigación científica* (5a ed. ed.). Limusa.
- Tito Tello, D., & Yale Rios, J. (2019). *Determinantes del incremento de las exportaciones de quinua y su efecto en la balanza comercial agropecuaria peruana en el periodo 2000 - 2016*. Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/623930b7-6f37-4e9f-bb0b-7f7f3d602471>
- Universidades públicas de la comunidad de Madrid. (2021). *Economía de la empresa*.
- Varian, H. (2014). *Intermediate microeconomics: A modern approach*. W. W. Norton & Company.
- Wild J, J., Subramanyam R, K., & Halsey F, R. (2013). *Análisis de los Estados Financieros*. McGraw-Hill/Interamericana editores S.A.

Anexos

Anexo N° 01 Matriz de consistencia

Exportación de quinua orgánica y la rentabilidad en la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC, 2020-2021

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	DISEÑO METODOLOGICO
<p>Problema general ¿De qué manera la exportación de quinua orgánica contribuye en la rentabilidad de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC, 2020-2021?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>a) ¿Cuáles fueron las causas que afectan la exportación de quinua orgánica y perjudican el margen de utilidad en la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC?</p> <p>b) ¿De qué manera la asistencia técnica brindada por la empresa a los productores de quinua contribuye en la mejora de la utilidad bruta de la empresa?</p> <p>c) ¿Cuál es el impacto de la interacción y coordinación de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC con las comunidades productoras en la mejora de la producción de quinua orgánica y en la utilidad neta?</p>	<p>Objetivo general Evaluar de qué manera la exportación de quinua orgánica contribuye en la rentabilidad de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC, 2020-2021.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>a) Determinar las causas que afectan la exportación de quinua orgánica y perjudican el margen de utilidad en la empresa.</p> <p>b) Determinar de qué manera la asistencia técnica brindada a los productores de quinua contribuyo en la mejora de la utilidad bruta de la empresa.</p> <p>c) Analizar el impacto de la interacción y coordinación de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC con las comunidades productoras en la mejora de la producción de quinua orgánica y su relación con la utilidad neta.</p>	<p>Hipótesis general La exportación de quinua orgánica contribuye positivamente en la rentabilidad de la empresa agronegocios Wiraccocha del Perú SAC, 2020-2021.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>a) Las principales causas que afectan la exportación de quinua orgánica, como el uso de pesticidas, la baja calidad del producto y la trazabilidad, perjudican el margen de utilidad de la empresa.</p> <p>b) La asistencia técnica brindada por la empresa a los productores de quinua contribuye significativamente en la mejora de la utilidad bruta de la empresa.</p> <p>c) La interacción y coordinación de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC con las comunidades productoras tiene un impacto positivo en la mejora de la producción de quinua orgánica y en la utilidad neta.</p>	<p>Variable Independiente Exportación de Quinua Orgánica.</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Volumen y Valor de Exportación - Calidad y Conformidad Orgánica - Interacción con Productores <p>Variable Dependiente Rentabilidad</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rentabilidad Operativa - Rentabilidad Neta - Eficiencia de Costos 	<p>Tipo de Investigación: Investigación aplicada</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptivo-Correlacional</p> <p>Métodos Inductivo Deductivo</p> <p>Diseño No experimental</p> <p>Población 79 trabajadores de la empresa.</p> <p>Muestra 18 trabajadores de la empresa involucrados con el tema.</p> <p>Técnicas Análisis documental Encuestas Entrevistas</p> <p>Instrumentos Ficha de recolección de datos Cuestionarios Guía de entrevista</p>

Anexo N° 02 Ficha de Recolección de Datos

Título de la Investigación: Exportación de quinua orgánica y la rentabilidad en la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC, 2020-2021.

Técnica: Análisis Documental

Instrumento: Ficha de Recolección de Datos (Diseño Propio)

Periodo de Estudio: Enero 2020 a Diciembre 2021 (24 meses)

SECCIÓN A: VARIABLE RENTABILIDAD (DATOS FINANCIEROS)

(Datos extraídos del Estado de Resultados o Estado de situación financiera de la empresa. La rentabilidad se medirá a través de los márgenes Bruto y Neto).

Periodo (Mes/Año)	Ingresos por Ventas (S/)	Costo de Ventas (S/)	Gastos Operacionales (S/)	Utilidad Bruta (S/)	Utilidad Neta (S/)	Margen Bruto (%)	Margen Neto (%)
Ene-2020							
Feb-2020							
...							
Dic-2021							
Totales							

SECCIÓN B: VARIABLE EXPORTACIÓN (DATOS OPERACIONALES Y COMERCIALES)

(Datos extraídos de Contratos de Exportación, Facturas Comerciales, DUA o Documentos de Transporte, unificando la información para el análisis).

N.º de Operación / Documento	Período (Mes/Año)	País de Destino	Volumen Exportado (Kg)	Incoterm Aplicado (Regla 2020)	Monto Total de Venta (US\$)	Costo Total de Flete y Seguro Asumido por la empresa (US\$)	Valor FOB (US\$)
1							
2							
...							
N							
Totales							

Observaciones y Fuente Documental**Fuente Documental Consultada:**

Estados Financieros

Contratos de Venta / Facturación

Registros de Aduanas (DUA)

Observaciones Adicionales del Investigador:

--

Analista / Investigador:

William Lucio Huánuco Llactahuamán

Anexo N° 03 Cuestionario de Encuesta al Personal

Cuestionario de Encuesta para Trabajadores de Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC

Objetivo: Recopilar su valiosa percepción sobre diversos aspectos de la exportación de quinua orgánica y la rentabilidad de la empresa durante el periodo 2020-2021.

Instrucciones: Por favor, lea atentamente cada enunciado y marque con una "X" la opción que mejor refleje su opinión o experiencia, utilizando la escala proporcionada. Su respuesta es confidencial y solo se utilizará con fines académicos.

Sección I: Datos Generales

A. Área o Departamento de trabajo:

- Producción / Campo
- Calidad
- Logística / Exportaciones
- Administración / Contabilidad
- Otra: _____

B. Tiempo de permanencia en la empresa (2020-2021):

- Menos de 1 año
- 1 a 2 años
- Más de 2 años

Sección II: Percepción sobre la Exportación de Quinua Orgánica

Escala de Valoración:

- 1 = Totalmente en desacuerdo / Nunca
- 2 = En desacuerdo / Rara vez
- 3 = Neutral / A veces
- 4 = De acuerdo / Frecuentemente
- 5 = Totalmente de acuerdo / Siempre

Dimensión: Calidad y Conformidad Orgánica

1. ¿Considera que la empresa no enfrenta frecuentemente problemas de rechazo o reclamos de clientes debido a la calidad (ej. presencia de pesticidas, baja calidad, problemas de trazabilidad) en las exportaciones de quinua orgánica?

- Totalmente en desacuerdo / Nunca
 - En desacuerdo / Rara vez
 - Neutral / A veces
 - De acuerdo / Frecuentemente
 - Totalmente de acuerdo / Siempre
2. ¿La trazabilidad del producto (desde el campo hasta la exportación) es un factor consistentemente gestionado para cumplir con los estándares orgánicos internacionales?
- Totalmente en desacuerdo / Nunca
 - En desacuerdo / Rara vez
 - Neutral / A veces
 - De acuerdo / Frecuentemente
 - Totalmente de acuerdo / Siempre
3. ¿Las certificaciones orgánicas de la empresa se mantienen siempre vigentes y cumplen con todos los requisitos para los mercados de destino?
- Totalmente en desacuerdo / Nunca
 - En desacuerdo / Rara vez
 - Neutral / A veces
 - De acuerdo / Frecuentemente
 - Totalmente de acuerdo / Siempre

Dimensión: Interacción con Productores

4. ¿La empresa brinda asistencia técnica o capacitaciones a los productores de quinua orgánica de manera frecuente y constante?
- Totalmente en desacuerdo / Nunca
 - En desacuerdo / Rara vez
 - Neutral / A veces
 - De acuerdo / Frecuentemente
 - Totalmente de acuerdo / Siempre
5. ¿Cree que los productores de quinua orgánica adoptan de manera efectiva las prácticas de manejo orgánico recomendadas por la empresa?
- Totalmente en desacuerdo / Nunca

- En desacuerdo / Rara vez
 - Neutral / A veces
 - De acuerdo / Frecuentemente
 - Totalmente de acuerdo / Siempre
6. ¿Considera que la interacción y coordinación de la empresa con las comunidades productoras (ej. mesas de diálogo, reuniones) es fluida y efectiva?
- Totalmente en desacuerdo / Nunca
 - En desacuerdo / Rara vez
 - Neutral / A veces
 - De acuerdo / Frecuentemente
 - Totalmente de acuerdo / Siempre
7. ¿Percibe que el compromiso de los productores con el manejo orgánico es alto y constante?
- Totalmente en desacuerdo / Nunca
 - En desacuerdo / Rara vez
 - Neutral / A veces
 - De acuerdo / Frecuentemente
 - Totalmente de acuerdo / Siempre
8. ¿Cree que la coordinación de la empresa con los productores tiene un impacto positivo significativo en la mejora de la producción de quinua orgánica?
- Totalmente en desacuerdo / Nunca
 - En desacuerdo / Rara vez
 - Neutral / A veces
 - De acuerdo / Frecuentemente
 - Totalmente de acuerdo / Siempre

Anexo N° 04 Validación de instrumento



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE POSGRADO
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del experto : Wilder Quispe Curo
- 1.2. Institución en donde Labora : Trabajador Independiente
- 1.3. Cargo que desempeña : Auditor Financiero
- 1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta : Doctorado en gestión pública y gobernabilidad.
- 1.5. Nombre del Instrumento motivo de Evaluación : Cuestionario 01. Percepción sobre la Exportación de Quinua Orgánica.
- 1.6. Título de la tesis : La exportación de quinua orgánica y la rentabilidad en la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC, 2020-2021.
- 1.7. Autor del Instrumento : William Lucio Huánuco Llahtahuamán

II. APRECIACIONES DEL EXPERTO:

N°	PREGUNTAS	APRECIACIÓN	OBSERVACIÓN
1	El instrumento ¿Responde al planteamiento del problema?	SI (✓) NO ()	
2	El instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI (✓) NO ()	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son adecuadas?	SI (✓) NO ()	
4	El instrumento ¿responde a la operacionalización de la variable?	SI (✓) NO ()	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI (✓) NO ()	
6	La pregunta ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI (✓) NO ()	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI (✓) NO ()	
8	¿Se debe eliminar una pregunta?	SI () NO (✓)	

III. REQUISITOS PARA CONSIDERAR UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

REQUISITOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.					93%
2. Validez, el instrumento realmente mide la variable que se busca cuantificar.					93%
3. Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.					93%

PROMEDIO DE VALORIZACIÓN

93%

IV. OPCIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
 El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado
 Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

Ayacucho, 19 de octubre de 2023.


DNI: <u>70217719</u>



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE POSGRADO

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del experto : Coz Torre Carlos Alberto
- 1.2. Institución en donde Labora : Tesis Asociados
- 1.3. Cargo que desempeña : Gerente
- 1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta : Doctor
- 1.5. Nombre del Instrumento motivo de Evaluación : Cuestionario 01. Percepción sobre la Exportación de Quinua Orgánica.
- 1.6. Título de la tesis : La exportación de quinua orgánica y la rentabilidad en la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC, 2020-2021.
- 1.7. Autor del Instrumento : William Lucio Huánuco Llactahuamán

II. APRECIACIONES DEL EXPERTO:

Nº	PREGUNTAS	APRECIACIÓN		OBSERVACIÓN
1	El instrumento ¿Responde al planteamiento del problema?	SI (X)	NO ()	
2	El instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI (X)	NO ()	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son adecuados?	SI (X)	NO ()	
4	El instrumento ¿responde a la operacionalización de la variable?	SI (X)	NO ()	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI (X)	NO ()	
6	La pregunta ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI (X)	NO ()	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI (X)	NO ()	
8	¿Se debe eliminar una pregunta?	SI ()	NO (X)	

III. REQUISITOS PARA CONSIDERAR UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

REQUISITOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.					95%
2. Validez, el instrumento realmente mide la variable que se busca cuantificar.					95%
3. Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.					95%
PROMEDIO DE VALORIZACIÓN	95%				

IV. OPCIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado
- Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

Ayacucho, 16 de noviembre de 2023.


Dr. Coz Torre Carlos Alberto DNI:80319127



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE POSGRADO
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del experto : Pariona Cárdenas Haydeé
- 1.2. Institución en donde Labora : Contratistas Generales C. COZ S.A.C.
- 1.3. Cargo que desempeña : Administradora
- 1.4. Mención de Maestría/Doctorado que ostenta : Doctor
- 1.5. Nombre del Instrumento motivo de Evaluación : Cuestionario 01. Percepción sobre la Exportación de Quinua Orgánica.
- 1.6. Título de la tesis : La exportación de quinua orgánica y la rentabilidad en la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC, 2020-2021.
- 1.7. Autor del Instrumento : William Lucio Huánaco Lactahuamán

II. APRECIACIONES DEL EXPERTO:

Nº	PREGUNTAS	APRECIACIÓN	OBSERVACIÓN
1	El instrumento ¿Responde al planteamiento del problema?	SI (X) NO ()	
2	El instrumento ¿Responde a las variables de estudio?	SI (X) NO ()	
3	Las dimensiones que se han considerado ¿Son adecuados?	SI (X) NO ()	
4	El instrumento ¿responde a la operacionalización de la variable?	SI (X) NO ()	
5	La estructura que presenta el instrumento ¿Facilita las opciones de respuesta?	SI (X) NO ()	
6	La pregunta ¿Están redactadas de forma clara y precisa?	SI (X) NO ()	
7	¿El número de preguntas es el adecuado?	SI (X) NO ()	
8	¿Se debe eliminar una pregunta?	SI () NO (X)	

III. REQUISITOS PARA CONSIDERAR UN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

REQUISITOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. Confiabilidad, el instrumento producirá resultados consistentes y coherentes.					94%
2. Validez, el instrumento realmente mide la variable que se busca cuantificar.					94%
3. Objetividad, el instrumento muestra ser permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de la investigación.					94%
PROMEDIO DE VALORIZACIÓN					94%

IV. OPCIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- El instrumento debe ser mejorado, antes de ser aplicado
- Considerar las recomendaciones y aplicar el trabajo

Ayacucho, 14 de noviembre de 2023.


Dra. Pariona Cárdenas Haydcé DNI: 28314127

Anexo N° 05 Guía de Entrevista

Guía de Entrevista

Título de la Tesis: Exportación de quinua orgánica y la rentabilidad en la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC, 2020-2021.

Informante: _____ Fecha: _____

Entrevistador: William Lucio Huánuco Llactahuamán

Introducción al Entrevistado:

Buenos días/tardes. Agradezco su tiempo para esta entrevista. Soy William Huánuco, estudiante de la Maestría en Ciencias Económicas de la UNSCH, y estoy realizando una investigación sobre la relación entre la exportación de quinua orgánica y la rentabilidad en Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC durante los años 2020-2021. Su experiencia y conocimiento son muy valiosos para comprender en profundidad estos procesos. Toda la información que me brinde será tratada con estricta confidencialidad y utilizada únicamente con fines académicos. ¿Está de acuerdo en participar?

Bloque I: Contexto General y Exportación de Quinua Orgánica

Para iniciar, ¿podría describir brevemente su rol en la empresa y cómo se relaciona con las operaciones de exportación de quinua orgánica?

Desde su perspectiva, ¿cuál fue la importancia de la quinua orgánica dentro del total de exportaciones de la empresa en el periodo 2020-2021? (Referente a volumen y valor).

Bloque II: Calidad y Conformidad Orgánica (Vinculado a OE/HE "a": Causas que afectan la exportación...)

Durante 2020-2021, ¿la empresa experimentó rechazos de carga o reclamos significativos por parte de los clientes internacionales de quinua orgánica? Si la respuesta es sí, ¿podría darnos una idea de la frecuencia o la magnitud de estos incidentes?

Pregunta de sondeo: ¿Cuáles fueron las causas más recurrentes de estos rechazos o reclamos (ej. residuos de pesticidas, humedad, problemas de trazabilidad, baja calidad)? Por favor, explique los detalles.

¿Cómo se asegura la empresa de que la quinua que se exporta cumple con los estándares de trazabilidad exigidos por los mercados orgánicos internacionales? ¿Se enfrentaron a desafíos en este aspecto?

¿Cómo se gestiona el mantenimiento y la vigencia de las certificaciones orgánicas necesarias para la exportación? ¿Hubo algún problema o retraso en la renovación o cumplimiento de estas certificaciones?

Bloque III: Interacción con Productores (Vinculado a OE/HE "b": Asistencia técnica... y OE/HE "c": Impacto de la interacción...)

¿Podría describir el tipo de asistencia técnica que la empresa brinda a los productores de quinua orgánica? ¿Con qué frecuencia y alcance se realizan estas actividades?

Desde la perspectiva de la empresa, ¿cuál fue el nivel de cumplimiento o adopción de las prácticas de manejo orgánico por parte de los productores en 2020-2021? ¿Se observaron mejoras o dificultades?

¿Cuáles son los canales y mecanismos de interacción o coordinación que la empresa utiliza con las comunidades productoras de quinua (ej. reuniones, mesas de diálogo, visitas de campo)? ¿Considera que estos canales son efectivos?

¿Cómo cree que la interacción y coordinación constante con los productores influyó en la calidad y el volumen de la producción de quinua orgánica disponible para exportación?

Bloque IV: Rentabilidad (Vinculado al OG y OE/HE de impacto)

Considerando el periodo 2020-2021, ¿podría comentar sobre la evolución del margen de utilidad bruta y la utilidad operativa de las exportaciones de quinua orgánica? ¿Hubo fluctuaciones significativas y a qué se atribuyeron?

En cuanto a la utilidad neta de la empresa, ¿cómo contribuyeron específicamente las exportaciones de quinua orgánica a este indicador? ¿Qué factores (internos o externos) considera que tuvieron el mayor impacto en la utilidad neta de este segmento?

¿Se enfrentaron a situaciones de renegociación de precios o descuentos significativos con los clientes internacionales que afectarían la rentabilidad esperada? ¿Con qué frecuencia y magnitud?

¿Cuál fue el impacto del Drawback en la rentabilidad de las exportaciones de quinua orgánica durante el periodo estudiado?

Bloque V: Conclusiones y Recomendaciones

En general, ¿cuáles considera que fueron los principales factores o desafíos que más influyeron en la rentabilidad de las exportaciones de quinua orgánica de la empresa en 2020-2021?

¿Qué estrategias o acciones recomendaría la empresa para mejorar la exportación de quinua orgánica y, consecuentemente, su rentabilidad en el futuro?

Agradecimiento:

Muchas gracias por su tiempo y por la información tan valiosa que nos ha proporcionado.
Su colaboración es fundamental para el éxito de esta investigación.

Anexo N° 06 Resultados de Fiabilidad

Dimensión: Calidad y Conformidad Orgánica

Resumen del Procesamiento de Casos

	N	%
Válido	18	100.0
Excluido (a)	0	0.0
Total	18	100.0

(a) La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.616	3

Estadísticas del Total de Elementos

Elemento	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	7.78	1.214	0.473	0.524
VAR00002	7.44	1.681	0.356	0.581
VAR00003	7.39	1.512	0.418	0.553

Alfa de Cronbach total = 0.616

Dimensión: Interacción con Productores

Resumen del Procesamiento de Casos

	N	%
Válido	18	100.0
Excluido (a)	0	0.0

	N	%
Total	18	100.0

(a) La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.770	5

Estadísticas del Total de Elementos

Elemento	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00004	15.92	6.871	0.511	0.732
VAR00005	15.73	6.591	0.633	0.708
VAR00006	15.85	6.812	0.564	0.721
VAR00007	15.96	6.954	0.442	0.748
VAR00008	15.78	6.491	0.602	0.712

Alfa de Cronbach total = 0.770

Anexo N° 07 Base de datos de la muestra de estudio

N°	Dimensión: Calidad y Conformidad Orgánica					Dimensión: Interacción con Productores				
	PA	PB	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P08
1	1	3	5	5	5	4	5	4	4	5
2	1	3	4	4	5	4	4	5	4	5
3	3	2	4	5	5	5	4	5	5	5
4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	5
5	4	3	4	5	5	5	4	3	4	5
6	3	3	4	4	5	5	4	4	3	5
7	1	3	3	4	5	4	3	4	4	4
8	2	3	4	3	5	3	4	4	3	4
9	1	2	3	3	4	4	3	3	3	4
10	1	3	3	5	5	4	3	3	2	5
11	4	3	4	4	5	4	3	4	3	5
12	1	3	5	5	5	5	4	5	4	5
13	1	3	5	5	5	5	4	5	4	5
14	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4
15	4	2	5	5	4	5	5	4	4	5
16	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5
17	3	3	4	5	5	2	4	3	4	4
18	2	3	3	4	4	4	3	3	3	5

Anexo N° 08 Bases de Datos Procesada

Mes	Año	Valor FOB (USD)	Utilidad Neta (S/.)	Costos Logísticos (S/.)	Productores Asistidos	Drawback (S/.)
Enero	2020	1,152,772.85	-113,855.19	96,779.25	245	18,006.86
Febrero	2020	266,775.80	360,594.06	40,508.92	210	0
Marzo	2020	587,913.87	-81,835.45	79,409.66	175	0
Abril	2020	993,155.06	230,902.76	105,841.45	35	0
Mayo	2020	684,699.10	124,538.34	55,728.20	0	135,005.29
Junio	2020	481,703.35	1,752,767.55	122,624.30	0	51,428.71
Julio	2020	1,777,599.54	783,020.69	156,950.61	0	47,857.94
Agosto	2020	1,181,610.47	-1,841,929.11	241,636.63	0	0
Septiembre	2020	898,788.17	-990,904.84	163,029.92	0	86,065.04
Octubre	2020	825,291.80	1,120,796.95	84,704.73	0	0
Noviembre	2020	947,047.43	434,798.07	83,144.50	0	377,255.58
Diciembre	2020	1,017,309.30	-201,798.33	273,761.60	245	399,148.97
Enero	2021	442,416.51	936,349.79	81,226.09	210	-2,375.00
Febrero	2021	1,132,580.82	-111,716.75	134,069.12	196	-2,358.00
Marzo	2021	505,848.27	-287,515.57	80,569.01	168	0
Abril	2021	673,115.91	587,170.58	117,504.99	35	158,263.47
Mayo	2021	545,035.54	395,843.08	99,589.36	0	169,583.97
Junio	2021	711,282.88	-238,647.79	109,314.74	0	136,018.37
Julio	2021	878,264.67	324,445.66	182,370.80	0	0
Agosto	2021	875,382.35	912,609.60	225,560.03	0	162,668.64
Septiembre	2021	776,629.11	357,266.95	186,312.45	0	107,349.60
Octubre	2021	807,617.23	-262,700.68	198,147.99	0	0
Noviembre	2021	610,769.63	582,901.80	252,267.69	0	94,789.54
Diciembre	2021	875,540.14	-1,592,013.20	253,242.70	210	68,358.00

Periodo (Mes/Año)	Ingresos por Ventas (\$/)	Costo de Ventas (\$/)	Gastos Operacionales (\$/)	Utilidad Bruta (\$/)	Utilidad Neta (\$/)	Margen Bruto (%)	Margen Neto (%)	N° de rechazos	Numero de productores asistidos técnicamente	Horas de capacitación a productores	Monto Total de Descuentos	Total activo	Total patrimonio	N° de acciones
Enero-2020	1,619,571	1,554,085	-134,601	65,485	-113,855.19	4.04%	-7.03%	0	245	163	-			
Febrero-2020	1,756,889	941,117	-232,900	815,772	360,594.06	46.43%	20.52%	0	210	140	-			
Marzo-2020	1,538,672	1,271,007	-169,373	267,665	-81,835.45	17.40%	-5.32%	0	175	117	46,291			
Abril-2020	2,314,575	1,632,581	-224,291	681,994	230,902.76	29.47%	9.98%	0	35	23	-			
Mayo-2020	2,421,152	1,934,011	-410,062	487,141	124,538.34	20.12%	5.14%	0	0	0	1,572			
Junio-2020	2,592,364	598,373	-241,605	1,993,991	1,752,767.55	76.92%	67.61%	0	0	0	-			
Julio-2020	6,098,747	4,982,885	-310,508	1,115,862	783,020.69	18.30%	12.84%	0	0	0	5,215			
Agosto-2020	3,964,995	5,081,671	-332,843	1,116,676	-1,841,929.11	-28.16%	-46.45%	0	0	0	43,551			
Septiembre-2020	2,521,074	3,047,260	-387,582	526,186	-990,904.84	-20.87%	-39.30%	0	0	0	3,670			
Octubre-2020	4,096,356	2,147,205	-364,875	1,949,151	1,120,796.95	47.58%	27.36%	0	0	0	7,405			
Noviembre-2020	3,459,920	2,712,930	-630,720	746,990	434,798.07	21.59%	12.57%	0	0	0	-			
Diciembre-2020	3,321,800	2,353,990	-692,460	967,810	-201,798.33	29.14%	-6.07%	0	245	163	11,062			
Total 2020	35,706,114	28,257,114	-4,131,821	7,449,000	1,577,096	20.86%	4.42%	0			118,766	38,200,559	15,134,218	3,554,853
Enero-2021	3,148,378	2,453,287	-142783.63	695,091	936,349.79	22.08%	29.74%	0	210	140	4,814			
Febrero-2021	2,319,297	1,932,954	-307826.83	386,343	-111,716.75	16.66%	-4.82%	0	196	131	-			
Marzo-2021	1,643,694	1,598,741	-263457.55	44,953	-287,515.57	2.73%	-17.49%	0	168	112	-			
Abril-2021	3,387,540	2,599,976	-284728.72	787,564	587,170.58	23.25%	17.33%	0	35	23	-			
Mayo-2021	3,014,564	2,394,554	-294271.41	620,010	395,843.08	20.57%	13.13%	0	0	0	-			
Junio-2021	1,176,036	957,625	-223778.1	218,411	-238,647.79	18.57%	-20.29%	0	0	0	-			
Julio-2021	4,706,371	4,047,606	-266760.88	658,765	324,445.66	14.00%	6.89%	0	0	0	-			
Agosto-2021	3,372,473	2,536,205	-395068.67	836,267	912,609.60	24.80%	27.06%	0	0	0	-			
Septiembre-2021	2,863,719	1,939,194	-464282.58	924,525	357,266.95	32.28%	12.48%	0	0	0	-			
Octubre-2021	3,451,435	2,753,196	-412209.93	698,239	-262,700.68	20.23%	-7.61%	0	0	0	-			
Noviembre-2021	3,671,053	2,569,738	-271104.45	1,101,316	582,901.80	30.00%	15.88%	0	0	0	-			
Diciembre-2021	4,114,657	3,036,801	-1253346.83	1,077,857	-1,592,013.20	26.20%	-38.69%	0	210	140	1,102			
Total 2021	36,869,217	28,819,878	-4,579,620	8,049,339	1,603,993	21.83%	4.35%	0			5,916	45,691,826	16,738,212	3,554,853

Anexo N° 09 Autorización de investigación en la empresa

CARTA DE SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA INVESTIGACIÓN

Ayacucho, 08 de enero de 2024

SEÑOR:

Glicerio Felices Prado

Gerente General

AGRONEGOCIOS WIRACCOCHA DEL PERÚ SAC

Presente.

ASUNTO: Solicitud de Autorización para Recolección de Datos con Fines Académicos.

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, yo, William Lucio Huánuco Llactahuamán, egresado de la Maestría en Ciencias Económicas con Mención en Gestión Empresarial de la Universidad Nacional San Cristóbal de Huamanga, me dirijo a usted con el debido respeto para solicitar su valiosa autorización para realizar la recolección de datos e información correspondiente a mi tesis titulada:

"La exportación de quinua orgánica y la rentabilidad en la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC, 2020-2021"

La investigación tiene como objetivo principal determinar la relación y el impacto que tienen las operaciones de exportación de quinua orgánica sobre los indicadores de rentabilidad de su prestigiosa empresa durante el periodo fiscal 2020-2021.

Para tal fin, necesito realizar actividades de recolección de información objetiva y perceptual a través de la revisión de documentos operativos y financieros del periodo de estudio, así como aplicar instrumentos de consulta al personal clave de las áreas Logística, Comercial y Gerencial.

Garantizo que toda la información que me sea proporcionada será utilizada bajo estricta confidencialidad y únicamente con fines académicos, respetando las políticas de reserva de su empresa y garantizando la adecuada manipulación de los datos en el análisis estadístico.

Agradezco de antemano su colaboración, la cual es esencial para la culminación exitosa de mi investigación.

Atentamente,

SOLICITANTE:



William Lucio Huánuco Lactahuamán

DNI: 45260831

Teléfono: 999100040

Correo: William.huamco.contable@gmail.com

AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA AGRONEGOCIOS WIRACCOCHA DEL PERÚ
SAC

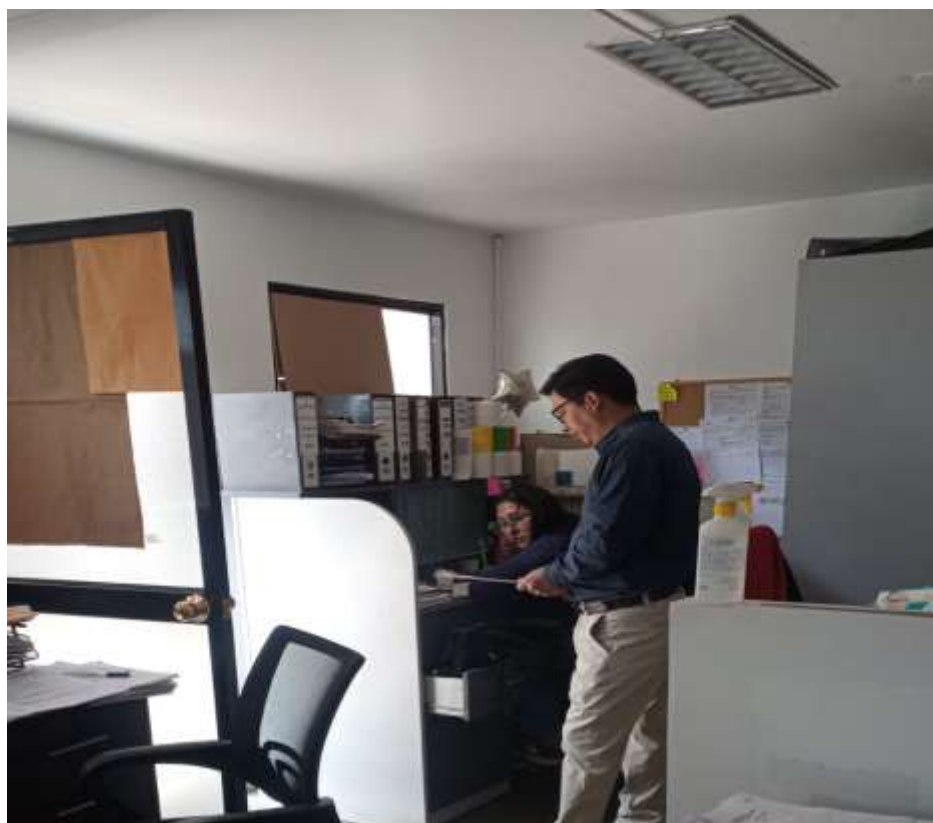


Glicerio Felices Prado
Glicerio Felices Prado
Wiracocha del Perú S.A.C.
Gerente General

DNI: 28311353

Fecha de Autorización: 15/01/2024

Anexo N° 10 Imágenes







Anexo N° 11**Artículo científico****Exportación de quinua orgánica y su contribución en la rentabilidad de la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC, 2020-2021****Organic quinoa exports and its contribution to the profitability of the company Agronegocios Wiracocha del Perú SAC, 2020-2021****William Lucio Huánuco Llactahuamán**

Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga

william.huanuco.21@unsch.edu.pe**Resumen**

El presente estudio tuvo como objetivo evaluar de qué manera la exportación de quinua orgánica contribuye en la rentabilidad de la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC durante el periodo 2020-2021.

La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, longitudinal y de nivel correlacional.

Se analizó una población de 24 meses de registros financieros y se aplicó un cuestionario a 18 colaboradores clave de las áreas de gerencia, logística y producción.

Para el contraste de hipótesis, se utilizó el análisis de correlación y la prueba no paramétrica de Rangos con Signo de Wilcoxon debido a la no normalidad de las diferencias en las series financieras.

Los resultados revelaron que el valor FOB de exportación no tuvo una contribución estadística significativa hacia la rentabilidad neta. Sin embargo, las dimensiones operativas resultaron determinantes: la asistencia técnica mostró un impacto altamente significativo en la utilidad bruta ($W=5.0$, $p<.001$, $r\approx 0.85$), y la coordinación con productores se asoció significativamente con la utilidad neta ($W=0.00$, $p<.001$, $r\approx 0.87$).

Se concluye que la rentabilidad de la empresa fue impulsada por la eficiencia en la gestión de la cadena de suministro interna y no exclusivamente por el volumen exportado.

Palabras clave: Exportación, quinua orgánica, rentabilidad, utilidad neta, asistencia técnica.

Abstract

The present study aimed to evaluate how organic quinoa exports contribute to the profitability of the company Agronegocios Wiracocha del Perú SAC during the 2020-2021 period.

The research adopted a quantitative, non-experimental, longitudinal, and correlational design. A population of 24 months of financial records was analyzed, and a

questionnaire was applied to 18 key employees from management, logistics, and production areas.

For hypothesis testing, correlation analysis and the Wilcoxon Signed-Rank non-parametric test were used due to the non-normality of the differences in the financial series.

Results revealed that the FOB export value did not have a statistically significant contribution to net profitability. However, operational dimensions were decisive: technical assistance showed a highly significant impact on gross profit ($W=5.0$, $p<.001$, $r\approx 0.85$), and coordination with producers was significantly associated with net profit ($W=0.00$, $p<.001$, $r\approx 0.87$).

It is concluded that the company's profitability was driven by efficiency in internal supply chain management rather than exclusively by exported volume.

Keywords: Export, organic quinoa, profitability, net profit, technical assistance.

I. Introducción

La quinua orgánica se ha consolidado como uno de los productos estrella de la canasta agroexportadora peruana, especialmente en regiones altoandinas como Ayacucho. Este "superalimento" responde a una tendencia global de consumo saludable que ha permitido a empresas como Agronegocios Wiracocha del Perú SAC posicionarse en mercados exigentes como Europa y Estados Unidos. Sin embargo, el dinamismo del comercio exterior no garantiza por sí solo la salud financiera de las

organizaciones; en este contexto, la rentabilidad aparece como el indicador fundamental para evaluar la sostenibilidad del modelo de negocio. A nivel internacional, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) destaca que el Perú es el principal productor y exportador mundial de quinua, pero también advierte sobre la volatilidad de los precios y la necesidad de mejorar la competitividad interna de las empresas.

En el plano teórico, esta investigación se sustenta en la Teoría de la Creación de Valor de Michael Porter (1985), la cual postula que la rentabilidad superior se obtiene mediante una ventaja competitiva derivada de una cadena de valor optimizada. Asimismo, la Gestión de la Cadena de Suministro (SCM), definida por Mentzer et al. (2001), resalta que la integración y coordinación con los proveedores en este caso, los pequeños agricultores de Ayacucho es vital para reducir costos y maximizar el valor entregado al cliente final. No obstante, el sector enfrenta desafíos críticos: la fluctuación del valor FOB (Free on Board), el incremento de los fletes internacionales y la rigurosidad de los estándares de certificación orgánica.

El problema central de la presente investigación reside en la incertidumbre sobre si el volumen total exportado es realmente el motor de la rentabilidad o si esta depende de factores operativos internos. La empresa Agronegocios Wiraccocha, a pesar de mantener niveles significativos de venta, ha experimentado variaciones en sus márgenes de utilidad que ameritan un análisis técnico profundo. Por lo tanto, el objetivo general de este estudio es evaluar de qué manera la exportación de quinua orgánica contribuye en

la rentabilidad de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC durante el bienio 2020-2021.

Se busca identificar qué dimensiones operativas, como la asistencia técnica y la coordinación logística con los productores, tienen un impacto real en los resultados económicos netos.

II. Metodología

La investigación se rigió bajo un enfoque cuantitativo y un tipo de investigación aplicada, con un nivel descriptivo-correlacional.

El diseño fue no experimental y longitudinal, analizando datos en dos momentos temporales para observar su evolución.

La población de estudio comprendió dos fuentes: por un lado, los registros financieros de la empresa correspondientes a 24 meses (enero 2020 a diciembre 2021) y, por otro, un grupo de 18 colaboradores que desempeñan funciones clave en la toma de decisiones y ejecución de procesos de exportación.

Para la recolección de información se utilizaron dos técnicas principales: el análisis documental, que permitió extraer datos precisos de los estados de resultados (Utilidad Bruta y Neta) y declaraciones de exportación (Valor FOB); y la encuesta, aplicada mediante un cuestionario de 20 ítems diseñado en escala de Likert.

Este instrumento fue validado rigurosamente mediante el juicio de tres expertos y demostró una alta consistencia interna con un coeficiente Alfa de Cronbach de 0.616 y 0.770.

El análisis estadístico se dividió en dos fases: descriptiva e inferencial.

En la fase descriptiva se utilizaron tablas de frecuencias y gráficos de barras para representar la percepción del personal sobre la gestión operativa.

En la fase inferencial, se aplicó inicialmente la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para las series de tiempo de utilidad y valor FOB. Al obtenerse valores de p inferiores a 0.05, se rechazó la hipótesis de normalidad, lo que obligó al uso de pruebas no paramétricas.

En consecuencia, se empleó la prueba de Rangos con Signo de Wilcoxon para comparar los niveles de utilidad antes y después de periodos de alta intervención operativa, y el coeficiente de correlación para medir la asociación entre el valor FOB y la rentabilidad.

Operacionalización de las variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Variable Independiente: Exportación de Quinoa Orgánica	Se refiere al volumen y valor de la quinoa orgánica exportada por la empresa, así como a la calidad	Volumen y Valor de Exportación	Toneladas métricas de quinoa orgánica exportadas (anual)	Cuantitativa (Razón)
			Valor FOB de las exportaciones de	Cuantitativa (Razón)

	y cumplimiento de los estándares orgánicos que permiten su comercialización internacional. Implica tanto los aspectos cuantitativos de la venta al exterior como los cualitativos que aseguran su condición de "orgánica".		quinua orgánica (anual en USD)	
		Calidad y Conformidad Orgánica	Número de rechazos de carga por incumplimiento de calidad/orgánico	Cuantitativa (Razón)
			Causas principales de los rechazos	Nominal
		Interacción con Productores (Factores de Producción)	Frecuencia y alcance de la asistencia técnica brindada a los productores	Ordinal (1-5 escala Likert) / Frecuencia
			Nivel de coordinación o interacción de la empresa con las comunidades productoras	Ordinal (1-5 escala Likert)
Variable Dependiente: Rentabilidad	Es la capacidad de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC para generar ganancias a partir de sus operaciones de exportación de quinua orgánica, medida a través de sus indicadores financieros clave.	Rentabilidad Operativa	Margen de Utilidad Bruta (%)	Cuantitativa (Razón)
		Rentabilidad Neta	Utilidad Neta (USD)	Cuantitativa (Razón)
			Margen de Utilidad Neta (%)	Cuantitativa (Razón)
		Eficiencia de Costos	Porcentaje de costos de producción sobre los ingresos	Cuantitativa (Razón)
			Incidencia de descuentos por renegociación de facturas (en % del valor exportado)	Cuantitativa (Razón)

III. Resultados y discusión

Resultados

En términos descriptivos, el análisis de la variable exportación mostró que la empresa mantuvo una calidad operativa excepcional. El 100% de los despachos

realizados en el periodo 2020-2021 registró "Cero Rechazos", lo que indica un control estricto de los estándares orgánicos. No obstante, el valor FOB total experimentó una contracción del 18.29%, pasando de \$10,814,667 en 2020 a \$8,834,483 en 2021, influenciado por la crisis logística global y ajustes en el mercado post-pandemia.

Respecto a la rentabilidad, los datos financieros revelaron que, a pesar de la caída en las ventas totales, los márgenes operativos se mantuvieron resilientes.

Cuadro 1: Exportaciones de Quinoa Orgánica a Valor FOB (US\$), 2020-2021

Meses	2020	2021
Enero	1,152,772.85	442,416.51
Febrero	266,775.80	1,132,580.82
Marzo	587,913.87	505,848.27
Abril	993,155.06	673,115.91
Mayo	684,699.10	545,035.54
Junio	481,703.35	711,282.88
Julio	1,777,599.54	878,264.67
Agosto	1,181,610.47	875,382.35
Septiembre	898,788.17	776,629.11
Octubre	825,291.80	807,617.23
Noviembre	947,047.43	610,769.63
Diciembre	1,017,309.30	875,540.14
Totales	10,814,666.74	8,834,483.06

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 2: Margen de Utilidad Neta (%), 2020-2021.

Año	Ingresos por venta	Utilidad neta	Margen de utilidad neta
2020	35,706,114	1,577,096	4.42%
2021	36,869,217	1,603,993	4.35%

Nota. Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del contraste de hipótesis se presentan a continuación:

Cuadro 3: Resultados del Contraste de Hipótesis

Hipótesis	Variable	Prueba	Resultado Estadístico	Decisión
H. General	Valor FOB vs. Utilidad Neta	Correlación	No significativa (p>0.05)	Rechazada
H. Específica 2	Asistencia Técnica → Utilidad Bruta	Wilcoxon	W=5.0, p<.001, r≈0.85	Aceptada
H. Específica 3	Coordinación → Utilidad Neta	Wilcoxon	W=0.00, p<.001, r≈0.87	Aceptada

Nota. Fuente: Elaboración propia.

El análisis inferencial mediante la prueba de Wilcoxon arrojó resultados determinantes para la gestión estratégica.

Contraste de Hipótesis General: El análisis de correlación de Pearson entre el valor FOB mensual y la utilidad neta arrojó un $r = -0.238$ con un p-valor de 0.262. Al ser $p > 0.05$, no existe una relación lineal significativa, indicando que el volumen exportado no determinó la rentabilidad neta.

Hipótesis Específica 1 (Calidad): No se registraron rechazos de carga ni reclamos por calidad en ninguno de los dos años analizados (total = 0). Esto confirma la eficacia de los controles de trazabilidad, validada por el 88.89% del personal encuestado.

Hipótesis Específica 2 (Asistencia Técnica): La prueba de Wilcoxon mostró una diferencia significativa en la utilidad bruta antes y después de la asistencia técnica (W=5.0, $p < 0.001$). El tamaño del efecto fue grande ($r \approx 0.85$), confirmando que esta inversión reduce mermas y mejora los márgenes.

Hipótesis Específica 3 (Coordinación): Se halló un impacto altamente significativo en la utilidad neta derivado de la coordinación con comunidades ($W=0.00$, $p < 0.001$), con un efecto de $r \approx 0.87$.

Discusión

El análisis del impacto de la exportación de quinua orgánica sobre la rentabilidad de la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC durante el bienio 2020-2021 revela una dinámica compleja que desafía las premisas convencionales del comercio exterior. El análisis inferencial determinó que la Hipótesis General no se confirma estadísticamente, hallándose una correlación de Pearson negativa débil y no significativa entre el valor FOB mensual y la utilidad neta ($r = -0.238$, $p = 0.262$). Este resultado sugiere que el volumen y valor total de las exportaciones no fueron los determinantes lineales de la rentabilidad neta global en el periodo de estudio.

Esta falta de significancia estadística contrasta notablemente con el análisis descriptivo. Mientras que en el año 2021 el valor FOB y el volumen de exportación sufrieron una contracción del 18.29% y 13.10% respectivamente, la Utilidad Neta absoluta logró un incremento, pasando de S/ 1,577,096 en 2020 a S/ 1,603,993 en 2021. Asimismo, el Margen de Utilidad Bruta ascendió del 20.86% al 21.83%. La explicación de esta divergencia reside en la optimización de la gestión interna: la mejora en la eficiencia de costos (que pasó de 79.14% a 78.17%) y una drástica reducción en los descuentos por renegociación (de 0.33% a 0.02%) compensaron con creces la disminución de los ingresos brutos por exportación.

Respecto a la primera hipótesis específica, los registros documentales mostraron un desempeño excepcional: la empresa registró un total de cero (0) rechazos de carga por incumplimiento de calidad durante todo el periodo analizado. Debido a la ausencia de variabilidad (todos los valores fueron cero), no fue pertinente la aplicación de pruebas inferenciales de correlación. Sin embargo, este hallazgo es fundamental, pues refuta la premisa de que la rentabilidad se viera afectada por devoluciones o penalidades derivadas de pesticidas o fallas en la trazabilidad.

Este éxito operativo se corrobora con la percepción del capital humano de la organización. El 88.89% de los encuestados manifestó estar "De acuerdo" o "Totalmente de acuerdo" con la gestión consistente de la trazabilidad, mientras que el 100% confirmó la vigencia y rigor de las certificaciones orgánicas. En suma, la gestión de calidad actuó como un escudo protector del margen de utilidad, mitigando riesgos financieros potenciales.

La Hipótesis Específica 2 fue confirmada estadísticamente mediante la prueba de Rangos con Signo de Wilcoxon ($W = 5.0$, $p < 0.001$), evidenciando un tamaño de efecto grande ($r \approx 0.85$). Este resultado valida que la asistencia técnica es una inversión estratégica con impacto directo en la utilidad bruta. La adopción efectiva de prácticas de manejo orgánico, percibida como constante por el 77.77% del personal, permitió obtener una materia prima de mayor calidad y uniformidad, optimizando el costo de ventas.

Desde una perspectiva teórica, este hallazgo se alinea con la Teoría del Capital Social (Coleman, 1988), sugiriendo que la colaboración y el flujo de conocimiento entre la

empresa y los productores generan beneficios económicos tangibles. La reducción del ratio de costos de producción sobre ingresos es la evidencia financiera de esta sinergia.

La Hipótesis Específica 3 también alcanzó validación estadística (Wilcoxon $W = 0.00$, $p < 0.001$) con un tamaño de efecto de $r \approx 0.87$. El 100% del personal encuestado coincidió en que la coordinación con los productores tiene un impacto positivo en la producción. Una gestión fluida de las relaciones comunitarias permitió minimizar riesgos logísticos y maximizar el valor de la materia prima en origen.

De acuerdo con la Teoría de la Gestión de la Cadena de Suministro (Mentzer et al., 2001), la integración efectiva favorece el flujo de información y reduce la incertidumbre operativa. En el caso de Agronegocios Wiracocha, esta coordinación no solo aseguró el abastecimiento, sino que blindó la utilidad neta frente a las ineficiencias logísticas externas.

A diferencia de estudios previos, como el de Ramírez Huamani & Montenegro (2019), donde la exportación se vinculaba linealmente a la rentabilidad, este estudio demuestra que en contextos de alta volatilidad y alza de costos logísticos post-pandemia, la rentabilidad es una función de la eficiencia interna. Los hallazgos se alinean con la Teoría de la Creación de Valor de Porter (1985): la empresa generó rentabilidad sostenible no por el volumen de transacciones, sino por la diferenciación cualitativa y el control riguroso de su cadena de valor.

Conclusiones

1. Se determinó que la exportación de quinua orgánica, medida a través del valor FOB, no tuvo una contribución estadística significativa en la rentabilidad neta de la empresa Agronegocios Wiracocha durante el periodo 2020-2021, debido a la presión de costos externos que afectaron el margen final.
2. La asistencia técnica proporcionada a los productores contribuye de manera positiva y altamente significativa a la mejora de la producción y, por ende, a la utilidad bruta de la empresa, validando la importancia de la calidad desde el campo.
3. La interacción y coordinación con las comunidades productoras es el factor clave que contribuye significativamente a la optimización de procesos y al incremento de la utilidad neta, demostrando que una gestión eficiente de proveedores es fundamental para la rentabilidad sostenible.

Referencias bibliográficas

- FAO. (2021). *Tendencias del mercado de la quinua*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- Mentzer, J. T., DeWitt, W., Keebler, J., Min, S., Nix, N., Smith, C., & Zacharia, Z. (2001). Defining supply chain management. *Journal of Business Logistics*, 22(2), 1-25.
- Porter, M. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.

- Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, S95-S120.
- Ramírez Huamani, D. A., & Montenegro Huancas, J. (2019). Rentabilidad de la exportación de quinua orgánica (*Chenopodium quinoa* Willd) a México 2015. Obtenido de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UPRG_90f3bef42589d6e877f255e53bcb1083



CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD N°0153-2025-UNSCH-EPG/OGH

El que suscribe; responsable verificador de originalidad de trabajo de tesis de Posgrado en segunda instancia para la **Escuela de Posgrado – UNSCH**; en cumplimiento a la Resolución De Consejo Directivo N°109-2024-UNSCH-EPG/CD, Reglamento de Originalidad de trabajos de Investigación de la UNSCH, otorga lo siguiente:


CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

AUTOR	Bach. William Lucio HUANUCO LLACTAHUAMAN
DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS	MAESTRÍA EN CIENCIAS ECONÓMICAS
GRADO ACADÉMICO QUE OTORGA	MAESTRO
DENOMINACIÓN DEL GRADO ACADÉMICO	MAESTRO(A) EN CIENCIAS ECONÓMICAS, MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL
TÍTULO DE TESIS	Exportación de quinua orgánica y la rentabilidad en la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC, 2020 - 2021
EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD	14% de similitud
N° DE TRABAJO	2851043167
FECHA	24 de diciembre de 2025

Por tanto, según los artículos 12, 13 y 17 del Reglamento de Originalidad de Trabajos de Investigación, es procedente otorgar la constancia de originalidad con depósito.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que crea conveniente.

24 de diciembre de 2025.


UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN CRISTÓBAL DE HUAMANGA
ESCUELA DE POSGRADO
Dr. Oscar Gutiérrez Huamani
Director (e)

CC:
Archivo
OGH/rjcg

Exportación de quinua orgánica y la rentabilidad en la empresa Agronegocios Wiraccocha del Perú SAC, 2020-2021

por William Lucio HUANUCO LLACTAHUAMAN

Fecha de entrega: 24-dic-2025 04:34a. m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2851043167

Nombre del archivo: Tesis_William_Huanuco_V8.docx (9.5M)

Total de palabras: 36454

Total de caracteres: 206172

Exportación de quinua orgánica y la rentabilidad en la empresa Agronegocios Wiracocha del Perú SAC, 2020-2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

14%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.siicex.gob.pe Fuente de Internet	2%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	recursos.expordemos.pe Fuente de Internet	1%
4	es.scribd.com Fuente de Internet	1%
5	es.slideshare.net Fuente de Internet	1%
6	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga Trabajo del estudiante	<1%
9	doczz.es Fuente de Internet	<1%
10	plataformadenegocios.over-blog.es Fuente de Internet	<1%
11	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	<1%

repositorio.ulasalle.edu.pe

12	Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.umsa.bo Fuente de Internet	<1 %
14	docs.google.com Fuente de Internet	<1 %
15	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
16	idoc.pub Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.uti.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
18	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<1 %
19	1library.co Fuente de Internet	<1 %
20	Rodrigo Estupiñan. "Análisis financiero y de gestión", Ecoe Ediciones S. A. S., 2020 Publicación	<1 %
21	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
22	ri.ues.edu.sv Fuente de Internet	<1 %
23	tesis.unsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
25	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
26	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

27	repositorio.unsch.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
28	Submitted to Universidad del Istmo de Panamá Trabajo del estudiante	<1 %
29	pre.cores.es Fuente de Internet	<1 %
30	repositorio.ulead.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
31	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
32	Submitted to Universidad Andina del Cusco Trabajo del estudiante	<1 %
33	repository.unab.edu.co Fuente de Internet	<1 %
34	Submitted to Universidad Nacional Federico Villarreal Trabajo del estudiante	<1 %
35	Mercado Flórez, Cristina. "Caracterización de tecnologías del cultivo de quinua (Chenopodium quinoa willd.) Orgánica en la asociación de productores Tata Wilca - Puno.", Universidad Nacional del Altiplano de Puno (Peru) Publicación	<1 %
36	Submitted to institutoeuropeodeposgrado Trabajo del estudiante	<1 %
37	repositorio.unamad.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
38	revista.sciencevolution.com Fuente de Internet	<1 %

doctrina.vlex.com.co

39	Fuente de Internet	<1 %
40	agritrop.cirad.fr Fuente de Internet	<1 %
41	repositorio.upla.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
42	Submitted to Grupo IOE Trabajo del estudiante	<1 %
43	baixardoc.com Fuente de Internet	<1 %
44	theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
45	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	<1 %
46	cacaoperuanodecalidad.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
47	pt.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
48	www.midagri.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
49	Submitted to Universidad de Guayaquil Trabajo del estudiante	<1 %
50	repositorio.unac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
51	repositorio.unsaac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
52	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
53	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	<1 %

54	repositorio.ulvr.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
55	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
56	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
57	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
58	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
59	repositoriobe.espe.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
60	Submitted to ucss Trabajo del estudiante	<1 %
61	revistaneque.org Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 30 words

Excluir bibliografía

Activo



**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO(A) EN CIENCIAS ECONÓMICAS, MENCIÓN EN GESTIÓN
EMPRESARIAL**

RESOLUCIÓN DIRECTORAL N°00826-2025-UNSCH-EPG/D.

Siendo las 06:00 p.m. del 26 de setiembre de 2025 se reunieron en el auditorium de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga, el Jurado Examinador y Calificador de Tesis, presidido por el **Dr. OSCAR GUTIERREZ HUAMANI** Director (e) de la Escuela de Posgrado, el **Dr. EDGAR HUARANCCA AGUILAR** Director de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, e integrado por los siguientes miembros: **Mtro. JORGE ALBERTO PRADO PALOMINO** y el **Mtro. SIXTO SUSANO PRETEL ESLAVA**; para la sustentación oral y pública de la tesis titulada: **EXPORTACIÓN DE QUINUA ORGÁNICA Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA AGRONEGOCIOS WIRACCOCHA DEL PERÚ SAC, 2020 - 2021**, presentado por el **Bach. WILLIAM LUCIO HUANUCO LLACTAHUAMAN**. Teniendo como asesor al **Dr. JULIO GOMEZ MENDEZ**.

Acto seguido se procedió a la exposición de la tesis, con el fin de optar el Grado Académico de **MAESTRO(A) EN CIENCIAS ECONÓMICAS, MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL**. Formuladas las preguntas, éstas fueron absueltas por el graduando.

A continuación, el Jurado Examinador y Calificador de Tesis procedió a la votación, la que dio como resultado el siguiente calificativo: QUINCE (15).

CALIFICACION (x)

Aprobado(a) por Unanimidad.	<input checked="" type="checkbox"/>
Aprobado(a) por Mayoría.	<input type="checkbox"/>
Desaprobado(a) por Unanimidad.	<input type="checkbox"/>
Desaprobado(a) por Mayoría.	<input type="checkbox"/>

(x) Marcar con aspa.

Luego, el presidente del Jurado recomienda que la Escuela de Posgrado proponga que se le otorgue al **Bach. WILLIAM LUCIO HUANUCO LLACTAHUAMAN**, el Grado Académico de **MAESTRO(A) EN CIENCIAS ECONÓMICAS, MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL**. Siendo las.....7:40.....hrs. se levanta la sesión.

Se extiende el acta en la ciudad de Ayacucho, a las.....7:40.....hrs. del 26 de setiembre de 2025.

.....
Dr. OSCAR GUTIERREZ HUAMANI
Director(e) de la Escuela de Posgrado.

.....
Dr. EDGAR HUARANCCA AGUILAR
Director de la UPG-FCEAC

.....
Mtro. JORGE ALBERTO PRADO PALOMINO
Miembro.

.....
Mtro. SIXTO SUSANO PRETEL ESLAVA
Miembro.

.....
Dr. JOSE ALARCON GUERRERO
Secretario Docente.

Observaciones:

.....
.....