



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

"PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACION DE ROSAS PARA LAS MYPES EN EL DISTRITO DE BAÑOS DEL INCA DE LA PROVINCIA DE CAJAMARCA, EN EL AÑO 2020"

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autora:

Rosario Mercedely Valqui Alcalde

Asesor:

Mg. Christiaan Michael Romero Zegarra
<https://orcid.org/0000-0002-1608-1787>

Cajamarca – Perú
2022

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	James Gamarra Banda	46860481
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Paulo Cáceres Iglesias	41412453
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Luis Felipe Velasco Luza	07871693
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

A mi padre que está en el cielo, ya que siempre fue mi gran ejemplo para perseverar, luchar frente a las vicisitudes de la vida y demostrar que, con esfuerzo y dedicación, se puede lograr todo lo propuesto.

El autor.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco de manera infinita a Dios por prestarme vida y permitirme continuar realizando uno de mis sueños, como es la presentación de este trabajo de investigación.

En segundo lugar, agradezco a mis padres, por siempre haber sido mi gran apoyo y soporte, de manera incondicional, para lograr todas mis metas propuestas.

Finalmente, a la Universidad Privada del Norte por brindarme los conocimientos adquiridos y así poder formarme profesionalmente.

El autor.

Tabla de contenidos

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE DE TABLAS.....	6
ÍNDICE DE FIGURAS.....	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO II. MÉTODO.....	21
CAPÍTULO III. RESULTADOS	25
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	36
4.1. Discusión.....	36
4.2. Conclusiones.....	38
REFERENCIAS.....	40
ANEXOS	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variable Independiente “Procedimientos de exportación”.....	466
Tabla 2 V1 Dimensión 1: Demanda internacional.....	477
Tabla 3 V1 Dimensión 2: El precio	488
Tabla 4 V1 Dimensión 3: Estacionalidad del futuro.....	499
Tabla 5 V1 Dimensión 4: Decisión de inversión	50
Tabla 6 V1 Dimensión 4: Consumo del producto.....	511
Tabla 7 Variable Dependiente “Mypes del distrito de Baños del Inca”	522
Tabla 8 V2 Dimensión 1: Nivel del conocimiento.....	533
Tabla 9 V2 Dimensión 2: Procedimientos aplicados	544
Tabla 10 Cálculo de la prueba de hipótesis utilizando el método de Chi-Cuadrado	566
Tabla 11 Resultado de la prueba de la hipótesis	566
Tabla 12 Valores del Alfa de Cronbach.....	588
Tabla 13 Alfa de Cronbach para V1	588
Tabla 14 Alfa de Cronbach para V2.....	599

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Gráfico de la Variable Independiente “Procedimientos de exportación”.....	466
Figura 2	Gráfico de la V1 Dimensión 1: Demanda internacional.....	477
Figura 3	Gráfico de la V1 Dimensión 2: El precio.....	488
Figura 4	Gráfico de la V1 Dimensión 3: Estacionalidad del futuro.....	499
Figura 5	Gráfico de la V1 Dimensión 4: Decisión de inversión.....	50
Figura 6	V1 Dimensión 5: Consumo del producto.....	511
Figura 7	Gráfico de la Variable Dependiente “Mypes del distrito de Baños del Inca”.....	522
Figura 8	Gráfico de la V2 Dimensión 1: Nivel del conocimiento.....	533
Figura 9	V2 Dimensión 2: Procedimientos aplicados.....	544

RESUMEN

La presente investigación se realizó con la finalidad de determinar la importancia de adquirir el conocimiento necesario sobre los procedimientos de exportación de rosas, por las Mypes en el Distrito de Baños del Inca de la provincia de Cajamarca, para esto, fue necesario realizar un análisis sobre la situación actual de las empresas en estudio, en relación a la exportación de su producto a través de la aplicación de una encuesta, realizada con el instrumento de recolección de datos de cuestionario con escala Likert para luego dar a conocer cuáles son los procedimientos de exportación que toda empresa debe de realizar en caso pretenda internacionalizarse. Se determinó también que cuando una empresa desea exportar un producto, esta lo debe de realizar cumpliendo todas las etapas que se necesita para dicho proceso y así desarrollar todas sus actividades de exportación de la mejor manera. Se concluye que la importancia de que una empresa exporte radica principalmente en la obtención de diversos beneficios en cuanto a la rentabilidad y posicionamiento dentro del mercado local e internacional de una empresa.

Palabras clave: Exportación, Mypes, Aduanas, Comercialización, políticas de exportación.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, muchas empresas a nivel global son conformistas, pues nacieron y se mantienen durante años como tal, en muchos casos tienen miedo de enfrentar nuevos retos, de arriesgar, así pues, se conforman con lo ya logrado y no se arriesgan a comercializar sus productos en un mercado extranjero, logrando así que no sean competitivas a comparación de otras empresas que cada día se tornan más competitivas, generando cambios en la estructura empresarial y pasando de, una política conservadora a una agresiva lucha de sobrevivencia en un mercado exigente (Salazar, Morales, & Martínez, 2020).

Ken Allen, director general de DHL Express expresó que, "el comercio internacional genera un enorme valor para las PYMES, pues no sólo abre nuevos mercados para sus productos y servicios, sino que también les da acceso a las buenas prácticas e innovaciones internacionales. Lo que quizás sea más significativo es que la competencia internacional las obliga a mejorar sus propias operaciones y procesos internacionales, lo cual beneficia sus negocios tanto en su mercado doméstico como en el extranjero" (Allen, 2018).

El comercio exterior de América Latina y el Caribe tuvo en el 2020 uno de sus peores desempeños desde la crisis financiera mundial de 2008-2009 y sobre todo a causa de la crisis económica a causa de la pandemia global COVID-19. Es así que las exportaciones regionales disminuyeron en un 13%, mientras que las importaciones se redujeron en un 20% durante el año 2020. Es por ello que es necesario profundizar la integración para impulsar la recuperación regional de las empresas, ya que las cifras son muy preocupantes porque el comercio interregional es el más conducente a la diversificación productiva y la internacionalización de estas, especialmente las mypes y pymes (CEPAL, 2020).

Centrándonos en la realidad problemática identificada, en los últimos años, las exportaciones peruanas casi han sextuplicado su valor, llegando a representar el 26% del PBI, pero aun así se presenta un ligero estancamiento. Entonces, se puede decir que para hacer

sostenible el crecimiento exportador implica conocer el comportamiento de la empresa exportadora peruana con el objetivo de poder conocer las causas de su deficiente desempeño y poder contribuir con las mejores a bien de esta, además de conocer los diferentes programas de promoción de exportaciones que el estado peruano desarrolla (Malca & Rubio, 2017).

Asimismo, muchos de los microempresarios en la región Cajamarca no quieren asumir el riesgo de llevar su negocio a un mercado internacional, ya que desconocen los beneficios de una exportación, como es la disminución del costo de producción por unidad, el aumento en el volumen de ventas, además de cultivar nuevos conocimientos y experiencias. Ahora, existen empresas que desisten por no tener el financiamiento necesario, por ello que recurren a una entidad financiera, pero esta pone muchas trabas; por ejemplo, el brindar préstamos con tasas de interés muy elevadas, por lo cual las empresas consideran que es poco rentable. Cabe resaltar que, las Mypes en el distrito de Baños del Inca de la provincia de Cajamarca dedicadas al cultivo de rosas, sólo se desenvuelven en el mercado regional, pero se proyectan que en el futuro puedan llevar sus diferentes tipos de rosas hacia un mercado internacional con el fin de incrementar su rentabilidad.

En efecto, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es el impacto en las Mypes mediante la aplicación del conocimiento de los procedimientos de exportación de rosas, en el distrito de Baños del Inca de la provincia de Cajamarca? Lo que conduce, a la investigación, a dar respuesta a esta interrogante planteada y formular la siguiente hipótesis: La aplicación del conocimiento de los procedimientos de exportación de rosas impacta positivamente en las Mypes del distrito de Baños del Inca de la provincia de Cajamarca, aumentando de manera significativa sus ingresos y su rentabilidad.

Para validar la presente investigación, se presentan antecedentes internacionales, nacionales y regionales, los cuales se describen a continuación:

Se encontró la investigación titulada “Proyecto de exportación de rosas de invernadero

de Coatepec de harinas, Estado de México a San Petersburgo, Rusia para el año 2017” donde se tiene como objetivo principal lograr el posicionamiento de la empresa en estudio dentro del mercado internacional, mediante el desarrollo de la producción y venta de rosas de invernadero de acuerdo a las necesidades de los clientes. Es decir, el proyecto pretende que la empresa incursione en el mercado ruso con 25 paquetes de rosas de tallo largo, donde el tallo mide de 60 cm hasta 100 cm, ya que se tomó en cuenta que los clientes rusos prefieren las rosas con dichas medidas. Finalmente, se concluyó que el proyecto de investigación sí es viable, puesto que el mercado ruso cuenta con un nivel alto para la comercialización de rosas de tallo largo mexicanas y la empresa si cuenta con la capacidad de incursionar en el mercado extranjero (Velázquez, 2017).

La investigación titulada “Propuesta de un plan de exportación de chocolate con macadamia al mercado alemán” del autor Cobos (2019) tiene como propósito fundamental diseñar un plan de exportación, en el que se estudiará la factibilidad y rentabilidad de exportar chocolate, además, el plan se basa en diferenciación y posicionamiento del producto, para lo cual se aplicaron distintas estrategias como un estudio de mercado, estudio organizacional, estudio técnico y financiero. Concluyendo que la exportación de cacao hacia el mercado alemán es completamente factible y sobre todo es muy rentable, tal como se ha demostrado durante toda la investigación. Además, es mucho más fácil comercializarlo gracias a las nuevas tecnologías existentes.

El estudio realizado por Pardo (2020), titulado “Plan exportador para la empresa 121 café” pretende realizar un plan exportador de café hacia un destino específico, basado en el análisis de distintas variables del mercado, del producto y de sus competidores; con el propósito de definir una estrategia para ser más competitiva a la hora de comercializar su producto. Asimismo, se realizará un diagnóstico de las debilidades internas de la compañía y las oportunidades que surgen a raíz de la implementación de la propuesta de mejora.

Finalmente, se concluye que con el plan de exportación realizado para la empresa y basado en el planteamiento de tareas con su respectivo cronograma, se genera grandes beneficios como el crecimiento económico y así la compañía genera una ventaja competitiva sobre su competencia.

La tesis titulada “Plan de Exportación para la Comercialización de Café de Habas al Mercado Alemán” tiene como objetivo general determinar y analizar si la comercialización del producto en el mercado extranjero es factible y diseñar un plan de exportación que le facilite información clave a los empresarios, además de promover la exportación de sus productos. Por último, la conclusión más importante de esta investigación es que, si las empresas hacen uso de herramientas necesarias para exportar, cualquier empresario puede iniciar sus actividades en mercados extranjeros, obteniendo ventajas monetarias distintas y a corto plazo (Luna & Murillo, 2017).

Los autores Guerrero & Sánchez (2018) con su tesis “Plan de negocios para la exportación de prendas de vestir de algodón pima al mercado de Chile de la empresa Shamira S.A.C., Lambayeque 2016” tiene como finalidad diseñar una propuesta de exportación de prendas de vestir de algodón pima al mercado de Chile, utilizando herramientas necesarias y realizando un diagnóstico de la situación actual de la empresa sobre la producción de sus productos, además de analizar el cumplimiento de requerimientos, para garantizar un ingreso adecuado al mercado extranjero. Se obtuvo un Valor Actual Neto (VAN) de S/. 162,060.71 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 39%, por lo que se concluyó que el proyecto es factible por su nivel de rentabilidad.

Se encontró la investigación realizada por Tarrillo (2022) con el título “Exportación directa de quinua orgánica blanca con destino a Austria en la cooperativa agroecológica grano andino, Huamachuco 2019-2022”, donde se tiene como objetivo principal determinar de qué manera se realizará la exportación directa de quinua con destino a Austria, de igual manera, se

evaluó cómo realizar la exportación, permitiendo conocer el proceso y relevancia que se tuvo en su aplicación. Los resultados de la investigación sirvieron para evidenciar que el primer paso para la exportación es hacer un análisis del producto tanto en el país de origen como en el mercado objetivo, y así poder determinar precios que sean competitivos y atractivos para los compradores potenciales.

Por un lado, se encontró la investigación titulada “Factores claves para la exportación de arándano y los beneficios del Drawback en las Mypes de la región Lima 2019”, la cual tiene como objetivo principal evaluar la relación que existe entre todos los factores claves existentes para la exportación de arándanos y los beneficios que les genera a las Mypes, para ello, se aplicó el instrumento de recolección de datos de encuesta con 48 preguntas y gracias a la recopilación de datos necesarios e importantes, se pudo obtener como resultado que existe una relación positiva entre ambas variables de la investigación y que los empresarios de las Mypes de la ciudad de Lima pudieron identificar los factores claves, además de los procedimientos importantes para realizar la exportación de sus productos (Quiroz & Mendoza, 2019).

Por otra parte, la tesis titulada “Procesos de exportación y costos logísticos del área operativa de la empresa Crossing Borders BGA E.I.R.L.” se orienta a proponer una mejora sobre los procesos de exportación del área operativa para reducir los costos logísticos de la empresa en estudio, describiendo cada factor en las etapas del proceso de exportación que ayudan a reducir los costos en el área de logística de la empresa. Se concluye que la mejora en los procesos de exportación del área operativa ayuda a la reducción de costos y que esta afinidad presenta un nivel de asociación alto; en consecuencia, la empresa generaría la fidelización de los clientes y buscaría nuevos dónde viene generando actualmente (Alarcón, 2020).

Chávez (2018) en su investigación para obtener el título de Ingeniera en Comercio Exterior e Integración con el título “Factores financieros que limitan la exportación en micro

y pequeñas empresas en el parque industrial-Sector maderero CIIU 1629, Villa el Salvador-periodo 2017” tuvo como objetivo general explicar cómo los factores financieros limitan las exportaciones en las Mypes y se demostró que el factor que limita a toda microempresa es el financiero, ya que es una barrera grande para poder incursionar en el mercado extranjero. Además, se determinó que las Mypes toman decisiones negativas respecto a inversión en un mercado extranjero, pues carecen del conocimiento necesario en temas de expansión y financieros para mantenerse en dicho mercado, por lo que prefieren no arriesgar.

Ramirez (2017) en su tesis “Uso del Servicio Exporta Fácil y su efecto en la exportación de las Mypes de la Provincia de Trujillo, Periodo 2014-2016”, la cual tuvo como objetivo analizar el efecto del uso del Servicio Exporta Fácil en las exportaciones de las Mypes en la Provincia de Trujillo. Para ello, se realizó una investigación descriptiva no experimental y la población fue 27 Mypes que utilizan el servicio exporta fácil de la ciudad de Trujillo. Se demostró que, el uso de exporta fácil es muy beneficioso para las microempresas que se arriesgan por llevar su producto a un nuevo mercado, ya que es el mismo empresario el que realiza todos los tramites propios de la exportación.

La tesis “Procedimientos de exportación de hortalizas: Caso Ají Paprika producido en el caserío de Malcas del Valle de Condebamba - Cajabamba” de la autora Rojas (2014) para obtener el título profesional de Contador Público, la cual tiene como objetivo determinar la importancia de conocer los procedimientos de exportación del ají paprika e identificar los posibles mercados internacionales donde los agricultores de dicho producto pueden acceder. Se concluye que los procedimientos de exportación es una alternativa que trae beneficios a los productores de ají paprika que no solo están interesados en su crecimiento económico, sino que también en generar más fuente de empleo y divisas para una mejor calidad de vida.

Finalmente, se encontró el estudio “Estrategias de comercialización para la exportación directa de café al mercado de Estados Unidos, de la asociación de productores cafetaleros Alto

Pirias, Chirinos-Cajamarca, 2017-2022” donde se tiene una muestra no probabilística, ya que la recolección de datos se realizó mediante los instrumentos de recolección de datos como las entrevistas, cuestionario y análisis documental, con el fin de que después de analizar la situación actual de las empresas en estudio, se diseñe estrategias comerciales para la exportación directa de café. Finalmente, se concluye que el diseño de las estrategias comerciales les permitirá a los productores cafetaleros lograr una ventaja competitiva dentro del mercado internacional gracias a las exportaciones (Alvares, 2018).

De igual manera se describen las definiciones relacionadas al tema de la presente investigación, teniendo lo siguiente:

Se define como **exportación** a la comercialización de los bienes que se ofertan en el mercado en un territorio distinto al de Perú, y el proceso para entregar el producto vendido es lo que se conoce como exportación. Asimismo, es una actividad relevante, ya que se sabe que al incursionar en el mercado extranjero se puede garantizar la sustentabilidad de la empresa en marcha, debido a la globalización, esto origina en las empresas el querer adaptar tecnologías de vanguardia para estar a la altura competitiva del mercado extranjero (Montes de Oca, 2019).

La **exportación directa** es aquella en la que el ofertante dirige la exportación, de principio a fin, da seguimiento con el objetivo de que el bien llegue a su destino en perfectas condiciones, además es el exportador el que busca y capta al cliente, teniendo un canal directo de comunicación con el cliente (Gedesco, 2019).

En la **exportación indirecta** se utiliza intermediarios de ventas, es decir un tipo agente de ventas, ellos se llevan una comisión por cada venta concretizada, este tipo de exportación da la ventaja de poder exportar a bajos costos ya que es el intermediario quien capta al cliente y lo convence de trabajar con nosotros, sin embargo lo negativo de ello es que el exportador no tiene control del destino del bien, lo que impide mejorar respecto a la

atención al cliente que es un punto muy importante (Gedesco, 2019).

Como lo indica el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, los **acuerdos comerciales** “Son instrumentos legales que recogen los acuerdos logrados entre dos o más países. Productos peruanos ingresarán libres de aranceles y se facilitará la adquisición de tecnología de punta, son algunos de los beneficios que nos traerán estos acuerdos”. Además, como sabemos, es un acuerdo entre por lo menos dos países, de manera perenne con el objeto de obtener beneficios arancelarios al comercio de bienes y servicios, así como mejorar el manejo de los negocios en el mercado extranjero, hacen que el incursionar en un nuevo mercado sea más fácil y con menos barreras (Ministerio de Economía y Finanzas, 2018).

Enrique (2017) define a la **Declaración Aduanera de Mercancías**, en adelante DAM, como aquel documento que ayuda a informar lo que se está exportando, nos dice que es un documento esencial para el transporte del o los bienes, sin un correcto llenado de la misma la mercancía no podrá ingresar a la aduana de destino. Es mediante la DAM, que se puede exportar a través del agente de las aduanas, declarando de forma clara la mercancía y destinarla según el régimen correspondiente.

SUNAT (2020) define a la **Declaración Simplificada (DSE)** como aquella utilizada para realizar Despachos Simplificados de exportación, utilizada para las mercancías destinadas al régimen de exportación definitiva que por su valor no tengan fines comerciales o si los tuvieran su valor FOB no exceda de USD 5,000, salida de equipaje y menaje, muestras sin valor comercial, obsequios, tráfico fronterizo y donaciones. Para la presentación de este documento no se requerirá un agente de aduanas. Se puede realizar además utilizando medios electrónicos Web de Exportación. El Despacho Web se solicita a través del Portal Web de la SUNAT, utilizando la clave de operaciones en línea, mediante el formato denominado Declaración Simplificada Web.

El origen de los **contratos compra-venta internacional** se remonta al preciso instante cuando compradores y vendedores deciden formalizar sus relaciones comerciales, esto es un tema muy visto cuyo estudio implica revisar aspectos como la “Lex Mercatoria” y los diferentes sistemas legales. De acuerdo al 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” (Gonzales, 2018).

Ángela María de Toro Martín, menciona que “La rosa es una de las flores más populares y conocidas del mundo y pertenece a la familia de las Rosáceas. Aunque la planta se denomina como rosal, el nombre común a todas las flores de esta familia, pues hay alrededor de unas 30 mil variedades, es de rosa. Además, desde la antigüedad esta flor tiene usos medicinales” (De Toro, 2019), es por ello que es muy demandada en el extranjero, son populares también por el color que presentan; ya que pueden generar sentimientos de amor, tristeza, culpa, pena, felicidad, admiración, entre otros.

De igual manera se describen las definiciones relacionadas a las variables investigación con sus respectivas dimensiones, teniendo lo siguiente:

La variable independiente “**Procedimientos de exportación**” de un producto son pasos que se tienen que seguir de manera cautelosa para que la empresa interesada en exportar su producto lo realice de manera adecuada, es así que lo primero que se debe de realizar es un estudio de mercado para saber si el mercado al que se va a incursionar es factible, el perfil del producto debe ser el adecuado para poder satisfacer las necesidades de los clientes, se debe de promocionar al producto ofertado en el mercado identificado utilizando diversas herramientas de difusión internacional y por último, se debe de tener una comunicación constante con el cliente a través de todos los medios posibles (PROMPERÚ, 2017)

La **demanda internacional** se define como la cantidad y calidad de productos o

servicios que se producen en un país y que pueden ser adquiridos por parte de los clientes a los diferentes precios del mercado consumidor en un mercado extranjero a través de las exportaciones y esta puede ser un factor determinante para el crecimiento de una economía (Roldán, 2022).

El precio se define como la cantidad necesaria por el cual se puede adquirir un bien, un servicio o un objetivo. Para que se produzca una transacción, el precio tiene que ser aceptado por ambas partes, o sea por los compradores y vendedores, es por ello que el precio es un indicador del equilibrio cuando se realiza una compra o se vende un producto o servicio (Sevilla, 2022).

Se define como **estacionalidad del futuro** como la repetición de determinadas variaciones en alguna variable que se da cada cierto tiempo o periodo, normalmente este se puede ser igual o menor a un año. En el caso de periodos más amplios se suelen hablar de ciclos, aunque las variaciones cíclicas no son tan frecuentes como las estacionales (Banco BBVA, 2017).

La Universidad ESAN (2019) menciona que para la **decisión de inversión** se considera el perfil de riesgo del inversor decidiendo si valdría la pena o no invertir en algún proyecto y dicha inversión está destinada a la realización de gastos y producción de costos para que en un futuro se pueda obtener beneficios y esperar un retorno.

El **consumo del producto** se define como una necesidad de los individuos para consumir un bien en específico, el cual el propio ser humano ha ido transformándolo y es su mejor mercancía que tiene para poder participar dentro de un mercado y venderlo del mejor modo posible para tratar de alcanzar el mejor precio en el mercado de acuerdo al nivel de consumo de los clientes (Lara, 2019).

La variable dependiente “**Mypes del distrito de Baños del Inca**” está definida como la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier

forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios” (Diario El Comercio, 2020).

El **nivel del conocimiento** se describe como el conocimiento que posee una empresa, lo cual puede convertirse en una fuente de ventaja competitiva sobre otras mediante el despliegue de una efectiva estrategia de gestión del conocimiento, que permita la creación de estrategias innovadoras para generar un bien/servicio y sistemas de gestión que logren optimizar los recursos y capacidades de una empresa (Nagles, 2017).

Se define como **procedimientos aplicados** a los métodos a seguir para llevar a cabo cualquier tarea, lo cual con los resultados se puede obtener lineamientos necesarios para conocer si existe cualquier tipo de problemas y poder dar recomendaciones necesarias si es que así lo amerita, y lo cual deben de estar supervisados por un auditor y su equipo durante todo el proceso (Valderrama, Rivera, & Valecillos, 2018).

Entonces, de acuerdo a lo mencionado anteriormente se puede decir que el objetivo principal de la presente investigación vendría a ser el siguiente: Describir los procedimientos para la exportación de rosas para las Mypes en el distrito de Baños del Inca de la provincia de Cajamarca, en el año 2020. Consecuentemente, se establecen también los objetivos específicos de la investigación que son los siguientes: (1) Describir el estado actual de los procedimientos de exportación de rosas en las Mypes del distrito de Baños del Inca y (2) Elaborar los procedimientos de exportación de rosas en las Mypes del distrito de Baños del Inca.

A modo de justificación, se puede decir que la presente investigación es de carácter aplicativo, es decir las conclusiones y recomendaciones permitirán que las Mypes puedan aplicar el conocimiento que se les brindará sobre los procedimientos de exportación de rosas en el distrito de Baños del Inca, logrando de esta manera que pierdan ese temor que

existe de arriesgar en nuevos mercados, se les dará las pautas necesarias para poder involucrarse en un nuevo mercado. Además, la investigación es de carácter descriptivo, pues al final de la investigación se podrá discernir la importancia de contar con la información necesaria respecto a los procedimientos de exportación, ayudando a cambiar la perspectiva de los empresarios e influenciando en posibles desarrollos económicos.

CAPÍTULO II. MÉTODO

La presente investigación es de carácter descriptivo, ya que se describe los procedimientos necesarios para la exportación de rosas. Se da las orientaciones necesarias para que los productores puedan incursionar en la exportación, apostando por un nuevo mercado, el extranjero, con un diseño no experimental, ya que un diseño no experimental es aquel que se utiliza en investigaciones donde no se manipulan las variables de forma liberada, o sea que no se hace variar las variables independientes de forma intencional para ver el efecto que tiene en las variables dependiente (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). De igual manera, los diseños no experimentales no tienen el control sobre las variables independientes y tampoco conforma a los grupos de estudio, ya que, para este tipo de estudios, la variable independiente ya ocurrió antes de que el investigador lo estudie (Briones, 2002).

Asimismo, la investigación presenta un corte transversal, puesto que este tipo de estudios dan información sobre la relación que existe entre las variables en un mismo grupo de estudios y solo se considera una independiente y a otra dependiente de ella (Donis, 2013), presentando también un enfoque cuantitativo, puesto que este tipo de investigaciones se caracteriza principalmente porque utiliza técnicas cuantitativas para poder medir las unidades de análisis como el muestreo y el tratamiento estadístico. Es por ello que en las investigaciones cuantitativas se utiliza técnicas de recolección y procesamiento de datos con el fin de poder responder a la pregunta de investigación, además de probar la hipótesis que se formulan y poder confiar en la medición de las variables e instrumentos del estudio (Ñaupas, Valdivia, Palacios, & Romero, 2018).

La unidad de análisis de la presente investigación corresponde a las empresas del distrito de Baños del Inca, teniendo como población a todas las Mypes de dicho distrito, siendo estas empresas la unidad de estudio como consecuencia se haber ubicado a la

población. Entonces, la muestra del presente estudio vendría a ser todas las Mypes ubicadas en el distrito de Baños del Inca dedicadas a la producción y comercialización de rosas, siendo un total de siete Mypes dedicadas a dicho rubro.

Para la presente investigación también fue necesario utilizar métodos cuantitativos y técnicas de recolección de datos para poder obtener información necesaria sobre el estado actual de los procedimientos de exportación de las Mypes del distrito de Baños del Inca, siendo: la encuesta que se realizó a cada uno de los productores de rosas mediante el instrumento de recolección de datos de cuestionario (Ver anexo 1) y la técnica de análisis documental, utilizando como instrumento la ficha de guía de análisis (Ver anexo 3) para recopilar información de fuentes confiables de internet y así poder elaborar el informe de la investigación. También fue necesario realizar la contrastación de hipótesis (Ver anexo 4), así como medir la confiabilidad del instrumento a través del método del Alfa de Cronbach, cuyo resultado para la variable independiente es de 0.752 y para la variable dependiente es de 0.784, reflejando que el instrumento tiene un valor significativo porque en ambos casos los valores obtenidos se aproximan a la unidad (Ver anexo 5) y en el Anexo 6 y Anexo 7 se muestran los documentos de validación.

Los procedimientos de recolección de datos consisten en la realización de una encuesta dirigida hacia los productores de rosas de las Pymes ubicadas en el distrito Baños del Inca de la provincia de Cajamarca con la finalidad de recolectar información referente al tema de la presente investigación, para lo cual fue necesario la aplicación del instrumento de recolección de datos de cuestionario de manera personal a cada uno de los productores de rosas, asimismo fue necesario la utilización de lapiceros con los que se pudieron llenar las encuestas y así tener un referente sobre la exportación de rosas y lograr una interrelación con los empresarios de manera adecuada.

Además, fue necesario utilizar la herramienta Microsoft Excel para el

procesamiento de los datos obtenidos, con la finalidad de lograr una mejor comprensión de la información a través de tablas y gráficos estadísticos, para lo cual, fue necesario adecuar la encuesta realizada a la escala de Likert y así tener una escala valorativa de los resultados, que consistió en cinco niveles a los cuales se les asignó sus valores correspondientes. Cabe resaltar que este proceso solo se realizó para poder llevar a cabo el análisis de las dimensiones de la variable dependiente e independiente. Asimismo, fue necesario utilizar el método del coeficiente Alfa de Cronbach, donde se identificaron los posibles valores que se pudiesen obtener según los resultados de la información procesada con sus posibles criterios de interpretación para ambas variables del estudio.

Para el análisis documental se procedió a recolectar información suficiente y necesaria de páginas web confiables como repositorios institucionales, así como también de bases de datos, para lo cual se utilizó la herramienta Microsoft Word como procesador de datos, con el propósito de poder complementar la presente investigación y de esta manera tener una noción más clara de lo que se está realizando.

El análisis de datos permitió obtener información pertinente sobre los procedimientos de exportación de rosas de las Mypes del distrito de Baños del Inca de acuerdo a las variables estudiadas en la presente investigación, se procedió a aplicar los instrumentos de recolección de datos para saber cómo era la situación actual de las Mypes en estudio, para luego ser procesadas a través de la herramienta Microsoft Excel, arrojando así un resultado que sirvió para poder elaborar los procedimientos de exportación para las empresas en estudio.

Con respecto a los aspectos éticos, para la elaboración de la presente investigación se aplicó todos los conocimientos adquiridos durante todos los años de estudios haciendo uso de información extraída de bases páginas web confiables como repositorios institucionales y bases de datos reconocidas por su calidad de contenido, así como también,

cabe precisar que el contenido de la presente investigación es netamente original y elaborado por el autor, por lo que se rechaza rotundamente cualquier incidente de plagio.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Para conocer la situación actual de las Mypes dedicadas a la exportación de rosas en el distrito de los Baños del Inca, Provincia de Cajamarca se realizó una encuesta (Ver anexo 2) que estuvo constituida por una serie de afirmaciones para ambas variables, teniendo así 24 afirmaciones para la variable independiente y 12 para la variable dependiente. Todos los datos obtenidos de dicha encuesta fueron trabajados mediante la Escala de Likert, lo cual sirvió para asegurar que el resultado sea más confiable.

A continuación, se dan a conocer los resultados de dicha encuesta en base a los objetivos de la investigación:

Objetivo general: Describir los procedimientos de exportación de rosas para las Mypes en el distrito de Baños del Inca de la provincia de Cajamarca: Para poder cumplir con el objetivo general fue necesario analizar la variable independiente “Procedimiento de Exportación” a través del cuestionario con escala Likert aplicado a los empresarios de las Mypes del distrito de Baños del Inca y determinar cuál es la situación actual con respecto a ese tema, cuyos resultados (Ver Tabla 1, Anexo 2) son los siguientes:

El 29% de los empresarios encuestados, están totalmente de acuerdo que sus productos ofrecidos al mercado, en este caso las rosas, están en las condiciones adecuadas para ser exportadas, además de que esta operación les generará más ganancias; de igual manera, consideran que sí están en condiciones para exportar sus productos y para ello, sería necesario adquirir financiamiento externo, el 22% está de acuerdo, el 21% se muestra indiferente, el otro 21% de los encuestados en desacuerdo y solo el siete por ciento están totalmente en desacuerdo de que su producto debe de exportarse.

Objetivo específico N°1: Describir el estado actual de los procedimientos de exportación de rosas para las Mypes en el distrito de Baños del Inca de la provincia de Cajamarca, en el año 2020: Para cumplir dicho objetivo, fue necesario analizar cada dimensión de la variable

procesos de exportación mediante la aplicación de una encuesta, cuyo resultado se presenta a continuación:

Dimensión “Demanda Internacional”: de acuerdo a los resultados de la dimensión (Ver Tabla 2, Anexo 2) se puede decir que el 32% de los empresarios encuestados dedicados a la producción de rosas están totalmente de acuerdo con que la demanda internacional juega un papel muy importante para tomar decisiones sobre la exportación de su producto, el 39% están de acuerdo, el 18% se muestra indiferente, el siete por ciento está en desacuerdo y solo el cuatro por ciento está totalmente en desacuerdo con las afirmaciones planteadas en la encuesta sobre la dimensión “Demanda Internacional”.

Dimensión “El precio”: según los resultados de la dimensión (Ver Tabla 3 de Anexo 2), se puede decir que el 25% de los empresarios encuestados dedicados a la producción de rosas están totalmente de acuerdo con que para la exportación de rosas se debe fijar el precio de acuerdo a los competidores y la calidad de las rosas, el 25% están de acuerdo, el 29% se muestra indiferente, el 18% en desacuerdo y solo el tres por ciento está totalmente en desacuerdo con las afirmaciones planteadas en la encuesta sobre la dimensión “El precio”.

Dimensión “Estacionalidad del futuro”: de acuerdo a los resultados de la dimensión (Ver Tabla 4 de Anexo 2), se puede decir que el 25% de los empresarios encuestados dedicados a la producción de rosas están totalmente de acuerdo con que la estacionalidad es un factor importante y posee ventajas competitivas para la exportación de rosas, el 43% están de acuerdo, el 29% se muestra indiferente, el tres por ciento está en desacuerdo y no hay ningún encuestado que está totalmente en desacuerdo con las afirmaciones planteadas en la encuesta sobre la dimensión “Estacionalidad del futuro”.

Dimensión “Decisión de inversión” de acuerdo a los resultados de la dimensión (Ver Tabla 5 de Anexo 2), se puede decir que el 25% de los empresarios encuestados dedicados a la producción de rosas están totalmente de acuerdo con que es importante es importante invertir

en la exportación de sus productos ofrecidos, el 32% están de acuerdo, el 36% se muestra indiferente, el siete por ciento está en desacuerdo y no hay ningún encuestado que está totalmente en desacuerdo con las afirmaciones planteadas en la encuesta sobre la dimensión “Decisión de inversión”.

Dimensión “Consumo del producto”: de acuerdo a los resultados de la dimensión (Ver Tabla 6 de Anexo 2), se puede decir que el 43% de los empresarios encuestados dedicados a la producción de rosas están totalmente de acuerdo con que el consumo del producto es un factor importante que se tiene que analizar antes de exportarlo, el 43% están de acuerdo, el 14% se muestra indiferente y no hay ningún encuestado que está en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con las afirmaciones planteadas en la encuesta sobre la dimensión “Consumo del producto”.

De igual manera, se da a conocer cuáles son los procesos de exportación que las Mypes del Distrito de Baños del Inca deben de realizar para poder exportar las rosas que producen y así obtener diversos beneficios en cuanto a su rentabilidad y posicionamiento dentro del mercado local e internacional. Es así que a continuación se presenta el Objetivo Específico N°2 de la investigación:

Objetivo Específico N°2: Elaborar los procedimientos de exportación de rosas en las Mypes del Distrito de Baños del Inca. Para cumplir con el objetivo específico, se elaboró un diagrama de flujo de los procedimientos de exportación de rosas para las Mypes del distrito de Baños del Inca (Ver Anexo 8), así como los costos asociados a dicha actividad (Ver Anexo 9) y a continuación se explican los pasos a seguir de manera más detallada:

Los procedimientos de exportación se ejecutan en una empresa, para que esta pueda ofrecer su producto a otros mercados con más rango como son los internacionales, con la finalidad de obtener más ganancias o más rentabilidad; por lo que es necesario que se fije precios y se envíe muestras y cotizaciones a los clientes extranjeros, así como también los diferentes mecanismos

para promocionar el producto que se va a exportar.

Entonces, si las Mypes del Distrito de Baños del Inca, Provincia de Cajamarca desean exportar su producto, en este caso las rosas, lo que pueden hacer los encargados de esta operación es contactarse directamente con el comprador por correo electrónico o fax, haciéndole llegar las muestras de la variedad de rosas junto con los precios, el precio de transporte, la validez de la oferta, la factura donde se tiene que detallar el precio y la forma de pago.

Es así, que una Mype del Distrito de los Baños del Inca, Provincia de Cajamarca que desea exportar sus productos, tiene que realizar la planeación de lo que va a exportar para que sepa lo que tiene que hacer y este proceso lo realice de la mejor manera. Por ello, es conveniente que tenga en cuenta lo siguiente: Seleccionar de forma adecuada todos los productos que van a ser exportados, en caso se requiera; deberá realizar modificaciones al producto de acuerdo a los requerimientos de los clientes en el mercado internacional, se debe estudiar y seleccionar detenidamente los países a los cuales se va a exportar el producto, después de seleccionar los países a los que se va a exportar los productos, es necesario que se estudie detenidamente a todos los clientes para verificar que perfil tienen y cuáles son sus requerimientos, se debe de analizar con qué tipo de exportación va a trabajar la Mype, ya sea directa o indirecta; la empresa debe de elegir los canales de distribución más conveniente y el que más se adapta para que sus productos lleguen en buen estado al mercado internacional y sin ningún inconveniente.

Asimismo, se debe de estudiar las particularidades de cada mercado objetivo como el nivel de competencia de cada uno de ellos, las culturas que presentan, las barreras de importación, entre otros y decidir cómo superarlos, se debe de fijar el precio del producto a exportar de acuerdo al país destino, se debe de definir las etapas operativas que se emprenderán como el análisis de mercados o participaciones en ferias, entre otros. Se debe también analizar el tiempo que transcurrido en realizar el plan de exportación y definir en qué tiempo se obtendrá resultados, la empresa debe de estudiar y fijar a lo recursos humanos que le serán útil para llevar a cabo el

proceso de exportación, por ejemplo se debe definir a los responsables del antes, durante y después de la exportación y después de obtener los resultados esperados, la empresa debe de seguir innovando su producto de acuerdo a los requerimientos del cliente extranjero.

Para que una empresa pueda exportar su producto y pueda competir en el exterior tiene que tener una capacidad de producción eficiente y debe de tener los recursos necesarios para que así pueda abastecer con sus productos al mercado internacional y poder cubrir la demanda necesaria.

Además, las Mypes del distrito de Baños del Inca, Provincia de Cajamarca que desean exportar sus productos, estos tienen que ser de buena calidad y estar en condiciones óptimas como para que el cliente se interese por ellos y los compren, en el caso de las rosas, estas tienen una calidad media y cumplen con ciertos estándares que son exigidos en los mercados internacionales, asimismo, los precios tienen que ser muy competitivos.

Es necesario también, acceder a fuentes de información necesarias y suficientes para que las Mypes tengan conocimiento sobre la realidad de un mercado internacional y sus necesidad de los clientes relacionadas al producto ofrecido, en este caso a las rosas que se pretende exportar, es por ello que lo más conveniente sería que se utilice fuentes de información primarias con el fin de que se recolecte datos de primera instancia basados en entrevistas o encuestas y fuentes de información secundarias como puede ser institucionales.

Asimismo, para que la exportación de un producto se pueda desarrollar de manera exitosa, es necesario que el producto a exportarse como las rosas cuenten con una descripción clara de sus características principales y sobre todo con los estándares de calidad, así como también el código de barras internacional, entre otras características requeridas por el país importados.

A continuación, se presentan los procedimientos que deben de seguir las Mypes del Distrito de Baños del Inca para poder exportar las rosas que ellos mismos cultivan:

Los tramites que se debe realizar para la exportación para que cualquiera de las Mypes

situadas en el Distrito de Baños del Inca puedan exportar son: primeramente debe de realizar algunos trámites para que esto sea posible, es por ello que lo primero que deben de hacer es obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) ya sea como personas naturales o jurídicas, esto con el propósito de que la empresa tenga con que identificarse, luego se declara que va a realizar la exportación de su producto y que va a tener actividad comercial fuera del país, para que de esta manera pueda acceder a los demás requisitos administrativos que toda empresa requiere para que pueda exportar un determinado producto.

Para que una empresa empiece a exportar es necesario que se realice **la inscripción de la empresa como exportadora de productos**, para ello, es necesario que la Mype solicite el código correspondiente para que pueda realizar las exportaciones. Dicho código se lo puede solicitar a través de la ventanilla única para exportaciones, donde el empresario debe de proporcionar la solicitud para código de exportador, adjuntado junto a ese documento otro tipo de documentación como la fotocopia del Documento Nacional de Identidad (DNI) del representante legal de la empresa que desea exportar sus productos, la fotocopia del nombramiento del representante legal inscrito en Registros Públicos, además es necesario la fotocopia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) y el sello de la empresa, el cual debe de contener información como el nombre, la dirección y los números de teléfonos.

En caso de que el trámite haya sido completado de forma adecuada y satisfactoriamente, se proporcionara a la empresa el código exportador, código que será utilizado para que una Mype del Distrito de los Baños del Inca pueda solicitar y obtener permisos para poder exportar las rosas que ofrece a sus clientes.

Luego de que la empresa esté inscrita, se procede a la **selección del producto que se va a exportar**, ya que para que una Mype del Distrito de Baños del Inca logre ingresar a un mercado internacional a través de la exportación de su producto, como son las rosas, es necesario que tenga en cuenta el costo en que va a incurrir en realizar esta operación, verificar si su producto

cuenta con los estándares de calidad que requiere el mercado internacional, la cantidad de producto que se va a exportar y la continuidad, o sea se tiene que analizar cuanto tiempo la empresa va a realizar sus operaciones de exportación y cuando va a decidir dejar de realizar dicha operación.

Es importante también realizar el **análisis e identificación del mercado objetivo**, donde la empresa a exportar debe de realizar un estudio de mercado para conocer mejor a su cliente objetivo y de acuerdo a eso poder elegir a que mercado desea enviar su producto, teniendo en cuenta principalmente los mecanismos reguladores de cada país con los productos que ofrecen las empresas extranjeras, la estabilidad económica de cada país para analizar si el producto va a ser altamente demandado, el tratamiento preferencial arancelario y los canales de distribución por los cuales el producto que ofrece la empresa pueda llegar al consumidor final.

Asimismo, se debe de tener en cuenta y analizar a cada uno de los competidores potenciales dedicados al mismo rubro que se dedica la empresa a exportar, así como también, los gustos y preferencias de sus consumidores, logrando así, estudiar detenidamente los requisitos que debe de tener el producto a exportar para poder satisfacer a los clientes sin ningún problema. Es así que, una vez identificados los clientes potenciales, es muy importante que la empresa realice una base de datos con los nombres, direcciones y emails de cada consumidor, esto como una estrategia para que más adelante cuando se exporte las mercancías se tenga la relación de clientes y empezar a ofrecer los productos a cada uno de ellos.

Para este paso, también es necesario que la empresa ponga énfasis en su trabajo y se dedique de lleno a perfeccionar el producto que pretende exportar, así como también a la capacidad productiva, prestigio y relación comercial, entre otros; esto con la finalidad de que el cliente potencial del exterior muestre interés en los productos y pueda comprarlos.

Se debe de realizar también las **cotizaciones** de exportación, para lo cual interviene el cliente potencial de la empresa exportadora, es por eso que es una etapa muy importante en las

exportaciones, ya que para que esta etapa se realice, la empresa debe de contar con una moderada o amplia experiencia en el mercado internacional y para esto, intervienen todos los procesos de transformación del producto, el empaque, la marca, embarcarlo y asegurarlo y tramitar su salida al exterior, evitando dejar espacio en dichas etapas para evitar costos innecesarios, asimismo, se deben de fijar los beneficios que se obtendrá al exportar el producto y la fecha de entrega al cliente potencial o consumidor final.

Además es importante que la persona encargada de todo el proceso de exportación en una empresa se prepare con antelación para que pueda realizarlos con extrema vigilancia y pueda tomar en cuenta las siguientes interrogantes: ¿El empaque de exportación le paga la empresa?, ¿La empresa puede conceder descuentos comerciales?, ¿El pago de exportación incluye la comisión para los agentes aduaneros?, ¿Existen multas si es que se incumple con algún requisito al momento de exportar un producto?, ¿Las aduanas permiten exportar los productos de forma parcial?, ¿Cuáles son los INCOTERMS más idóneos para el tipo de exportación que se está realizando?, En caso de que surja algún inconveniente, ¿Se permiten transbordos?, ¿Se puede trabajar con cualquier empresa de exportación para exportar mi producto hacia el mercado internacional?, Si el flete fuera pre-pagado o al cobro, ¿Se cobra una cantidad determinada de intereses en caso si el pago fuera a plazos?, ¿Con que banco se puede trabajar para poder hacer efectivo el pago? y ¿Cómo es la condición de los pagos y cuál es la mejor?.

Para las **condiciones de venta**, la empresa exportadora debe de detallar las condiciones de venta de su producto teniendo en cuenta el tipo de ICOTERMS con el que está trabajando y para la formulación de la cotización se debe de tener en cuenta lo siguiente: Los precios que se deben de colocar al producto exportado deben de estar de acuerdo a la oferta y demanda del mercado internacional en el que se está comercializando dichos productos, los precios pueden variar de acuerdo al volumen de compras del producto exportado, para vender el producto, la empresa exportadora debe de tener en cuenta que los precios sean negociables y se adapten a las

necesidades de los consumidores finales y hay que tener en cuenta que hay empresas que generan un contrato a largo plazo con el proveedor, y si este fuera el caso, a empresa se vería en la obligación de atender sus necesidades con pedidos por un largo periodo.

Siguiendo con los procesos de exportación, es necesario que cuando el cliente potencial decida el abastecimiento de los productos de la empresa exportadora, este tendrá que realizar una **orden de compra** especificando las características del pedido y enviársela a la empresa para que esta pueda prepararse con antelación y así satisfacer sus necesidades. Para esto, la empresa exportadora debe de cumplir al mínimo detalle con todo lo que el cliente requiere, a fin de brindarle un servicio de calidad y así poder fidelizarle.

Se realiza también un contrato compra-venta, el cual se lleva a cabo cuando el cliente potencial necesita el abastecimiento de cualquier producto que brinde la empresa exportadora, entonces este hace llegar una orden de compra y en ese preciso momento cuando se recibe dicha orden se procede a realizar el contrato de compra y venta internacional, para esto, es necesario que se establezcan los términos de la compra y las cláusulas.

Para realizar una exportación, es necesario que la empresa que pretende exportar sus productos presente una serie de **documentos para exportación** para que el proceso se desarrolle de manera legal y sin ningún problema, como es el Certificado de origen que actualmente el importador lo solicita para verificar su procedencia de cada producto exportado y para saber de qué país viene la mercancía, así como también para saber si dicha mercancía tiene preferencias arancelarias y se puede hacer uso de las mismas. Asimismo, hay más documentación que se exige para una exportación, las cuales son los siguientes: Certificado de sanidad, Certificado de calidad, Orden de embarque, Factura comercial, Contrato del seguro internacional y la Declaración única de exportación (DUA).

Asimismo, se realiza también la **transmisión de datos** de manera virtual, ya que el exportador envía a través de la vía electrónica toda la información de la orden de embarque a la Aduana,

utilizando una clave electrónica que se le asignó al momento de realizar la solicitud. En caso de que la información enviada resulta ser conforme, entonces el SIGAD genera un número correspondiente, pero en caso que la información esté errónea, se debe de realizar de nuevo el proceso y efectuar las correcciones que existen. Una vez que se realizaron todas las correcciones nuevamente se generará un número y una vez obtenido el despachador de la Aduna imprimirá la orden de embarque para luego ser presentada en la zona primaria.

En caso de que no se pueda enviar la información de manera virtual, el cargado de la empresa que se encargara de realizar todas las operaciones deberá de presentar la Orden de Embarque ante el Área de Exportaciones para obtener una autorización especial de exportación y así la Aduana pueda reconocer de forma física todas las mercancías cuando a empresa pretenda exportar.

Después, se realiza el **ingreso físico de las mercancías**, donde en esta fase, la empresa exportadora podrá ingresar su mercancía de forma física con la orden de embarque que deberá de estar enumerada junto al certificado de calidad de los productos, el peso y el visado de la empresa responsable quien está realizando la exportación. Seguidamente, se realiza la **revisión de la mercancía** una vez que esta cuente con la orden de embarque y se presente todos los documentos correspondientes para realizar la exportación de cualquier producto y ya fueron recepcionados por Aduanas, los agentes aduaneros procederán a la revisión de toda la mercancía para verificar que lo que se está exportando es legal en su totalidad y si es necesario se realiza un reconocimiento físico de forma aleatoria de toda la mercancía.

Después que se procede a revisar los productos que se va a exportar se realiza también un **control de la mercancía** antes de que las mercancías sean embarcadas al exterior, se debe de cumplir con todos los protocolos de seguridad, constanding así, que todas las cajas donde se encuentra la mercancía tengan el sello correspondiente y que la mercancía se está embarcando dentro del plazo correspondiente de acuerdo a la fecha de enumeración de la orden de embarque.

Si por distintos motivos no se logra exportar la mercancía, el representante legal de la empresa exportadora deberá solicitar la anulación de la orden de embarque.

Una vez que la mercancía es embarcada, el agente de aduanas que se encarga de despachar dicha mercancía dispone de un tiempo de quince días hábiles para poder transmitir toda la información a la Intendencia de Aduana por vía electrónica y posteriormente se otorgara la conformidad y esta deberá ser impresa y ser presentada al despacho de Aduanas junto con cuatro copias y adjuntando la guía aérea, una segunda copia de la factura comercial, el aviso postal, la copia autentica del conocimiento del embarque y el comprobante de pago por seguridad de la mercancía o por horas extras. La documentación deberá ser decepcionada por el especialista de aduanas para la entrega de documentos y para que la mercancía pueda ingresar al país extranjero.

El siguiente paso de los procedimientos de exportación es **la cobranza**, donde se deberá de efectuar el pago correspondiente y el más adecuado para el exportador e importador, teniendo en cuenta que el pago más recomendable para el exportador es la Carta de Crédito.

Finalmente, después de realizar todos los pasos anteriores y teniendo el producto en un mercado internacional, la empresa exportadora deberá de hacer **seguimiento a todos los clientes potenciales** con el fin de medir la satisfacción y si su producto cumple con todas las especificaciones necesarias para que pueda satisfacer la demanda.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

Los resultados de la investigación muestran la descripción de los procedimientos de exportación que las Mypes del distrito de Baños del Inca necesitan para poder exportar su producto, en este caso las rosas, asimismo, con los resultados de la aplicación de la encuesta, se logró conocer la situación actual de dichos procedimientos en las empresas en estudio. Esto se contrasta con lo que señalan los autores Quiroz & Mendoza (2019) en los resultados de su estudio “Factores claves para la exportación de arándano y los beneficios del Drawback en las Mypes de la región Lima 2019”, ya que se establece que los procesos caves para la exportación de arándano tiene una relación positiva con los beneficios que genera conocer los procedimientos de exportación. En la misma línea, podemos mencionar lo afirmado por Alarcón (2020) donde menciona que los procesos de exportación influyen significativamente en la reducción de costos logísticos de una empresa, por lo que se llega a la conclusión de que, si cualquiera de las Mypes en estudio llega exportar utilizando los procedimientos planteados, va a poder reducir sus costos.

Además, podemos mencionar que los resultados encontrados en la presente investigación sobre la aplicación del conocimiento de los procedimientos de exportación de rosas, impacta positivamente en las Mypes del distrito de Baños de Inca de la provincia de Cajamarca, aumentando de manera significativa sus ingresos y su rentabilidad. Esto se contrasta con la investigación de Rojas (2014) donde menciona que los procedimientos de exportación es una alternativa que trae beneficios a los productores de ají paprika que no solo están interesados en su crecimiento económico, sino también en generar más fuente de empleo y divisas para una mejor calidad de vida. Además, menciona que, si se tiene conocimiento acerca de los dispositivos legales, tributarios y generales de exportación, los empresarios pueden evaluar la mejor alternativa para que puedan acogerse a cualquier tipo

de procedimientos para obtener mayores beneficios dentro de su empresa.

Ramírez (2017) en su investigación titulada “Uso del servicio Exporta Fácil y su efecto en la exportación de las Mypes de la provincia de Trujillo, Periodo 2014-2016” propone el uso de del servicio exporta fácil para que la empresa en estudio pueda exportar sus productos, ya que les permite a las empresas exportadoras simplificar el proceso de los trámites aduaneros. La presente investigación no está alineada al estudio de Ramírez (2017) puesto que no se propone a las Mypes el uso de algún tipo de servicio para exportar, sino que se da a conocer cuáles son los procedimientos que las empresas deben de realizar para llevar sus productos hacia un comercio internacional, teniendo en cuenta el diagnóstico actual de dichas empresas.

En la presente investigación, después de realizar un estudio de los procedimientos de exportación, se determinó que cuando una empresa desea exportar un producto, esta lo debe realizar cumpliendo con todas las etapas que se necesita para dicho proceso y así desarrollar las actividades de exportación de la mejor manera. Lo que se alinea al proyecto de investigación de Velásquez (2017), donde se realiza los procedimientos de exportación para las rosas que pretende exportar, mencionando todo lo relacionado a los dispositivos generales de exportación. Se puede decir también que la investigación no está alineada del todo a la investigación de los autores Luna & Murillo (2017), ya que no se propone herramientas o el uso de servicios de otras empresas para facilitar la exportación, sino que se deja a criterio de la empresa que estrategias o que servicios utilizar para que el proceso de exportación de sus productos se realice de manera efectiva.

4.2. Conclusiones

- Se logró describir los procedimientos de exportación de rosas por las Mypes en el Distrito de Baños del Inca de la provincia de Cajamarca, ya que después de describir los procedimientos de exportación se pudo concluir que la importancia de que una empresa exporte radica principalmente en la obtención de diversos beneficios en cuanto a la rentabilidad y posicionamiento dentro del mercado local e internacional de una empresa.
- Se logró describir el estado actual de todas las Mypes dedicadas a la comercialización de rosas en el distrito de Baños del Inca en base a las dimensiones de la investigación y a la aplicación de una encuesta, haciendo uso del instrumento de recolección de datos de cuestionario con escala Likert, donde se estudió una por una las variables y dimensiones de la investigación.
- Se logró estudiar todos los procedimientos que debe de seguir todo microempresario que incursione en la exportación de rosas en el distrito de Baños del Inca de la Provincia de Cajamarca, logrando describir paso a paso cada uno de las etapas que se debe realizar para que la exportación se pueda realizar de manera exitosa.
- Se describió cada factor influyente en la exportación de rosas con la finalidad de que las empresas que pretenden exportar sus productos puedan tener una noción más clara de cómo se realiza una exportación y cuáles son las etapas más importantes de esta.
- Se validaron todos los procedimientos con las Mypes del distrito de los Baños del Inca para poder verificar si las empresas en estudio cumplen con las condiciones

necesarias para empezar a exportar sus productos y si están de acuerdo con los protocolos que deben de cumplir para realizar dicha operación.

REFERENCIAS

- Alarcón, J. (2020). *Procesos de exportación y costos logísticos del área operativa de la empresa Crossing Borders BGA E.I.R.L.* Lima.
- Allen, K. (2 de Marzo de 2018). *connect americas*. Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/conoce-los-beneficios-de-exportar>
- Alvares, L. (2018). *Estrategias de comercialización para la exportación directa de café al mercado de Estados Unidos, de la asociación de productores cafetaleros Alto Pirias, Chirinos-Cajamarca, 2017-2022*. Cajamarca.
- Banco BBVA. (27 de Febrero de 2017). *¿Qué es y cómo nos afecta la estacionalidad?* Obtenido de <https://www.bbva.com/es/que-es-y-como-nos-afecta-la-estacionalidad/>
- Briones, G. (2002). *Metodología de la Investigación Cuantitativa en las ciencias sociales*. ARFO Editores.
- CEPAL. (2020). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/comercio-exterior-america-latina-caribe-exhibe-su-peor-desempeno-crisis-financiera>
- Chávez, S. (2018). *Factores financieros que limitan la exportación en micro y pequeñas empresas en el parque industrial-Sector maderero CIU 1629, Villa el Salvador-periodo 2017*. Lima.
- Cobos, C. (2019). *Propuesta de un plan de exportación de chocolate con macadamia al mercado Alemán*. Quito.
- De Toro, Á. M. (21 de Agosto de 2019). *Rosas: Tipos, características y cuidados*. Obtenido de <https://www.bekiahogar.com/articulos/rosa-tipos-caracteristicas-cuidados/>
- Diario El Comercio. (3 de Julio de 2020). *Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa*.
- Donis, J. (2013). Tipos de diseños de los estudios clínicos y epidemiológicos. *Redalyc*, 76-99.
- Enrique, R. (2017). *Declaración Aduanera de Mercancías*. Obtenido de <https://taemperuconsulting.com/declaracion-aduanera-de-mercancias-dam/>
- Gedesco. (2019). Obtenido de Exportar, tipos de exportaciones y funcionamiento: <https://www.gedesco.es/blog/tipos-exportaciones/>
- Gonzales, J. (2018). *Manual de documentos de exportación*.
- Guerrero, O., & Sánchez, J. (2018). *Plan de negocios para la exportación de prendas de vestir de algodón pima al mercado de Chile de la empresa Shamira S.A.C., Lambayeque 2016*. Pimentel.
- Guerrero, P., Hernández, D., & Díaz, L. (2012). Metodología para la fijación de precios mediante la utilización de la elasticidad preciodemanda. Caso tipo: repuestos del sector automotor. *Revista Apuntes del CENES*, 9-36.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill.
- Lara, J. (2019). Consumo y consumismo. Algunos elementos traza sobre estudiantes universitarios en

México. *Nómadas*, 1578-6730.

Luna, M., & Murillo, M. (2017). *Plan de Exportación para la Comercialización de Café de Habas al Mercado Alemán*. Guayaquil.

Malca, O., & Rubio, J. (2017). Obstáculos a la actividad exportadora de las empresas peruanas. *Universidad del Pacífico*, 51-76.

Manotas, D., & Toro, H. (2009). Análisis de decisiones de inversión utilizando el criterio valor presente neto en riesgo (VPN en riesgo). *Revista Facultad de Ingeniería Universidad de Antioquia*, 199-213.

Ministerio de Economía y Finanzas. (17 de Enero de 2018). *Estrategias Comerciales*. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101584&lang=es-ES&view=article&id=473

Montes de Oca, J. (28 de Marzo de 2019). *Comercio internacional y exportaciones*. Obtenido de <https://mundopymes.org/comercio-internacional/exportaciones>

Mora, J., Salcido, T., & Zamorano, D. d. (2008). Análisis de la oferta y la demanda del servicio de internet por cable empresarial de 1024 kbps. *Ra Ximhai*, 295-309.

Nagles, N. (2017). La gestión del conocimiento como fuente de innovación. *Universidad EAN*, 77-87.

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación Cuantitativa-Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Ediciones de la U.

Pardo, E. (2020). *Plan exportador para la empresa 121 café*. Medellín.

PROMPERÚ. (08 de Junio de 2017). *GUÍA EXPORTADORA*. Obtenido de https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/599/Aprendiendo_exportar_pas_o_a_paso_2016_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quiroz, D., & Mendoza, A. (2019). *Factores claves para la exportación de arándano y los beneficios del Drawback en las Mypes de la región Lima 2019*. Lima.

Ramirez, K. (2017). *Uso del Servicio Exporta Fácil y su efecto en la exportación de las Mypes de la Provincia de Trujillo, Periodo 2014-2016*. Trujillo.

Rojas, R. (2014). *Procedimientos de exportación de hortalizas: Caso Ají Paprika producido en el caserío de Malcas del Valle de Condebamba - Cajabamba*. Cajamarca.

Roldán, P. (28 de Marzo de 2022). *Demanda Externa*. Obtenido de [https://economipedia.com/definiciones/demanda-externa.html#:~:text=La%20demanda%20externa%20es%20la,%2C%20gobiernos%2C%20etc.\)](https://economipedia.com/definiciones/demanda-externa.html#:~:text=La%20demanda%20externa%20es%20la,%2C%20gobiernos%2C%20etc.)).

Salazar, E., Morales, K., & Martínez, J. (2020). Análisis de las exportaciones del sector manufacturero en los departamentos con mayor índice de desarrollo industrial en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 564-574.

Sevilla, A. (28 de Marzo de 2022). *Precio*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/precio.html>

SUNAT. (2020 de Julio de 2020). *Declaración simplificada*. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/3608-02-declaracion->

ANEXOS

ANEXO n.º 1. Cuestionario aplicado a la muestra

ENCUESTA SOBRE PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACION PARA LAS MYPES DEL DISTRITO DE LOS BAÑOS DEL INCA DE LA PROVINCIA DE CAJAMARCA

Estimado empresario, se realiza este cuestionario con la finalidad de recoger información relevante sobre su opinión acerca de los procesos de exportación y los beneficios que le brindaría a las Mypes de Los Baños del Inca, provincia de Cajamarca. De tal manera que gracias a su aporte se podrá determinar el nivel de relación entre las variables del estudio.

Se le pide marcar con una (X) en el cuadro según solo que considere correcto para cada afirmación considerando lo siguiente:

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

Variable independiente: Procedimientos de exportación

V1: Procedimientos de exportación		1	2	3	4	5
1	Considero que las rosas están en las condiciones adecuadas para ser exportadas					
2	Considero que la exportación de rosas le brindaría a mi empresa mayor ganancias					
3	Considero que mi empresa está en las condiciones de exportar mis productos ofrecidos					
4	Creo que al exportar sería necesario buscar financiamiento externo					

V1 Dimensión 1: Demanda internacional		1	2	3	4	5
5	Considero que las rosas son las más requeridas en el mercado internacional					
6	Estoy seguro (a) que las rosas son bastante demandas en el mercado internacional					
7	Considero que mi producto tendría éxito en un mercado internacional por su calidad					
8	El conocimiento de la demanda de rosas en el mercado internacional es factor clave para tomar decisiones sobre la exportación de mi producto					
V1 Dimensión 2: El precio		1	2	3	4	5
9	Considero que la fijación de precios se hace de acuerdo a los competidores					
10	La fijación de precios es de acuerdo a la demanda de mi producto ofrecido					

11	Para fijar el precio de las rosas se toma en cuenta los costos de producción					
12	La fijación de precios está de acuerdo a la calidad del producto a exportar					
V1 Dimensión 3: Estacionalidad del futuro		1	2	3	4	5
13	Hay una gran demanda de rosas en el mercado internacional para satisfacer					
14	Hay necesidad de cultivar rosas					
15	La estacionalidad es una ventaja competitiva para poder exportar					
16	La estacionalidad es un factor determinante para la exportación de rosas					
V1 Dimensión 4: Decisión de inversión		1	2	3	4	5
17	Considero que sería importante invertir en la exportación de mi producto					
18	Cuento con los recursos necesarios para poder exportar mi producto					
19	Necesito fuentes de financiamiento externo para poder exportar mi producto					
20	Cuento con los requisitos necesarios para poder solicitar un préstamo					
V1 Dimensión 5: Consumo del producto		1	2	3	4	5
21	Considero que mi producto es bastante demandado dentro del mercado local					
22	La exportación de rosas se debe de realizar de acuerdo al nivel de los consumidores					
23	El consumo del producto es un factor importante que se tiene que analizar antes de exportar					
24	Para exportar las rosas se debe de estudiar a los consumidores extranjeros y sus requerimientos					

Variable dependiente: Mypes del distrito de Baños del Inca

V2: Pymes del distrito de Baños del Inca		1	2	3	4	5
1	Mi empresa cuenta con una gran demanda de rosas					
2	Considero que las Mypes de los Baños del Inca están aptas para exportar sus productos					
3	Al exportar las rosas, las Mypes tendrían más beneficios y se posicionarían en un rango más alto en el mercado					
4	Las Mypes de los Baños del Inca están motivadas para llevar sus productos hacia un mercado internacional					
V2 Dimensión 1: Nivel del conocimiento		1	2	3	4	5
5	La exportación beneficia a las Mypes de los Baños del Inca					
6	Los requisitos para exportar deberían simplificarse					
7	Conozco los procedimientos que se deben de seguir para exportar					
8	Estoy informado sobre los requisitos que debe de tener una empresa para poder exportar sus productos					
V2 Dimensión 2: Procedimientos aplicados		1	2	3	4	5
9	Las leyes aduaneras son adecuadas para el beneficio de las Mypes					
10	Considero que las Mypes deben de acoger a los beneficios de las leyes aduaneras					
11	Conozco los procedimientos que aduanas desarrolla para poder exportar mi producto					
12	Considero que los procedimientos de acogimiento para exportación son eficientes.					

ANEXO n.º 2. Resultados de encuesta aplicada

A continuación, se presenta los resultados de la encuesta realizada a los siete empresarios dedicados a la producción de rosas en el distrito de los Baños del Inca, donde se describe los principales resultados del cruce elaborado de las variables de estudio y sus respectivas dimensiones.

Análisis de la variable independiente y sus dimensiones

Tabla 1

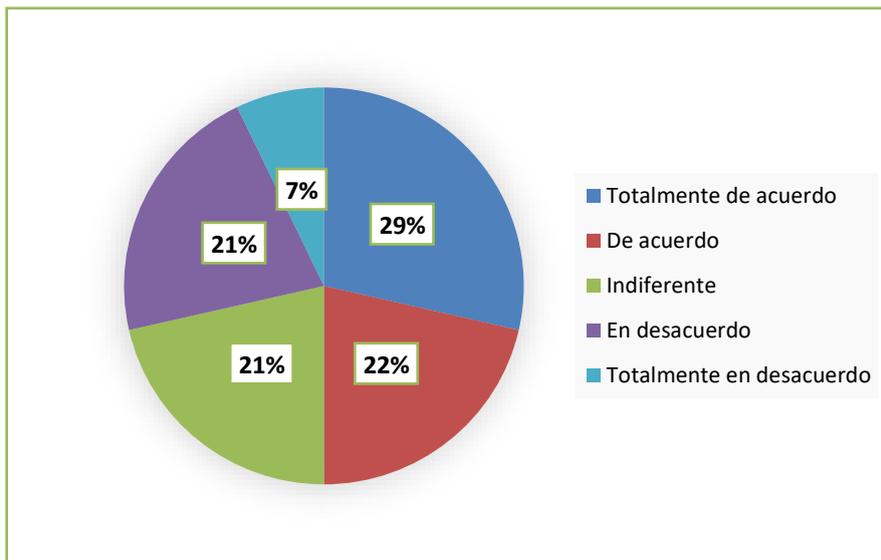
Variable Independiente “Procedimientos de exportación”

V1: Procedimientos de exportación	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	TOTAL
Totalmente de acuerdo	1	4	1	2	29%
De acuerdo	2	2	2	0	22%
Indiferente	2	1	1	2	21%
En desacuerdo	2	0	3	1	21%
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	2	7%
TOTAL	7	7	7	7	100%

Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Figura 1

Gráfico de la Variable Independiente “Procedimientos de exportación”



Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Tabla 2

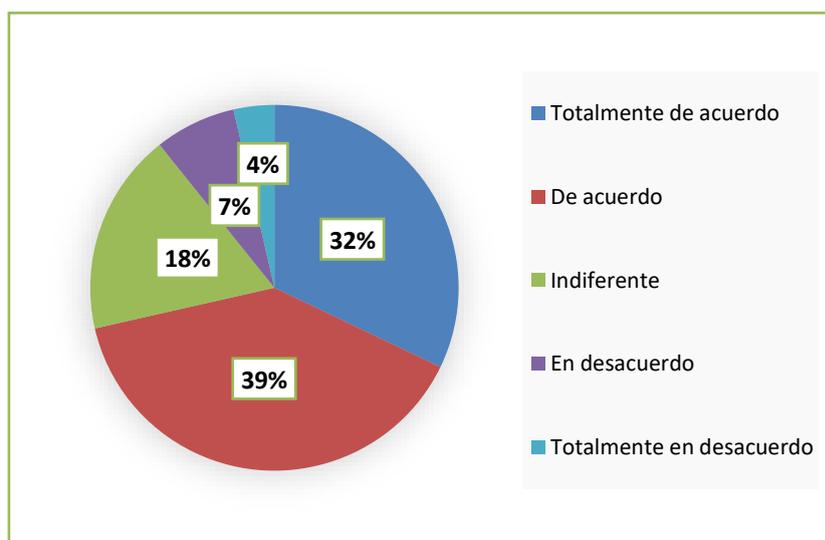
VI Dimensión 1: Demanda internacional

V1 D1: Demanda internacional	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	TOTAL
Totalmente de acuerdo	1	2	4	2	32%
De acuerdo	3	2	2	4	39%
Indiferente	1	2	1	1	18%
En desacuerdo	2	0	0	0	7%
Totalmente en desacuerdo	0	1	0	0	4%
TOTAL	7	7	7	7	100%

Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Figura 2

Gráfico de la VI Dimensión 1: Demanda internacional



Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Tabla 3

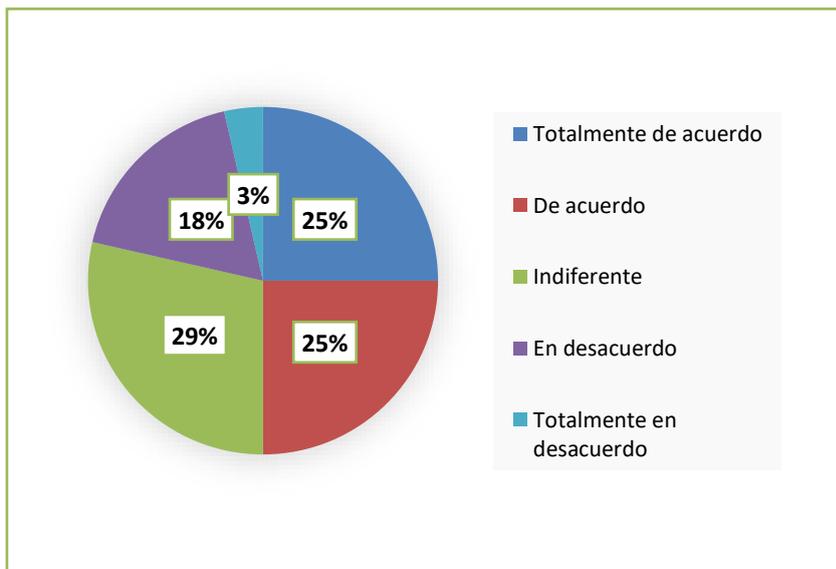
V1 Dimensión 2: El precio

V1 D2: El precio	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	TOTAL
Totalmente de acuerdo	4	3	0	0	25%
De acuerdo	2	3	2	0	25%
Indiferente	1	1	3	3	29%
En desacuerdo	0	0	2	3	18%
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	1	3%
TOTAL	7	7	7	7	100%

Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Figura 3

Gráfico de la V1 Dimensión 2: El precio



Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Tabla 4

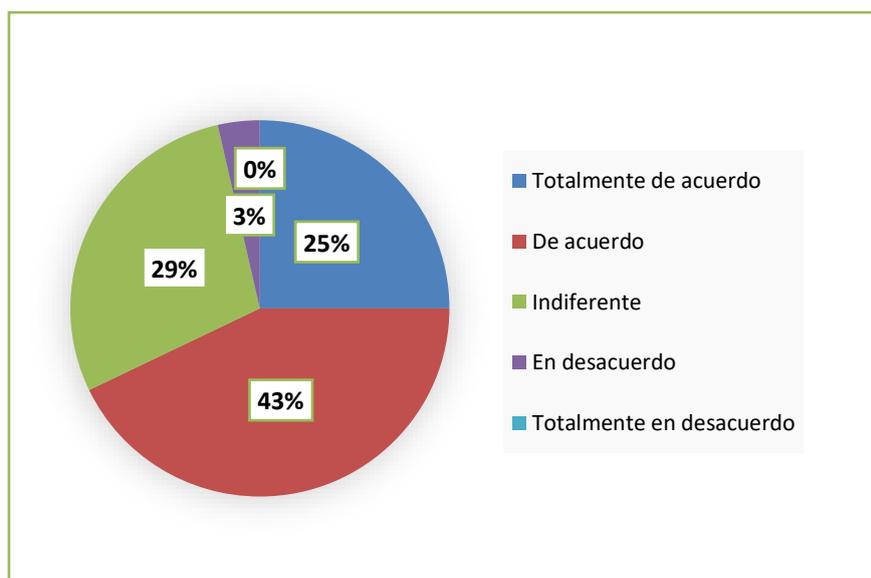
V1 Dimensión 3: Estacionalidad del futuro

V1 D3: Estacionalidad del futuro	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	TOTAL
Totalmente de acuerdo	0	5	1	1	25%
De acuerdo	3	2	4	3	43%
Indiferente	3	0	2	3	29%
En desacuerdo	1	0	0	0	3%
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0%
TOTAL	7	7	7	7	100%

Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Figura 4

Gráfico de la V1 Dimensión 3: Estacionalidad del futuro



Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Tabla 5

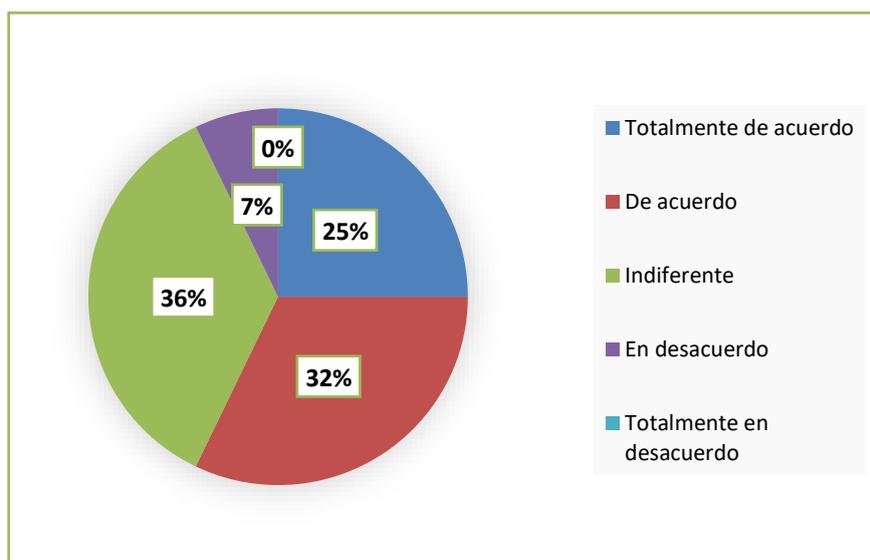
VI Dimensión 4: Decisión de inversión

V1 D4: Decisión de inversión	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	TOTAL
Totalmente de acuerdo	2	1	3	1	25%
De acuerdo	3	1	3	2	32%
Indiferente	2	3	1	4	36%
En desacuerdo	0	2	0	0	7%
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0%
TOTAL	7	7	7	7	100%

Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Figura 5

Gráfico de la VI Dimensión 4: Decisión de inversión



Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Tabla 6

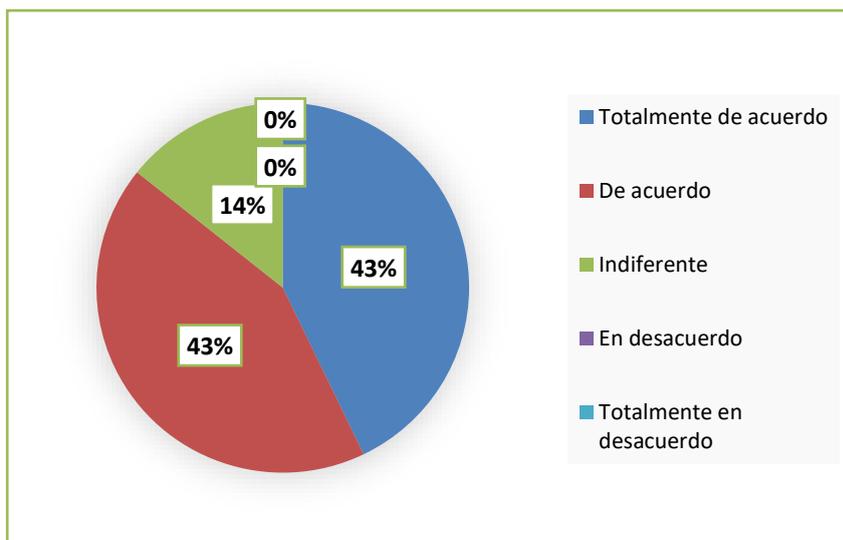
V1 Dimensión 4: Consumo del producto

V1 D5: Consumo del producto	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	TOTAL
Totalmente de acuerdo	4	1	4	3	43%
De acuerdo	3	3	3	3	43%
Indiferente	0	3	0	1	14%
En desacuerdo	0	0	0	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0%
TOTAL	7	7	7	7	100%

Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Figura 6

V1 Dimensión 5: Consumo del producto



Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Análisis de la variable dependiente y sus dimensiones

Tabla 7

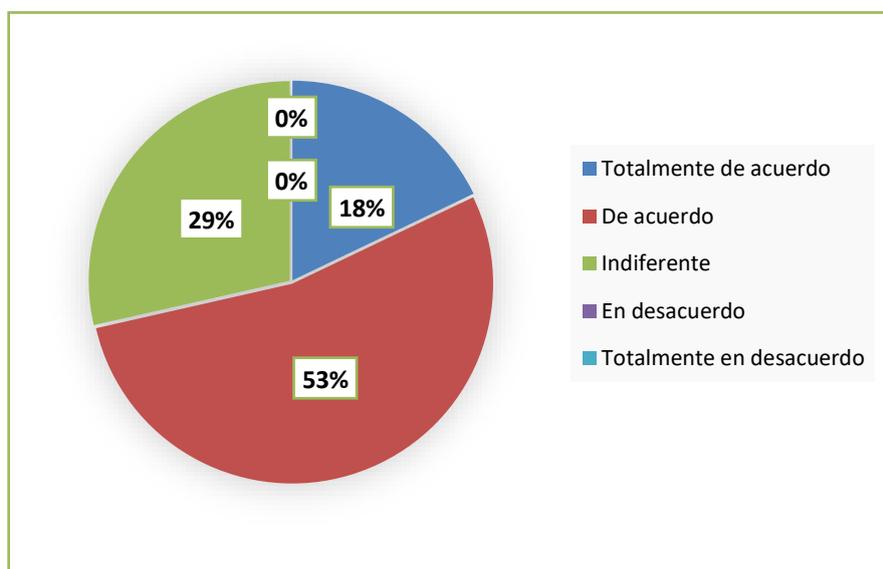
Variable Dependiente “Mypes del distrito de Baños del Inca”

V2: Mypes del distrito de Baños del Inca	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	TOTAL
Totalmente de acuerdo	3	0	2	0	18%
De acuerdo	3	3	5	4	53%
Indiferente	1	4	0	3	29%
En desacuerdo	0	0	0	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	0	0%
TOTAL	7	7	7	7	100%

Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Figura 7

Gráfico de la Variable Dependiente “Mypes del distrito de Baños del Inca”



Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Tabla 8

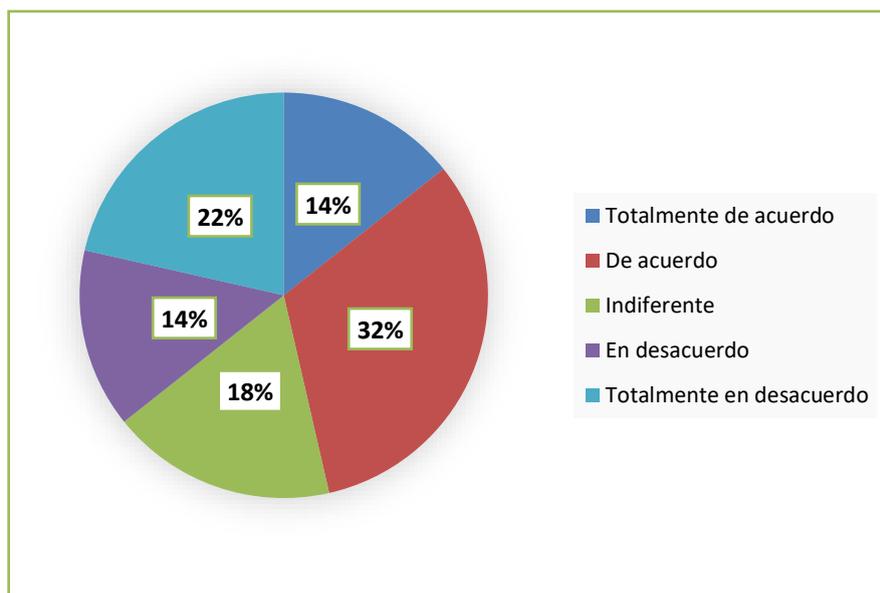
V2 Dimensión 1: Nivel del conocimiento

V2 D1: Nivel del conocimiento	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	TOTAL
Totalmente de acuerdo	1	3	0	0	14%
De acuerdo	5	4	0	0	32%
Indiferente	1	0	2	2	18%
En desacuerdo	0	0	2	2	14%
Totalmente en desacuerdo	0	0	3	3	22%
TOTAL	7	7	7	7	100%

Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Figura 8

Gráfico de la V2 Dimensión 1: Nivel del conocimiento



Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Tabla 9

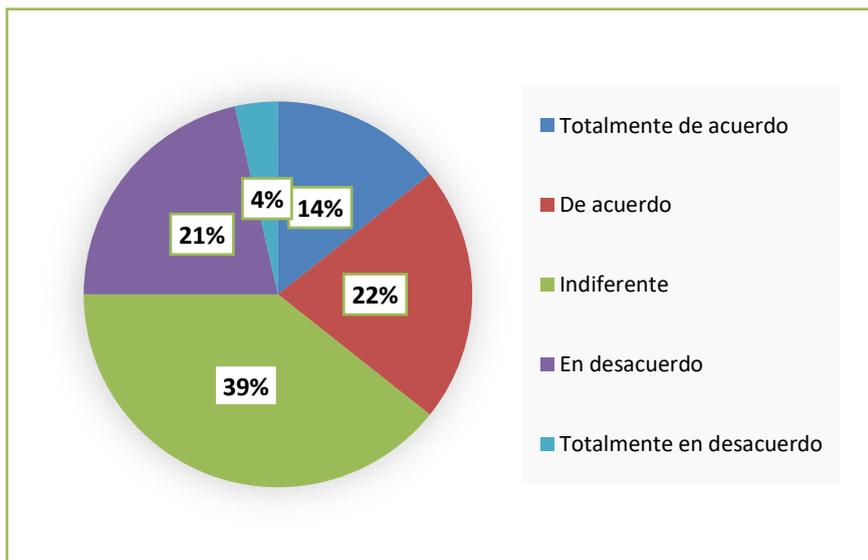
V2 Dimensión 2: Procedimientos aplicados

V2 D2: Procedimientos aplicados	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4	TOTAL
Totalmente de acuerdo	0	4	0	0	14%
De acuerdo	1	3	1	1	22%
Indiferente	5	0	3	3	39%
En desacuerdo	1	0	2	3	21%
Totalmente en desacuerdo	0	0	1	0	4%
TOTAL	7	7	7	7	100%

Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

Figura 9

V2 Dimensión 2: Procedimientos aplicados



Nota. Encuesta aplicada a la muestra de la investigación

ANEXO n.º 3. Ficha de guía de análisis

FICHA DE GUIA DE ANALISIS	
Nombre del documento (Nombre o título del documento consultado)	
Autor (Registro del nombre completo del autor/es del documento)	
Referencia bibliográfica según normas APA (Registro de bibliografía según las Normas APA 6ta edición)	
Palabras clave de búsqueda (Registro de las palabras clave del documento, en caso de que no las tenga se deja en blanco)	
Descripción del aporte del tema seleccionado (Argumentos y aportes que se consideran importantes para la elaboración de la presente investigación)	
Conceptos abordados (Conceptos claves que aportan al tema de investigación)	

ANEXO n.º 4. Contrastación de la hipótesis

- Hipótesis Nula (H0): La aplicación del conocimiento de los procedimientos de exportación de rosas no impacta positivamente en las Mypes del distrito de Baños de Inca de la provincia de Cajamarca, aumentando de manera significativa sus ingresos y su rentabilidad.
- Hipótesis Alterna (H1): La aplicación del conocimiento de los procedimientos de exportación de rosas impacta positivamente en las Mypes del distrito de Baños de Inca de la provincia de Cajamarca, aumentando de manera significativa sus ingresos y su rentabilidad.

Nivel de significancia: Para el presente estudio se escogió el nivel de significancia de 0.05 (5%)

Prueba estadística: Para poder realizar la contratación de hipótesis se realiza la prueba del Chi-Cuadrado

A continuación, se muestra el cálculo de la contratación de hipótesis bajo el método del Chi-Cuadrado y su respectivo resultado:

Tabla 10

Cálculo de la prueba de hipótesis utilizando el método de Chi-Cuadrado

CALCULO DE CHI CUADRADO (X ²)				
Alternativas	Ítem 1	Ítem 2	Ítem 3	Ítem 4
Totalmente de acuerdo	0.50	2.00	0.50	0.00
De acuerdo	0.17	0.17	0.17	1.50
Indiferente	0.17	0.17	0.17	0.17
En desacuerdo	0.17	1.50	1.50	0.17
Totalmente en desacuerdo	0.50	0.50	0.50	4.50

Tabla 11

Resultado de la prueba de la hipótesis

Resultado de Chi Cuadrado (x ²)	
(X ²) calculado	15.00
(X ²) crítico	21.03
Gl	12
probabilidad	0.05

El Chi-Cuadrado crítico tiene un valor de 21.03 y es mayor que el Chi-Cuadrado calculado quien tiene un valor de 15.00, por lo tanto, se puede decir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, lo que quiere decir que la aplicación del conocimiento de los procedimientos de exportación de rosas impacta positivamente en las Mypes del distrito de Baños de Inca de la provincia de Cajamarca, aumentando de manera significativa sus ingresos y su rentabilidad.

ANEXO n.º 5. Confiabilidad del Instrumento

Para realizar el análisis de confiabilidad de la muestra fue necesario utilizar el método del coeficiente Alfa de Cronbach, tanto para la variable independiente “Procesos de exportación” como para la variable dependiente “Mypes del distrito de Baños del Inca”, las cuales se encuentran definidas mediante la Escala de Likert.

Para esto, en la Tabla 12 se presentan los posibles valores que se pudiese obtener de acuerdo al Alfa de Cronbach y los posibles criterios de interpretación:

Tabla 12

Valores del Alfa de Cronbach

Valores	Criterio
0.00 - 0.20	Muy baja
0.21 - 0.40	Baja
0.41 - 0.60	Moderada
0.61 – 0.80	Significativa
0.81 – 1.00	Muy significativa

Una vez procesada toda la información para poder determinar la confiabilidad del instrumento de recolección de datos de encuesta tanto para la variable independiente como dependiente, se obtuvo como resultado lo siguiente:

Resultados del Alfa de Cronbach para la variable independiente

Tabla 13

Alfa de Cronbach para VI

Nº de elementos	Alfa de Cronbach
24	0.752

En la Tabla 13 se puede observar que de acuerdo a la información procesada de la variable independiente “Procesos de exportación” mediante el Alfa de Cronbach se obtuvo un valor de 0.752, lo que quiere decir que el instrumento analizado, en este caso el cuestionario con escala de Likert tiene un valor significativo por ser un valor que se aproxima al uno.

Resultados del Alfa de Cronbach para la variable dependiente

Tabla 14

Alfa de Cronbach para V2

N° de elementos	Alfa de Cronbach
12	0.784

En la Tabla 14 se puede observar que de acuerdo a la información procesada de la variable dependiente “Mypes del distrito de Baños del Inca” mediante el Alfa de Cronbach se obtuvo un valor de 0.784, lo que quiere decir que el instrumento analizado, en este caso el cuestionario con escala de Likert tiene un valor significativo por ser un valor que se aproxima al uno.

ANEXO n.º 6. Validación de instrumento por experto N°1

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
ENCUESTA 1				
Título de la investigación:	“PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACIÓN DE ROSAS PARA LAS MYPES EN EL DISTRITO DE BAÑOS DEL INCA DE LA PROVINCIA DE CAJAMARCA, EN EL AÑO 2020”			
Línea de investigación:	DESARROLLO SOSTENIBLE Y GESTIÓN EMPRESARIAL			
Apellidos y nombres del experto:	PAULO EDUARDO SORIANO TORRES			
Especialidad del experto:	COMERCIO EXTERIOR			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACIÓN			
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “x” en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Opinión de aplicabilidad: Aplicable [<input checked="" type="checkbox"/>] Aplicable después de corregir [<input type="checkbox"/>] No aplicable [<input type="checkbox"/>] Sugerencia:				
Firma del experto:  DNI. 43959124				

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS
ENCUESTA 2

Título de la investigación:	“PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACIÓN DE ROSAS PARA LAS MYPES EN EL DISTRITO DE BAÑOS DEL INCA DE LA PROVINCIA DE CAJAMARCA, EN EL AÑO 2020”
Línea de investigación:	DESARROLLO SOSTENIBLE Y GESTIÓN EMPRESARIAL
Apellidos y nombres del experto:	PAULO EDUARDO SORIANO TORRES
Especialidad del experto:	COMERCIO EXTERIOR
El instrumento de medición pertenece a la variable:	MYPES DEL DISTRITO DE BAÑOS DEL INCA

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “x” en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

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

Firma del experto:
DNI: 43959124



ANEXO n.º 7. Validación de instrumento por experto N°2

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS ENCUESTA 1				
Título de la investigación:	“PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACIÓN DE ROSAS PARA LAS MYPES EN EL DISTRITO DE BAÑOS DEL INCA DE LA PROVINCIA DE CAJAMARCA, EN EL AÑO 2020”			
Línea de investigación:	DESARROLLO SOSTENIBLE Y GESTIÓN EMPRESARIAL			
Apellidos y nombres del experto:	GAMARRA BANDA JAMES			
Especialidad del experto:	LIC. EN ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACIÓN			
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “x” en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
<p>Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []</p> <p>Sugerencia:</p>				
<p>Firma del experto: DNI. 46860481</p> 				

**MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS
ENCUESTA 2**

Título de la investigación:	“PROCEDIMIENTOS DE EXPORTACIÓN DE ROSAS PARA LAS MYPES EN EL DISTRITO DE BAÑOS DEL INCA DE LA PROVINCIA DE CAJAMARCA, EN EL AÑO 2020”
Línea de investigación:	DESARROLLO SOSTENIBLE Y GESTIÓN EMPRESARIAL
Apellidos y nombres del experto:	GAMARRA BANDA JAMES
Especialidad del experto:	LIC. EN ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
El instrumento de medición pertenece a la variable:	MYPES DEL DISTRITO DE BAÑOS DEL INCA

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “x” en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

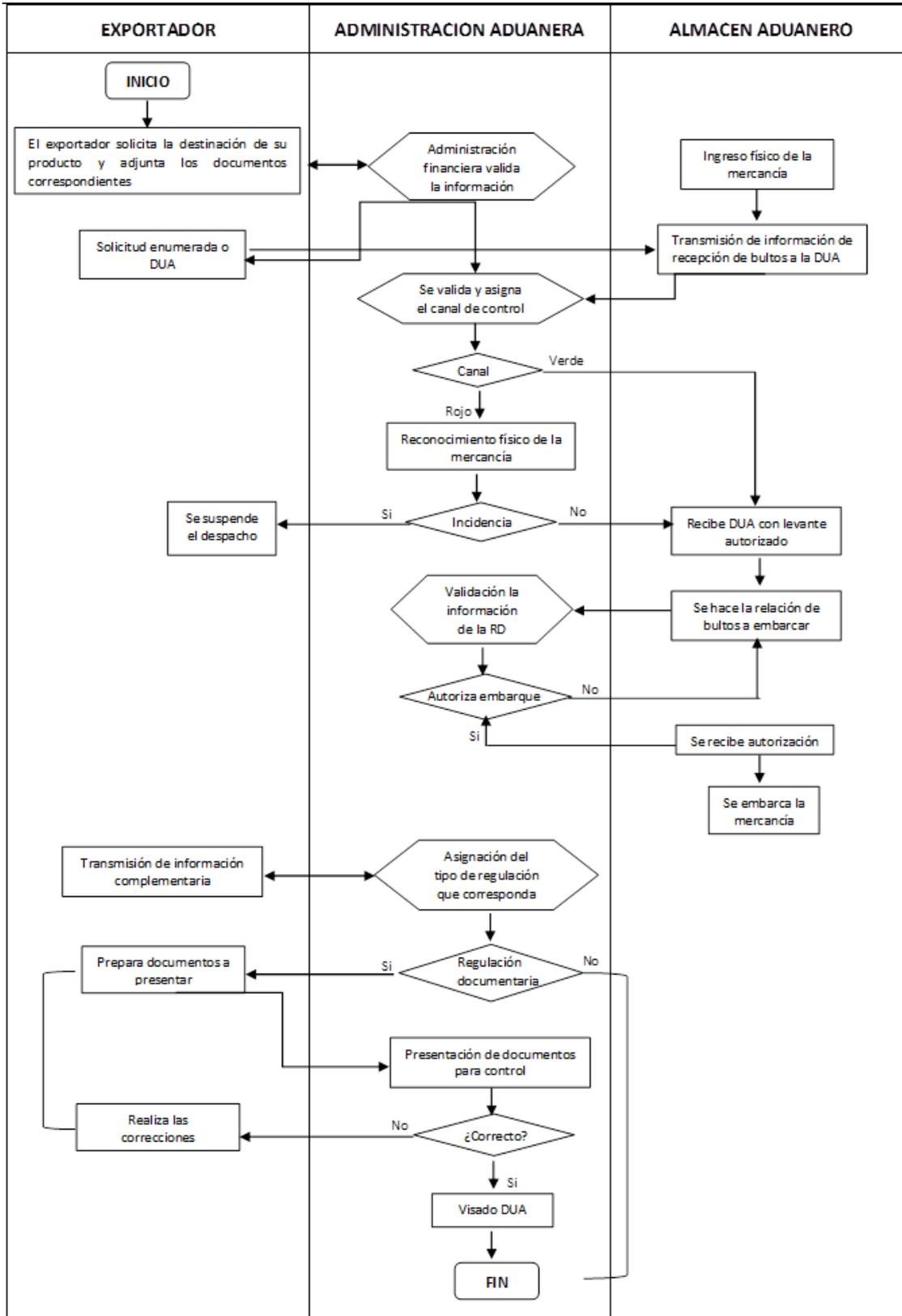
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

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

Firma del
experto:
DNI: 46860481



ANEXO n.º 8. Diagrama de flujo del proceso de exportación



ANEXO n.º 9. Determinación de costos de exportación

A continuación, se presentan los costos asociados a la exportación de rosas que las Mypes en el distrito de Baños del Inca de la provincia de Cajamarca tendrán que incurrir en caso de que exporten su producto:

Detalle	Costo unitario (S/.)
Gastos generales	
Embalaje	S/.0.50
Rotulado	S/.0.60
Paletizado	S/.1.92
Transporte local (local del exportador-lugar de embarque)	S/.450.00
Gastos de estiba y desestiba	
Estiba (1 container)	S/.347.40
Desestiba (1 container)	S/.347.40
Alquiler de contenedores	
Contenedor de 32,000 Kg	S/.782.00
Contenedor de 7,000 Kg	S/.238.00
Gastos de Carga	
Recepción	S/.58.90
Pesaje	S/.57.90
Gastos de seguro	
Gastos de seguro	S/.150.00
Gastos de documentación	
Certificado de origen	S/.172.00
Certificado de calidad	S/.2,895
Certificado de sanidad	S/.43.20
Gastos aduaneros	
Almacenaje	S/.50.00
Agencia general	S/.1,292.00

Agencia de aduanas	S/.530.00
Agencia marítima	S/.170.00
Agencia de carga	S/.204.00
Seguro de transporte internacional	S/.2,890.00

Cabe resaltar que, los gastos generales presentados en el cuadro anterior se expresan por cantidad unitaria, en caso de que las Mypes decidan realizar la exportación de su producto, será necesario que calculen el gasto de acuerdo a la cantidad que pretenden exportar.

ANEXO n.º 10. Formato de cotización comercial

COTIZACIÓN COMERCIAL			
EXPORTADOR		IMPORTADOR	
Nombre:		Nombre:	
Dirección:		Dirección:	
Teléfono:		Teléfono:	
Ciudad:		Ciudad:	
País:		País:	
Fecha de		Fecha de	
emisión:		emisión:	
Incoterm:		Incoterm:	
Medio de		Medio de	
transporte:		transporte:	
Moneda:		Moneda:	
CANTIDAD/ Nº DE ITEMS	DETALLE DEL PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TOTAL			

Nota. Elaborado por: Juan Manuel Gonzales Polar, Manual de Documentos de Exportación tomo II

ANEXO n.º 11. Formato de factura comercial

FACTURA COMERCIAL			
(Nombre y dirección completos del exportador)		FACTURA N°	
N° de registro del IVA		FECHA	
Facturar a:	Expedir a:		
Pedido N°			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor total
	Enviado por: el: Firmado: Fecha :		

Nota. CCI, modelo de Factura Comercial Internacional

ANEXO n.º 12. Formato de la lista de empaque

LISTA DE EMPAQUE				
La presente lista se refiere a la factura N°			de fecha	
Cantidad	Número	Contenido de cada bulto	Dimensiones de cada bulto	Peso bruto de cada bulto

Nota. CCI, modelo de Factura Comercial Internacional

ANEXO n.º 13. Formato de la guía de remisión

Razón Social					RUC XXX GUIA DE REMISIÓN – REMITENTE N° XXXXX	
Domicilio Fiscal: Punto de Emisión: Fecha de inicio del traslado: Punto de partida: Punto de llegada: Motivo de Traslado:						
Venta	Compra	Consignación	Devolución	Recojo	Traslado entre establecimientos de la misma empresa	
Traslado para transformación		Emisor Itinerante		Traslado zona primaria Importación		Otros
				Exportación		
Datos del bien transportado:						
DESCRIPCIÓN				CANTIDAD	UM	PESO TOTAL
Datos la Unidad de Transporte (Transporte Privado)				Datos del transportista (Transporte Público)		
Marca y Placa		Licencia de Conducir		RUC	Denominación, apellidos y nombres	

Nota. CCI, modelo de Factura Comercial Internacional

ANEXO n.º 14. Formato de la guía de remisión

dd/mm/aaaa		INSTRUCCIÓN DE EMBARQUE EXPORTACIÓN		Página 1 de 2	
Nuestra Cobranza:			Fecha:		
DATOS DEL EXPORTADOR:					
Nombre:				<input type="radio"/> Aéreo <input checked="" type="radio"/> Marítimo	
Dirección:					
Teléfono:		R.U.C.			
Fax:		Celular:			
Email:					
Contacto:					
DATOS DEL CONSIGNATARIO:					
Nombre:					
Dirección:					
Teléfono:		Fax:			
Email:					
Contacto:					
NOTIFICAR:					
Nombre:					
Dirección:					
Teléfono:		Fax:			
Email:					
Contacto:					
TRAMITES:		FLETE CC:		PP	
<input type="checkbox"/> Corte de Guía	<input type="checkbox"/> EXW	<input type="checkbox"/> CPT	Mercancías Peligrosas: <input type="radio"/> Sí <input checked="" type="radio"/> No		
<input type="checkbox"/> Certificado de Origen	<input type="checkbox"/> FCA	<input type="checkbox"/> CIP			
<input type="checkbox"/> Vía Textil	<input type="checkbox"/> FOB	<input type="checkbox"/> DAT			
<input type="checkbox"/> Certificado Fitosanitario	<input type="checkbox"/> CFR	<input type="checkbox"/> DAP	UN		
<input type="checkbox"/> Trámite de Aduana Expo	<input type="checkbox"/> CIF	<input type="checkbox"/> DDP	CLASE		
<input type="checkbox"/> Embalaje			GRUPO DE EMBALAJE		
<input type="checkbox"/> Consularización					
<input type="checkbox"/> Otros					
Aeropuerto/ Puerto de Origen:			Destino Final:		
Fecha de Embarque:					
Carta de Crédito N°:					
N° de Bultos	Tipo de Embalaje	Descripción	Dimensiones	Peso Bruto	

Nota. SIICEX