

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“CADENA PRODUCTIVA DE LA TARA Y SUS
DERIVADOS PARA SU EXPORTACIÓN A
ARGENTINA”**

Tesis para optar al título profesional de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Autores:

Cristhian Alejandro Cacho Abanto
Maria Fernanda Guerrero Sanchez

Asesor:

Mg. Luis Felipe Velasco Luza
<https://orcid.org/0000-0001-6142-3523>

Cajamarca - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	María del Pilar Miranda Guerra	42695300
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	James Gamarra Banda	46860481
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Saraí Nelly Samán Chingay	45650843
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

Tesis Chacho y Guerrero

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%	8%	2%	3%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC Trabajo del estudiante	<1 %
2	www.mre.gov.py Fuente de Internet	<1 %
3	www.ulasalle.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
4	docs.google.com Fuente de Internet	<1 %
5	www.semanticscholar.org Fuente de Internet	<1 %
6	Zenteno, Mario, Wil de Jong, Rene Boot, and Pieter A. Zuidema. "Learning from the past: Trends and dynamics in livelihoods of Bolivian forest communities", Environmental Science & Policy, 2014. Publicación	<1 %
7	www.dramdd.gob.pe Fuente de Internet	<1 %

DEDICATORIA

- Dedico este proyecto principalmente a Dios, por ser mi más grande fuente de fortaleza y apoyo en todo momento.
- A mis padres, gracias por su apoyo y amor incondicional en cada etapa de mi vida, por estar para mí en los tiempos buenos y más aún en los malos, gracias por su ejemplo y por siempre creer en mí.
- A mi esposo y a mi pequeña hija, por todo su amor y confianza, por ser mi mayor motivación para ser mejor y lograr mis metas

Guerrero Sánchez, María Fernanda

DEDICATORIA

- A Dios por ser el proveedor y portador de mi vida, de quien recibo fortaleza para seguir adelante y creer que todo lo puedo si estoy bajo su cobertura.
- A mis padres por darme la vida y hermanas por su motivación, por creer en mí, por darme la confianza y apoyo que siempre necesite en los momentos buenos y malos de la vida.
- A mi hija y esposa como también a todas aquellas personas que siempre han creído en mí, que me apoyaron en todo momento y me brindaron su cariño, comprensión, y me estimularon para seguir adelante.

Cacho Abanto Cristhian Alejandro

AGRADECIMIENTO

- A Dios, por ser fuente de vida y por permitirme alcanzar mis sueños y metas.
- A mis padres, quienes a lo largo de mi vida me apoyaron y motivaron a mí formación académica y no dudaron de mis habilidades.
- A mi esposo por apoyarme y motivarme en cada paso que doy.
- A los docentes a quienes debo gran parte de los conocimientos adquiridos, gracias por su enseñanza y paciencia durante esta etapa.
- Al asesor por el apoyo y por ser parte importante para el éxito de este trabajo.

Guerrero Sánchez María Fernanda

AGRADECIMIENTO

- A Dios por darme la vida y permitirme hacer realidad mis sueños.
- A la Universidad por brindarme a través de los profesores todos los conocimientos y valores que me ayuden en la vida profesional.
- Al cuerpo docente por todos los conocimientos, valores y orientación impartidos a lo largo de la formación académica profesional.
- Al asesor por brindarme apoyo en el desarrollo de la investigación, siendo un gran partícipe de este resultado.
- A todas las personas y amigos que con su apoyo han hecho posible la realización de este trabajo.

Cacho Abanto Cristhian Alejandro

TABLA DE CONTENIDOS

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDOS.....	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
RESUMEN.....	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
<u>Realidad problemática:.....</u>	10
Antecedentes.....	17
Formulación del Problema:	22
Objetivos.....	22
<u>Hipótesis</u>	22
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	50
Tipos de investigación	50
<u>Población y muestra</u>	51
Técnicas e instrumento de análisis y recolección de datos	52
Procedimiento.....	55
CAPÍTULO III. RESULTADOS	58
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	65
Discusión	65
Conclusiones	67
REFERENCIAS	69
ANEXOS.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N 1	58
Tabla N 2	59
Tabla N 3	60
Tabla N 4	60
Tabla N 5	60
Tabla N 6	60
Tabla N 7	61
Tabla N 8	61
Tabla N 9	61
Tabla N 10	62
Tabla N 11	72
Tabla N 12	72
Tabla N 13	72

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Producción nacional de Tara 2010 – 2018 en toneladas	27
Figura 2 Modelo sobre el efecto de la promoción de las exportaciones. Tomado de: “Desarrollo de la exportación estratégica” por: Czinkota, M. (1982).....	36
Figura 3. Producción nacional de tara 2000-2018, tomada de “Exportaciones de tara” por: Minagri (2019). Informe económico anual.....	39
Figura 4 Producción de tara en vaina por regiones 2018. tomada de “Exportaciones de tara” por: Minagri (2019). Informe económico anual.....	40
Figura 5. Perú: Exportaciones de tara en polvo. tomada de “Exportaciones de tara” por: Minagri (2019). Informe económico anual	42
Figura 6. Perú: Principales países de destino de la tara en polvo 2018. tomada de “Exportaciones de tara” por: Minagri (2019). Informe económico anual.....	43
Figura 7. Perú: Principales empresas exportadoras de tara en polvo. tomada de “Exportaciones de tara” por: Minagri (2019). Informe económico anual.....	44
Figura 8. Perú: Principales países de destino de goma de tara 2018. tomada de “Exportaciones de tara” por: Minagri (2019). Informe económico anual.....	45
Figura 9. Perú: Evolución de los precios unitarios de la tara en polvo y goma 2008-2018.	46

RESUMEN

La investigación titulada “Cadena Productiva de la tara y sus derivados para su Exportación a Argentina”, tiene como objetivo general analizar la cadena productiva en la exportación del sector productivo de la tara y derivados que permita desarrollar ventajas competitivas en las etapas de comercialización hacia Argentina. La investigación presenta un enfoque cualitativo, y presenta un diseño no experimental y es de tipo descriptiva; porque quiere dar a conocer la realidad de los productores de la tara y su relación con los demás actores que participan en la cadena productiva. La muestra fue 48 productores en la provincia de Celendín y sus distritos de Chumuch y Sucre. Las técnicas utilizadas para la recolección de datos fueron la observación directa ya que permite ver cómo es manejada la cadena productiva, así como la búsqueda bibliográfica para la recolección de información pertinente a la investigación. Se realizó entrevista no estructurada para la recolección de los datos con preguntas que luego fueron tabuladas. Se pudo concluir que los productores estiman que la obtención de tara es de 8.624 toneladas lo que corresponde al 40% de la producción nacional, debido a la gran demanda en el mercado internacional por los grandes beneficios que aporta este producto. Así mismo se recurrió a la entrevista en la cual se trató de describir el estado actual de la cadena productiva de la tara y de esta manera proponer estrategias entre los actores de la cadena productiva para su mejoramiento y de esta manera se pretende mejorar la comercialización de la tara y sus derivados mediante la implementación de un Business Model Canvas

Palabras clave: Cadena de valor, productores, ventaja competitiva, comercialización, modelo canvas.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática:

En la región de Cajamarca la gran dinamización del sector económico es producto sin duda de la fuerte inversión en el sector minero en las tres últimas décadas (1993 – 2023). Sin embargo, a pesar de que la minería deja inmensos recursos económicos para la región no se ha logrado desarrollar una industria paralela a esta actividad extractiva para de esa manera generar mayor valor agregado a los recursos, asimismo muchas empresas que se fueron formando y creando no han sabido ser sostenibles en el tiempo y mucho menos expandir su producción tanto a nivel regional, nacional e internacional.

Nuestro país, no obstante, sumergido en la corriente comercial expansionista, Adoptó el modelo de libre comercio, con la finalidad de explotar la inmensa cantidad de recursos disponibles, en distintos sectores como: minería, hidrocarburos y pesca principalmente. Y de manera muy paulatina, se ha ido pasando de la exportación de productos tradicionales a productos que han encontrado un espacio en el mercado internacional y por el cual se han realizado inversiones considerables que permitan aprovechar esa oportunidad que ofrece el vasto mercado internacional.

Una de las características principales de las pequeñas y medianas empresas (MYPEs) en la región de Cajamarca, es que poseen mínimas y hasta podríamos decir inexistentes condiciones de desarrollo y estabilidad esto genera en que estas poseen una baja competitividad tanto a nivel nacional como internacional.

Las exportaciones son una importante fuente de lo que podemos entender como la cadena de valor, esta, si se gestiona eficazmente, garantiza que los productos sean competitivos, el modelo de la cadena de valor surge con las teorías de la Ventaja competitiva de Michael Porter. Porter (1985) dice que la cadena de valor es un

procedimiento que se centra en la asignación de unidades de valor añadido, el seguimiento secuencial de las actividades básicas (logística de entrada, operaciones, logística de salida, marketing y servicio) y soporte (infraestructura del negocio, gestión de recursos humanos, desarrollo tecnológico y contratación). La intención es optimizar cada enlace de la cadena y convertirlo en una ventaja competitiva.

En las últimas dos décadas se observó en el mundo, tanto en el sector público y privado un gran interés por fortalecer las cadenas productivas este interés surge por su aporte al desarrollo económico con equidad, inclusión y sostenibilidad a nivel local, nacional e internacional. Su estudio se debe, a que hace un análisis de la realidad como finalidad de reducir la pobreza con igualdad, desarrollando actividades con la sociedad y los gobiernos como una causa importante de los graves problemas socio ambientales y económicos que están impactando nuestro planeta, por lo cual su credibilidad ha descendido a niveles calamitosos. Sin embargo, se proyecta que un re direccionamiento de dichas cadenas hacia la instauración de valor, incrementa la innovación y crecimiento de la productividad en la economía global. (Demenus 2011)

Estos análisis se realizaron con el propósito de alcanzar una visión amplia y concertada de las cadenas priorizadas sobre la base de una documentación rigurosa y, al mismo tiempo, de fácil lectura para los distintos grupos interesados. Se constituyen así en líneas de base que podrán ser consultadas, mejoradas y actualizadas. Esta visión, junto con el consenso de los actores sobre sus propósitos comunes y las propuestas de planeamiento estratégico para su desarrollo, constituye una hipótesis de trabajo que busca mejorar la competitividad a lo largo de la cadena, en concordancia con el enfoque del biocomercio. (Demenus 2011)

MINCETUR Y PROMPERU desarrollan el Programa Nacional de Promoción del Biocomercio del Perú – PNPB- con el fin de contribuir a la mejora productiva con énfasis en prácticas sostenibles de producción agrícola y recolección silvestre y a la promoción del comercio en el sector de ingredientes y productos naturales. Asimismo, se prioriza la articulación de los productores rurales organizados a los mercados nacionales e internacionales bajo condiciones de mayor equidad. Durante la fase inicial del proyecto se elaboraron análisis de cada cadena seleccionada, los cuales permitieron mapear a los actores involucrados, dar a conocer sus características y vínculos, identificar sus conflictos actuales y potenciales, y evaluar la incidencia de factores externos. Asimismo, se analizó la distribución de beneficios existente de acuerdo con cada eslabón de la cadena, para concluir con la elaboración participativa de estrategias de mejoramiento con un enfoque pro pobre (Chávez, 2013).

Andina (2019) confirma que Cajamarca es el departamento que durante el año 2018 exportó 22.000 toneladas de tara en polvo y 14.000 toneladas de legumbres. SERFOR destacó que la producción y ventas de Tara aumentarán esto genera un mayor desarrollo económico de Cajamarca mediante el uso sostenible de estos recursos forestales. De la misma forma, determinó que la exportación de la tara genera unos ingresos medios de 32.200.000 soles anuales en beneficio de unas 20.000 familias. El principal mercado de producción de tara en el Perú es el departamento de Cajamarca, entre los principales mercados de este producto encontramos a países como: China, que compra el 40 por ciento de la producción total de la región, seguido los Países como Brasil, Argentina, EE. UU, Alemania e Italia. La asociación de Productoras de Tara del Norte es la principal empresa exportadora de la región. (Romero, 2017)

Según Mincetur para identificar los principales de la cadena productiva es fundamental disponer de amplia información agraria especializada porque conlleva a una oportuna toma de decisiones con la visión de un trabajo que involucra a todos los actores que intervienen en la cadena agro productiva: Estado, proveedores, comerciantes mayoristas, productores, entre otros; aplicando nuevas estrategias en la producción y comercialización, promoviendo mayores ingresos económicos, calidad de vida y competitividad de los pequeños y medianos agricultores del PERÚ.

Argentina es el tercer país en población en América del Sur (40.1 millones de habitantes), y el segundo en extensión (2.791.810 Km² de tierras continentales y 969.464 Km² en la Antártica). La economía de Argentina experimenta un proceso de recuperación continua desde 2003, después del colapso que se dio en el primer trimestre de 2002, año en el cual el PBI tuvo una variación de -10.9%. En los siguientes años los indicadores económicos mejoraron, y el PBI se incrementó. Argentina es un país con fuertes lazos con el exterior (cultura, gustos, tendencias) porque se formó en base a la inmigración de europeos, aunque dicha tendencia ha disminuido por las crisis económicas que ha experimentado. Además, cuenta con importantes recursos: una agricultura exitosa y orientada a la exportación (vino, maíz, soja y ganado), cobre, gas y petróleo, además una fuerza laboral calificada y competitiva que atrae inversiones.

La cadena productiva de la tara en Argentina en los últimos años se consolida con un mercado y productos derivados de la tara, el crecimiento sostenido en sus importaciones de tara y derivados desde el Perú. Además, por su cercanía territorial y por su importante desarrollo en la industria de curtiembre se presenta como un socio estratégico para las exportaciones de tara.

Según la Guía de Mercado para Argentina publicada por PromPerú en el 2009, el sector agrícola y el sector de confecciones han sido identificados como prioritarios para

las exportaciones peruanas a futuro. Dentro de estos sectores se han identificado los siguientes productos con potencial estrella o potencial prometedor.

En los últimos años se viene considerando la tara como una alternativa de desarrollo económico para las familias campesinas de Perú, gracias a la comercialización de sus frutos, los cuales tienen desarrollados desde hace ya muchos años, un mercado nacional ligado a la compra y venta de vaina de tara entre productores y acopiadores y los mercados nacional e internacional para sus dos importantes derivados, el polvo de la harina y la goma de la tara, mundialmente conocidos por su alto contenido de taninos y otros sub productos utilizados en diferentes industrias como las curtiembres, alimentos y medicinas.

Del árbol se obtiene una vaina que da un fruto que al estar maduro presenta un color anaranjado con semillas oscuras en su interior, la vaina al separarse de la pepa, se muele obtenido un gran producto de exportación como lo es la harina de tara, el cual es muy útil como materia prima para la obtención del ácido tánico y especialmente el ácido gálico. El cuero al ser curtido con este polvo da un cuero flexible, con una muy buena resistencia a la luz, a su vez también es utilizado en la industria farmacéutica, química entre otras.

De igual forma de las semillas se obtiene a través de un proceso mecánico, una goma de uso alimenticio, que puede ser utilizada como materia prima para la elaboración de pintura, barnices, entre otros productos, es por ello que es de suma importancia que existe una eficiente cadena productiva para la exportación de este producto, el cual beneficia la economía de los agricultores y del país.

La explotación de la actividad de almacenamiento y recolección de los frutos de la tara se considera como una tarea importante para el mejoramiento de las condiciones de vida de las familias que se hallan en las zonas productivas de este cultivo. La utilización

de este producto cuenta con ventajas comparativas como son el agua, el terreno y ambiente existente en la zona, al contar con un producto de plantación campestre, con un correcto cuidado, posibilitará medirse con productos de calidad de otros mercados a nivel internacional.

En Perú la tara se encuentra clasificada como maleza arbustiva, las tierras propicias para la plantación de esta especie son los silíceos y arcillosos ubicados en Cajamarca, la cual es una zona productora de tara, cabe señalar que el producto obtenido tiene menor contenido de tanino que aquel que se encuentra en la región central del país.

A nivel internacional, la tara obtenida en Perú, no presenta impedimentos de calidad, pues la densidad de taninos satisface completamente los requerimientos de los mercados internacionales, porque es considerada como un artículo de alta calidad, que permite lograr excelentes cueros, es por este motivo que es de gran importancia para el mercado argentino ya que se emplea en trabajos de mobiliario y tapicería de vehículos.

En Perú, algunas de las zonas productoras de tara presentan deficiencias en la aplicación de la cadena de valor, lo cual se ve reflejado en la producción y la comercialización. Bereche Pupuche & Casas Saucedo (2017) primero En la sección de Lambayeque, nombra los factores que limitaban el correcto funcionamiento que se ve reflejado en un bajo nivel de producción de tara en vainas. En el sector de La Frontera de Mórrope, se percibe falta de conocimientos en técnicas de gestión Control productivo e integrado para hacer frente a las plagas y enfermedades; así mismo poseen una organización insuficiente entre ellas Los productores de tara comparten sus productos y comercializan de manera primaria, en muchos casos un cuentan con apoyo de instituciones públicas o privadas para que les presten asistencia técnica.

Actualmente los productores de este cultivo en Cajamarca sobresalen la cooperativa Agraria Productores del Norte, la cual se fundó en el 2003 como asociación, por Víctor Quiroz Castañeda, quien desempeña actualmente el cargo de Gerente, ya en el 2015 mediante un exhaustivo estudio de mercado lograron convertirse cooperativa. La organización está dividida en 5 regiones en el norte del Perú con sede principal en la ciudad de Cajamarca, agrupa a productores de la provincia de San Marcos, la cual representa a un total de 22 productores; así mismo se encuentran los productores del distrito de Jesús que están presentes en 4 caseríos: i) Santa Rosa de Lacas ii) Chuco iii) La Hualanga iv) La Succha, haciendo un total de 23 productores, y en la provincia de Celendín se encuentran los distritos de Chumuch y Sucre con un total de 48 productores, estos aunados a los anteriores se dedican a la producción y comercialización de productos agrícolas, incluida la tara y la quinoa; Trabajando codo con codo entre socios, sus familias y el mercado con la intención de hacerlo crecer y mejorar la oferta, del mismo modo pretenden mejorar sus condiciones económicas, sociales y ambientales y poder fortalecer el vínculo entre productor y consumidor final.

A su vez, se puede señalar que el cultivo de la tara es calificado como una acción forestal que no daña el ambiente, lo cual representa un manejo y aprovechamiento de manera sostenible y de permanente regeneración. El empleo de su fruto se realiza sin perjudicar al medio ambiente, esta tarea debe estar conducida de una conducción y cuidado conforme con su importancia, especialmente como productora de ingresos, a los pequeños productores de la región, que tienen en sus propiedades un cultivo que ofrece recursos de forma natural y silvestre.

La plantación de la tara en la región se identifica por su escasa técnica productora con una limitada noción de procesos agrícolas que permitan optimizar la producción y provecho de las plantas. La investigación especializada debe ser coordinada y

socializada, de acuerdo con las cuantificaciones regionales. De la misma forma, es necesario que se reconozcan nuevas técnicas de obtención, procesamiento y colocación de este cultivo.

Igualmente, para la mejora de las plantaciones es necesaria poner en funcionamiento semilleros y sembradíos, además de un adecuado manejo agroeconómico de los cultivos con procedimiento de riego, recolección y sostenimiento de las plantas con tecnología de vanguardia. Cabe señalar que el nivel de educación de los habitantes, así como el adiestramiento técnico de la mano de obra en las regiones de producción es muy bajo, lo cual entorpece la ejecución de nuevas metodologías. Con relación a las instalaciones existentes en la zona, se puede indicar que parte de la misma favorece al proceso de este cultivo, pero podría ser más eficaz y competitiva. Al implementar nuevas tecnologías se podría aprovechar al máximo la producción de la tara para la elaboración de sus derivados.

Es por eso que se plantea identificar esos mercados en los cuales existe esa posibilidad de expansión, teniendo en cuenta la relevancia de nuestras exportaciones en esos países y la competencia directa que encontramos en nuestra región, tales como Chile y Brasil; con la finalidad de que las autoridades respectivas puedan centrar esfuerzos con evidencia científica.

1.2. Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Sidón (2014) en Cadenas Productivas locales y crecimiento económico en los estados de Nuevo León y Baja California, quiere identificar los encadenamientos productivos locales en los sectores económicos de ambos estados, las características y factores que hacen posible el crecimiento económico. Así mismo, se plantea analizar cómo es que la vinculación entre sectores mediante las cadenas productivas se identifica la formación de clusters. Para lo cual

utilizó encuestas y entrevistas. Concluyendo que los vínculos entre los sectores económicos son importantes instrumentos para la toma de decisiones de política económica, ya que de ello dependerá en gran medida el éxito o fracaso del crecimiento económico de un país, estado o región. En los análisis teóricos sobre desarrollo endógeno se identificó también que una economía regional es fuerte cuando todos sus sectores de actividad económica se articulan, propiciando efectos positivos en el desarrollo económico.

Hernández (2013) en la tesis Análisis de la cadena productiva del pulque del estado de México y Tlaxcala obtuvo que Trabajar con los productores en aspectos organizativos para integrarlos en organizaciones o grupos de trabajo, logrando obtener mejores condiciones de precio, diversificación y comercialización para su producto. utilizando investigación bibliográfica, encuestas, investigación de campo con el objetivo de Realizar la comparación de la cadena productiva del pulque en los municipios de Jiquipilco, Estado de México y Nanacamilpa, Estado de Tlaxcala para determinar los elementos que determinan que un municipio obtenga mayores ingresos económicos por la misma bebida.

Antecedentes Nacionales

Según Guamán (2020), respecto a la cadena de valor de cacao bajo sistemas agroforestales con jóvenes productores, de la Corporación Fortaleza del Valle, se encuentra en proceso de formación. Las fincas cacaoteras han trabajado de manera empírica, a raíz de ello las debilidades de se encuentran en el aspecto administrativo, técnico y económico. En la cadena se identifican cinco eslabones, siendo la Corporación Fortaleza del Valle el actor directo tanto para la provisión de insumos, como para el acopio y manejo de postcosecha y la comercialización, cabe resaltar que el eslabón de la producción está a cargo de 40 jóvenes socios. Se sabe que el bajo nivel de apoyo técnico a los jóvenes socios genera debilidades en la cadena, generando la falta de compromiso de los socios con la Corporación debido a que económicamente no es rentable la producción agrícola para ellos, por lo que se es más

conveniente a realizar actividades fuera de la finca que les retribuya un mayor ingreso económico

Valdivia (2016) en la tesis "Análisis de las limitantes en la competitividad de la cadena productiva de la tara (caesalpinia Spinoza) en la región de Apurímac se propuso analizar las limitantes de la competitividad que influyen en el desarrollo de la cadena productiva de la tara en la región Apurímac, para lo cual aplicó matrices de priorización de cadenas productivas, encuestas y entrevistas; obtuvo como resultado determinar las restricciones comerciales, organizacionales, tecnológicas para promover el crecimiento y desarrollo orientados al fortalecimiento de la competitividad de los actores de la cadena. Los principales puntos críticos fueron identificados dentro de la organización de los actores principales de la cadena, con las restricciones encontradas en la producción de tara se han planteado estrategias de acción en función de los objetivos estratégicos para mejorar la organización de los actores de la cadena.

Mamani (2016) según la tesis La cadena de valor en la producción de tara de la región Tacna para su vinculación con el comercio internacional en los años 2014 y 2015 en la cual utilizo Cuestionario de encuesta y documentos relacionados en la que se ha evidenciado que existe un bajo nivel tecnológico y que a su vez es un eslabón muy débil que afecta a la producción de tara de la región Tacna, ya que tienen limitaciones en el tipo de riego que utilizan, las maquinarias con las que cuentan y los tipos de almacén que tienen. Con el único objetivo Analizar la cadena de valor en la producción de tara de la Región Tacna para su vinculación con el comercio internacional.

Torres (2016) en la tesis Análisis de la cadena productiva del café y estrategias de mejora en la provincia de san Ignacio en la cual utilizo encuestas, revisión de teorías bibliográficas y recolección de datos secundarios obtuvo que El análisis de la cadena

productiva del café evidencia diversos estados de desarrollo de la gestión de los productores, manifiesto en sus capacidades y limitaciones para negociar en el mercado (con sus compradores, proveedores, organismos públicos y privados, y otros actores), para aprovechar las oportunidades existentes y acondicionarse a sus exigencias, y para establecer alianzas con terceros (gobierno local e instituciones del Estado). En la cual La población estuvo conformada por los 350 socios de la Cooperativa de Servicios Múltiples APROCASSI de la Provincia de San Ignacio que forman parte de cadenas productivas. Con el objetivo de Analizar la cadena productiva del café para establecer estrategias de mejoras en la Provincia de San Ignacio.

Valencia (2015) en la tesis Análisis de las características de la cadena productiva de la quinua en el distrito de la encañada para desarrollar la leche de la quinua y comercializarla en el mercado de Washington en el año 2015 en la cual utilizo entrevistas y fuentes primarias en productos de Cajamarca obtuvo que Al analizar la situación actual de la cadena productiva de quinua en Cajamarca, identificamos algunos cuellos de botella que la están afectando, y limitan la producción del grano como la falta de conocimiento de los productores en cuanto a técnicas de cultivo, la falta de asociatividad lo que hace que se produzca poco volumen, falta de tecnología tanto para la producción como para la transformación del producto.

Solar (2015) en la tesis “Análisis de la cadena productiva para la exportación de orégano (*origanum vulgare l*) en el distrito de puquina – Moquegua - 2015” en la cual utilizo Bibliografía secundaria, Encuestas dirigidas a los productores de orégano, Encuestas dirigidas a los acopiadores de orégano., Encuestas dirigidas a las empresas comercializadoras de orégano, Entrevistas con las empresas, organizaciones y demás que se encuentran afines con el orégano de la zona, Cuestionario de focus group dirigido a los productores de orégano, Salón de conferencias del municipio de Puquina, para realizar el

focus group teniendo como resultados que los Acopiadores en la cadena productiva de orégano en Puquina, juegan un papel principal como los compradores del orégano al productor. Los acopiadores llegan desde Tacna y Arequipa solo a comprar el orégano, para luego regresar, a fin de procesarlo y comercialarlo. Con el objetivo de Conocer, identificar y analizar a la cadena productiva del orégano; así como también la problemática del sistema productivo actual y proponer una cadena que permita integrar, articular y mejorar los diferentes actores de la cadena y así obtener un mejor producto para la Agro exportación.

Barrizuetas (2014) en la tesis “Análisis de la cadena productiva y su impacto en la exportación de quinua en el distrito de majes, provincia de caylloma - arequipa para el período 2009 - 2014”, en la cual se utilizó los testimonios de expertos, obtenidos por entrevistas realizadas a agroexportadores, empresarios, profesionales de instituciones públicas y privadas, presidentes de asociaciones de productores, profesionales y Consultores relacionados con el objetivo de Analizar la Cadena Productiva y Exportación de la Quinua en la Provincia de Caylloma, Distrito de Majes, Arequipa se dio con el resultado que dentro de las principales fortalezas se aprecia que cerca de 70 mil unidades de producción cultivan QUINUA, de estas un 78% lo cultivan de manera irregular y solo para autoconsumo ya que la quinua es un producto altamente demandado por su alto contenido nutricional, y afortunadamente el comportamiento de precios es favorables para la producción de alimentos orgánicos.

Llamo Burga (2017) hace referencia a Cajamarca como la región que representa mayor participación de exportación de la tara nivel nacional, esto a causa de utilizar correctas técnicas productivas, eficiente gestión, diligente proceso de comercialización, mayor disposición de parcelas cultivables y diversidad de climas que facilitan la adaptación de productos en el departamento.

1.2 Formulación del Problema:

En base a lo anteriormente señalado y conociendo la problemática de la cadena de producción existente en Cajamarca la cual a la fecha presenta múltiples problemáticas esta investigación trata de responder le siguiente interrogante:

¿Cuál es el análisis de la cadena productiva para la exportación de derivados de la tara hacia Argentina?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivos General

Analizar la cadena productiva en la exportación y distribución del ingreso del sector productivo de la tara y derivados que permita desarrollar ventajas en las etapas de comercialización hacia Argentina

1.3.2 Objetivos Específicos

- Describir el estado actual de la cadena productiva de la tara
- Proponer estrategias entre los actores de la cadena productiva para el mejoramiento de la comercialización de la tara y sus derivados.

1.4 Hipótesis

Del análisis de la cadena productiva para la exportación de derivados de la tara hacia Argentina se desprende que al efectuar un análisis cómo es que la vinculación entre sectores mediante las cadenas productivas se puede mejorar la exportación y distribución del ingreso del sector productivo de la tara y derivados que permitirá desarrollar la comercialización hacia Argentina.

La Productividad

Menciona, Prokopenko (1989), que la productividad se define como el uso eficiente de recursos -trabajo, capital, tierra, materiales, energía, información- en la producción de diversos bienes y servicios. Una productividad mayor significa la obtención de más bienes

o servicios con la misma cantidad de recursos, o el logro de una mayor producción en volumen y calidad con el mismo insumo. Según Carro y González (2012), la productividad implica la mejora en la relación existente entre lo producido y los recursos utilizados, lo que desarrolla significativamente y favorablemente los procesos productivos de bienes y servicios.

Manifiestan, Rodríguez y Gómez (1991), que la productividad es el factor que evalúa la capacidad del sistema para elaborar los productos que son requeridos (que se adecúan al uso) y a la vez del grado que aprovechan los recursos utilizados, es decir el valor agregado, el cual tiene dos vertientes para su incremento: producir lo que el mercado valora y hacerlo con el menor consumo de recursos.

Las Cadenas Productivas o de valor

Menciona, Campero (2015), que una cadena productiva es el conjunto de agentes y actividades económicas que intervienen en un proceso productivo, desde la provisión de insumos y materias primas, su transformación y producción de bienes intermedios y finales, hasta su comercialización en los mercados externos e internos, incluyendo proveedores de servicios, sector público, instituciones de asistencia técnica y organismos de financiamiento. En la actualidad el desarrollo de las empresas ha enfocado la relevancia a las cadenas productivas, pues se han transformado en el principal elemento de ventaja competitiva, es así como Tomta y Chiatchoua (2009), define también a la cadena productiva como el periodo comprendido de todas las fases que involucran la elaboración, distribución y comercialización de un producto o servicio hasta llegar al consumidor final.

El enfoque que deben tomar las cadenas productivas debería ser de manera no lineal, dinámica, escalable, sistemática y digital donde el conocimiento sea el aporte incorporado de bienes con mayor valía. Las cadenas productivas involucran a distintos participantes en el proceso ya sean productores, proveedores y consumidores como parte de un mismo

núcleo, en el cual los dos primeros realizan acciones a medida de este último participante. Es un enfoque que vuelve al proceso productivo mucho más rápido debido a que es más colaborativo y sistemático, lo que conlleva. La integración resulta importante dentro de una cadena productiva, ya que contribuye al fortalecimiento de los agentes participantes en el acuerdo, genera mayor rentabilidad en la producción, disminuye riesgos, facilita la obtención de insumos, información de mercados, tecnología de punta así como a fuentes de financiamiento, además de mejorar el aprovechamiento de mano de obra.

Asegura, Isaza (2008), que las cadenas productivas, funcionan como un mecanismo analítico, e integran una unidad importante dentro del diseño de las políticas de promoción a las Mypes, en este tipo de enfoque se facilitan la coordinación de acciones dentro de la cadena de valor en el cual algunos de los integrantes presentan altos niveles de competitivas y en los que se pueden generar estrategias para la creación de nuevos empleos y riqueza sostenible.

La Exportación

Según, SUNAT (2019), es uno de los regímenes aduaneros, por medio del cual es aprobada una mercancía nacional o nacionaliza para que salga del territorio aduanero, con la finalidad de ser consumido en el extranjero. El control de las exportaciones se encuentra concebida por bajo la norma vigente del país, y se estima en función del ingreso generado o a la cantidad exportada.

Además, las exportaciones se definen según Hill (2007), como la venta de bienes o servicios producidos en un país para residentes de otro, siendo así que los productores o empresarios de determinados productos encuentran las posibilidades de mayores oportunidades de mejorar sus ingresos en mercados extranjeros donde tengan mayor participación en nuevas industrias.

Formas de Exportación

Exportación Directa

Esta forma de exportación se efectúa cuando el mismo fabricante se encarga de administrar todo el procedimiento de exportación (fijación de precios, búsqueda de clientes, etc.), en esta exportación se exige un mayor compromiso, sin embargo genera mayores ganancias y se obtiene a través de ello crecimiento empresarial a mediano y largo plazo, ya que existe relación directa con los mercados y clientes, sin la necesidad de invertir en intermediarios que pueden realizar algunas actividades dentro del proceso de exportación.

Exportación indirecta

Es el modo de exportación más común ya que se efectúan a través de intermediarios especializados en determinados mercados y que son un buen instrumento de inserción internacional. El nivel de riesgo en esta forma de exportación es mínimo ya que no compromete recursos.

En la exportación indirecta el fabricante no es quien decide que producto puede ser vendido en el mercado extranjero, siendo los intermediarios los que realizan las actividades en el procedimiento de exportación (tareas de investigación de mercado, y la gestión de exportación, etc.), esta forma es la más interesante para comenzar a colocar los productos propios en el extranjero.

Las regiones de la sierra poseen las condiciones propias para la producción de cultivos agrícolas, es el caso de la quinua donde la zona de producción es Puno con el 86% del total nacional o la tara que se produce en las regiones de la sierra interandina y en las lomas de la costa y donde las principales zonas productivas son Cajamarca y La Libertad.

En el primer capítulo de la presente tesis, se da como propósito dar a conocer la problemática de la cadena de producción de los derivados de la tara existente en Cajamarca, con la cual a medida que avanza la investigación se describirá y se propondrá estrategias entre los actores de esta investigación para mejorar la comercialización para la distribución

del sector productivo de la tara y sus derivados que permitirán desarrollar la exportación hacia Argentina.

Nombre científico: *Taya Caesalpinia spinosa (Molina) Kuntze*

(Ministerio de Agricultura y Riego, 2019).

La tara es una planta originaria del Perú, la cual es aprovechable en casi su totalidad ya que sus propiedades y composición hacen de ella un producto con mucho potencial y del cual aún se están realizando estudios sobre sus beneficios. La tara está compuesta por un 45% de polvo, 33% de pepa y 22% de fibra. Compuesto de gran utilidad en las industrias de curtiembre, química y la de alimentos. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019).

La importancia que tiene este producto en los sectores antes mencionados y en otros en los cuales se están realizando investigaciones, explican el constante crecimiento de la comercialización de este producto en sus dos principales presentaciones. Polvo y Goma.

Producción de la Tara

Como bien mencionamos, en párrafos anteriores, al ser una planta de origen andino, ha permitido que sus características y propiedades se hayan adaptado de manera impresionante a algunos de los diferentes climas de nuestro país, ya que crece entre los 800 a 280 msnm (Autoridad Nacional del Agua, 2021).

En cuanto a su producción, la tara es un producto que goza de buena rentabilidad y es por eso que su producción se ha extendido en 17 regiones de nuestro país, siendo Cajamarca, Ayacucho, Huánuco, Ancash, La Libertad y Cusco los principales productores, siendo los meses comprendidos entre junio y agosto, los meses de mayores cosechas (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019).



Fuente: Ministerio de Agricultura y Riego (2019)

Figura 1: Producción nacional de Tara 2010 – 2018 en toneladas

La figura 01 nos permite ver que la tendencia creciente de la producción de tara, dentro del territorio nacional, inicia en el año 2002 con los primeros cultivos para comercialización llegando actualmente a una producción 10 veces más que la inicial.

Según datos del Ministerio de agricultura, la producción de las tres principales regiones, para el año 2018, fueron como siguen: La Libertad (9942 toneladas), Ayacucho (8591 toneladas) y Cajamarca (5757 toneladas). Estas tres regiones representan alrededor del 80% de la producción nacional (Ministerio de Agricultura y Riego, 2019).

Partida arancelaria

La Tara es un producto exportable en dos presentaciones: en Goma y en Polvo. La partida arancelaria armonizada de la tara en polvo es 14.04.90.20.00, mientras que la partida arancelaria de la tara en goma es 13.02.39.10.00. (SUNAT, 2023)

Para esta investigación se tomará como referencia la partida de mayor representación como es la tara en polvo, esto debido a que la mayor producción de tara de la región es principalmente en polvo.

Comercio internacional

Entendiendo el comercio internacional como aquel mecanismo bajo el cual se realizan transacciones comerciales entre dos economías que necesitan beneficio mutuo mediante estas, ya que por razones tales como: insuficiente producción, limitantes de recursos, entre otros, busca satisfacer su necesidad bajo este intercambio que sobrepasa sus fronteras (EALDE, 2021).

Definición que se condice con lo señalado por Parkin, Esquivel, & Muñoz (2007), quienes indican que todas aquellas transacciones entre países constituyen relaciones comerciales en el marco del comercio internacional.

Herramientas de la inteligencia comercial

De acuerdo con Cotrina (2018), las herramientas de inteligencia comercial, son los instrumentos necesarios para mejorar la participación de las empresas exportadoras en el mercado internacional, pues es importante para reducir riesgos del mercado (identifica oportunidades de negocio antes o mejor que la competencia, anticipa los cambios en el mercado y brinda alta calidad de información sobre el cliente o competidor), disminuye costos de venta (mejora el control y la administración de ventas), mejora el conocimiento de la competencia (optimiza la distribución de la información dentro de la organización y su seguridad), facilita un buen planeamiento y ejecución, así como, permite priorizar la inversión en mercadeo.

En definitiva, según Revolledo (2018) las herramientas de inteligencia comercial son aplicaciones tecnológicas que brindan información sobre mercados y productos para la toma de decisiones, identificando oportunidades de negocios, evaluar la competencia, proyectar y adaptar el producto al mercado entre otros beneficios. Para la presente investigación se destaca diez herramientas de inteligencia comercial propuestas por PromPerú, sobre análisis de mercados que pueden permitir el desarrollo comercial de una empresa exportadora y sobre

la cual trabajaremos, entre las cuales predominan: Trade Map, Standards Map, SIICEX, SUNAT, Global Trade Helpdesk, Euromonitor, CBI, Market Access Map, TFO, USDA.

- **Trade Map:** Esta herramienta proporciona en forma de tablas, gráficos y mapas, indicadores de desempeño exportador, de demanda internacional, de mercados alternativos y de mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras. Trade Map cubre 220 países y territorios y 5300 productos. Los flujos comerciales mensuales, trimestrales y anuales están disponibles desde el nivel más agregado hasta el nivel de línea arancelaria.
- **Standards Map:** es la base de datos sobre estándares de sostenibilidad más detallada y completa del mundo. Es una herramienta que asiste a las grandes, medianas, pequeñas y microempresas en el desarrollo de una hoja de ruta para incorporar requerimientos de sostenibilidad demandados por compradores internacionales. Las empresas latinoamericanas que cumplen les abre las puertas del mercado orgánico en EEUU. La herramienta está disponible en línea como un bien público mundial. Te permite analizar y comparar aproximadamente 133 iniciativas de sostenibilidad aplicables a más de 80 sectores industriales en unos 180 países.
- **SIICEX:** es el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior que ofrece mediante su portal Web información actualizada y clasificada a la comunidad empresarial, especialmente a los exportadores peruanos, para fortalecer e integrar sus negocios al mundo, la misma que está organizada por perfiles.

Inteligencia de mercado

Está referido a estadísticas de comercio exterior o comercio internacional: Reportes nacionales e internacionales de exportación e importación. Información de mercado/producto: estudios, perfiles y reportes. Precios referenciales internacionales. Ficha país: Información general y comercio exterior.

Promoción comercial

Está referido al directorio de compradores extranjeros: Más de 300 mil compradores. Sistema de oportunidades de negocios: demandas internacionales. Red de misiones en el exterior: Portal con información de embajadas y oficinas en el exterior. Eventos comerciales e internacionales: Ferias, misiones y otros.

Oferta exportable

Está orientado al directorio de exportadores peruanos. Más de 2,500 empresas clasificadas por sectores y productos. Fichas de producto: Información técnica. Biocomercio. Facilitación: Directorios de instituciones y organizaciones facilitadoras del comercio nacional e internacional.

Negociaciones y acceso a mercado

Está referido a las políticas de comercio exterior; acuerdos comerciales y negociaciones; calidad, normas y regulaciones, información para el negociador.

Programas de capacitación

Está referido al establecimiento de cursos presenciales y virtuales de los programas de promoción y difusión de la cultura exportadora. Capacitación en línea a través del curso E-learnig, sobre exportaciones y temas relacionados al comercio internacional.

Comunicación permanente

Está referido hacia los exportadores peruanos los mismos que tendrán una ventana de comunicación permanente con: Un consultor de PROMPERU y un negociador de

MINCETUR para transmitir sus inquietudes en temas de acceso a mercados, mediante los consejeros comerciales del Perú en el exterior.

Herramientas de interacción

Está dirigido a la publicación de boletines especializados, realización de encuestas y el envío de mensajes de correo para estar siempre en contacto.

SUNAT: La (Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria) es la entidad que ofrece información sobre los productos de exportación de manera completa (exportación, mensual y anuales), así como también la clasificación arancelaria de la mercancía, los aranceles de importación, tasas, sobretasas, acuerdos, DAM (Declaración Aduanera de Mercancías), manifiestos de carga y demás información conexas en materia exportadora. Esta es la herramienta, según la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, la más completa de inteligencia de mercado con información nacional de materia exportadora y tributaria.

- **Global Trade Helpdesk (GTH):** es una iniciativa de múltiples agencias liderada conjuntamente por el ITC, la UNCTAD y la OMC, que tiene como objetivo simplificar la investigación de mercado, especialmente las micro, pequeñas y medianas empresas, mediante la integración de información comercial y de negocios en un solo portal en línea para proporcionar una solución integrada que proporcione una gran cantidad de información comercial global al alcance de los empresarios alrededor del mundo. Con GTH, las empresas pueden comparar la demanda de sus productos en todos los mercados, explorar los aranceles y otras condiciones de acceso al mercado, acceder a los detalles sobre los compradores, navegar por los procesos nacionales de exportación y encontrar socios comerciales en todo el mundo. Por otra parte, el acceso al comercio y la

inteligencia de mercado es fundamental para el éxito de las exportaciones. Sin embargo, las micro, pequeñas y medianas empresas a menudo carecen de los recursos y las habilidades para adquirir y procesar información relacionada con el comercio. Esto los pone en desventaja y les impide explorar oportunidades comerciales. En este sentido, según las encuestas del ITC de 28,000 empresas en 56 países (2010-2017), casi la mitad reportaron que la falta de acceso a la información y los problemas de transparencia en la información eran obstáculos claves. El análisis demostró además que cuanto más pequeña es la empresa, mayores son los desafíos para acceder y utilizar la información comercial y de mercados relevante.

De acuerdo a las asociaciones empresariales peruanas, el Global Trade Helpdesk centrará sus esfuerzos en cuatro actividades clave para mejorar el acceso a la información clave del mercado por parte de las empresas:

- Desarrollar una herramienta interactiva que integra información relevante y comprensiva sobre comercio e información de negocios
- Construir una red internacional, regional y nacional de socio que coordinan la recolección y diseminación de la información comercial
- Fortalecer los esfuerzos de recopilación de datos para maximizar las sinergias, la cobertura y las actualizaciones de la información
- Capacitar a las partes interesadas nacionales en el uso del GTH para apoyar mejor sus Mypes y Pymes.

CBI: La plataforma de Inteligencia de Mercado CBI proporciona información de mercado con fecha actualizada de acuerdo a la Unión Europea. Se trata de una valiosa fuente de información para los exportadores con el fin de preparar y

mantener sus actividades de comercialización de las exportaciones. En tal razón, el Centro de Promoción de Importaciones de los países en desarrollo (CBI), es una agencia del Ministerio de Asuntos Exteriores de los Países bajos que ofrece asistencia especializada a los exportadores de países en desarrollo. Por lo que el departamento de Inteligencia de Mercados del CBI proporciona conocimientos actualizados del mercado de la Unión Europea en más de 20 sectores en relación con las principales tendencias, ámbitos de competencia, canales de comercialización, segmentos de mercado y los requisitos de los compradores.

Market Access Map: Es un portal analítico gratuito que permite a los usuarios acceder, comparar, analizar y descargar derechos de aduana, contingentes arancelarios, remedios comerciales y medidas no arancelarias aplicables a un producto específico en cualquier mercado del mundo. Esta aplicación web es interactiva, simple y fácil de usar. El acceso a este portal permite adentrarse a los siguientes componentes:

Acerca del registro: ¿Por qué debo de registrarme para utilizar Market Access Map?

- Si usted es exportador o un importador:
- Encuentre información sobre aranceles y otros requisitos de acceso al mercado de forma rápida, fácil y gratuita en nuestro módulo visión general.
- Compare los derechos de aduana impuestos a su producto en múltiples mercados utilizando nuestros gráficos y mapas interactivos
- Si usted es un negociador de comercio.

- Analice más de 400 acuerdos comerciales que están bajo consulta, firmados, celebrados, vigentes o no activos, así como sus textos, líneas de tiempo y partes contratantes.
- Identifique los socios y sectores prometedores para una mayor liberalización en virtud de acuerdos de libre comercio.
- Acerca de la disponibilidad de datos y la fuente de datos: ¿Qué tan frecuente se actualizan los datos de Market Access Map?
- Los datos de Market Access Map se actualizan continuamente. Para ciertos países, la actualización se hace una vez al año. Sin embargo, algunos países cambian sus tasas arancelarias y/o requisitos de mercado varias veces al año, por lo que no siempre capturamos esos cambios.
- Acerca de la clasificación de productos: ¿Cómo encuentro el código SA que se aplica a mi producto?
- Se va a la búsqueda de producto, teniendo en cuenta que los códigos de producto del SA son únicos, por lo tanto, se recomienda que se utilice la búsqueda jerárquica cuando sea posible.
- Acerca de los tipos arancelarios: ¿Por qué obtengo múltiples aranceles aplicados para el mismo producto?
- Market Access Map le muestra todas las tasas arancelarias aplicables a un producto importado desde un país específico por otro país.

La promoción a las exportaciones tiene como protagonista al empresariado, así como a los operadores del comercio exterior que se encarguen de la búsqueda de información respecto a las posibilidades existentes en el mercado para implementar un programa de

exportación que abarque el análisis de riesgo del producto. Al respecto esbozaremos brevemente algunos alcances de la promoción de las exportaciones.

Según Alvarado (2017), el gran beneficio del comercio exterior se encuentra en lograr que estas superen a las importaciones, para generar un superávit en la balanza comercial, por lo tanto, se hace necesario iniciar un franco proceso de promoción de las exportaciones, ya que no basta contar con el marco jurídico adecuado. En tal sentido, además de la decisión política, es necesario tener la información necesaria acerca de la calidad del producto exportable, preferencias de los mercados externos, precios internacionales, competitividad, costos tributarios, entre otros aspectos extrajurídicos.

En el actual contexto económico, se plantea la idea de impulsar las exportaciones a través de la implementación de beneficios para el financiamiento en diversos sectores de la economía con potencial exportador o reducción de costos tributarios para impulsar la producción de bienes exportables. En efecto, en estos últimos meses, como lo señala Alvarado (2017), se menciona al desarrollo o promoción de exportaciones como una de las principales metas a corto plazo. De aquí que, las normas legales que un gobierno diseña para regular el flujo de ingreso y salida de mercancías, su tratamiento tributario, los beneficios, inafectaciones y exoneraciones.

Por otro lado, Martínez (2017), señala que la promoción de las exportaciones surge como una respuesta amplia a las necesidades de las Pymes, a raíz de la complejidad para exportar y de su carencia de recursos, capacidades, experiencia y conocimientos, que pueden situarla en desventaja competitiva en los mercados internacionales. Así, la promoción de exportaciones se ha convertido en una política prioritaria de los gobiernos desarrollados, recién industrializados y, especialmente, en vías de desarrollo, al considerar las fuertes implicaciones que tiene la exportación en la política económica de una nación.

Los modelos de desarrollo de exportaciones comenzaron en la década de 1980 cuando autores como Chinkota (1982) y Singer (1985) comenzaron a examinar este tema y su papel en la estrategia de exportación de una empresa. Esto se debe a la opinión generalmente aceptada sobre la complejidad de la empresa internacional y la falta de conocimiento, lo que puede poner a la empresa en desventaja competitiva; especialmente entre las pymes. Sin embargo, el desarrollo de la tercerización es visto como una respuesta amplia a la necesidad de las empresas de acceder a más información.

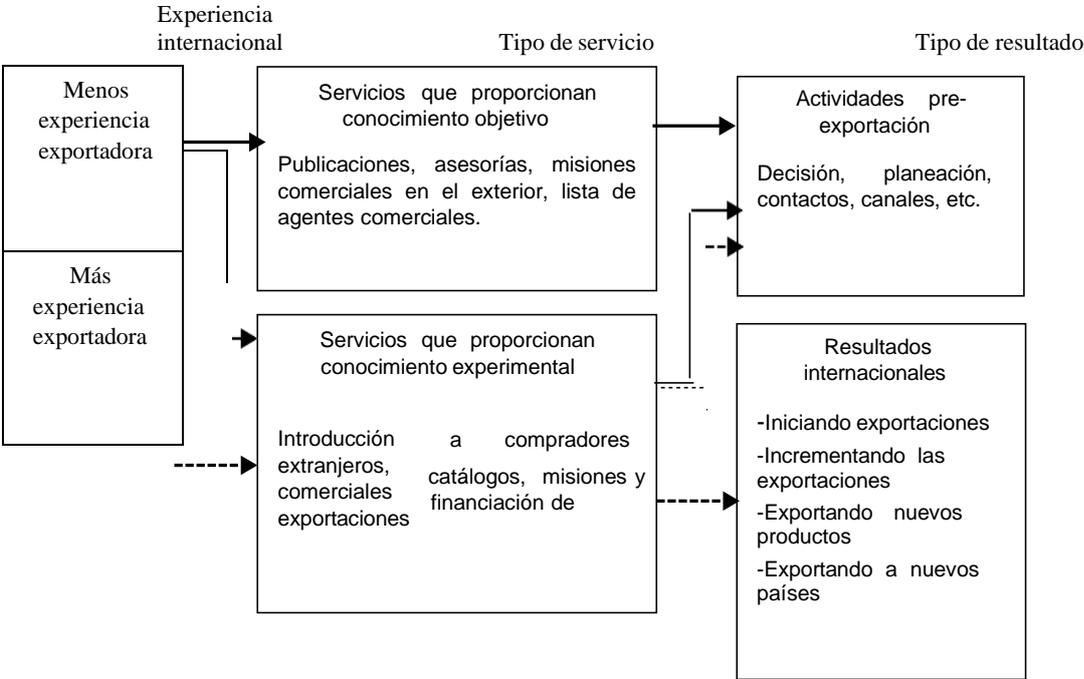


Figura 2 Modelo sobre el efecto de la promoción de las exportaciones. Tomado de: “Desarrollo de la exportación estratégica” por: Czinkota, M. (1982).

Este ejemplo muestra que el compromiso y la persistencia de la dirección de la empresa tiene una mayor influencia en el desarrollo de las exportaciones que la influencia del tamaño de la empresa, en el desarrollo de las exportaciones y la naturaleza de los programas y servicios de desarrollo exterior.

Dimensión competitividad de la tara peruana en el comercio internacional, periodo 2010-2018

Perú muestra un gran potencial en la producción de productos agrícolas debido a diversos factores que crean ventajas comparativas. Sin embargo, diversos autores se refieren a los productos peruanos más grandes en términos de valor FOB, por ejemplo, aguacates, café, uvas y arándanos, sin considerar el envasado de productos agrícolas en uno de sus dos idiomas, polvo o chicle, independientemente de que las exportaciones se incluyan como ganancia porque, según Minagri (2019), “la tara es considerada el producto básico más rentable para el agro comerciante peruano por la buena acogida y los altos precios en el país” (p. 34).

Perú ocupa el puesto 63 de 140 países, cuarto en América del Sur y sexto en América Latina y el Caribe, según el índice de competitividad de Márquez, Cosío y Manrique (2020) 2018. Otra cosa sobre el nivel de competitividad en el país el nuestro es competencia y la creación de un documento tomado por el Consejo Nacional de Competitividad y Competitividad (2019), que el Gobierno de Perú dio a conocer al presentar las metas relacionadas con los pilares principales. con que fue fundado. dividida en cuatro categorías.

De acuerdo a lo dicho, se analizó la competitividad de los envases peruanos en el comercio internacional utilizando un método cualitativo como método de análisis para comprender la relación de trabajo (producción, acopio, transformación y comercialización) que se establece entre las organizaciones a partir de la primera propuesta. hasta el último bocado. En este sentido, su análisis permite explicar el desarrollo de cada evento para destruir el producto que producen (ver Tabla 1).

TABLA 1

Actores de cadena de valor de tara

Actores directos	Actores indirectos
Proveedores de insumos	Proveedores de asistencia técnica
Productores primarios (recolectores y emprendedores)	Transportes

Productores empresas	Estado con sus organismos
Acopiadores: Pequeños, medianos y mayoristas	Entidades de apoyo
Empresas transformadoras: Grandes, medianas y pequeñas	
Empresas exportadoras: Grandes, medianas, pequeñas	
Consumidores finales: 3% mercado interno, mayormente mercado externo como insumo para industrias diversas	

Tomada de: “Competitividad de la tara peruana en el comercio internacional, periodo 2010-2018” por Márquez, O., Cosío, R. y Manrique, M. (2020).

Según la tabla 1, los pasos de producción son: Suministro de materiales (debido al bajo nivel de tecnología utilizado en la producción de materiales, esta conexión es débil, limitada a unas pocas fuentes que abastecen a los agricultores con fertilizantes orgánicos, y otras y comerciantes que suministran bienes y materiales); producción (segundo enlace a eventos relacionados con la producción de cultivos: crecimiento de cultivos, siembra, deshierbe, irrigación, irrigación, poda, raleo, recolección de vainas y manejo poscosecha); colección (el tercer enlace se cierra carga y descarga, clasificación, almacenamiento, embalaje, embalaje y envío).

De igual forma, la transformación (eslabón que permite agregar valor al producto a través de diferentes procesos (donde conduce la tecnología), que generalmente se realiza fuera de las áreas productivas en empresas industriales definidas; empresarial (quinto eslabón de la cadena por donde pasa el producto transformado) se exporta como producto de la elaboración de distintos bienes a otros de Uso Nacional (cuando empresas extranjeras lo producen como producto industrial para llegar al uso de último).

Los resultados sugieren que el bacalao peruano no fue competitivo en el comercio internacional durante el período 2010-2018. Recién en 2016 mostró competitividad ya que el precio internacional por kg estuvo cercano a los USD 3,00 frente al precio nacional de S/. 1.51 sole después de 8 años de baja competencia. Por lo tanto, para aumentar la competitividad y satisfacer las demandas que el proceso de globalización impone al

desarrollo de innovaciones para crear nuevos productos habilitadores de procesos, debemos agregar valor y superar las limitaciones comerciales, organizativas y tecnológicas. mejorar las actividades en cada etapa.

Los cambios organizativos y la estrategia de mercado antes mencionados. Para Márquez, Cosio, Manrique (2020) Esto permitirá al país pasar de una estructura exportadora basada en la ventaja comparativa a una basada en la ventaja competitiva en mejores condiciones.

Según Minagri (2019), en 2018 se exportó con un valor FOB de más de USD 40 millones, siendo los principales mercados de destino China, Italia, Brasil, México, Argentina, Bélgica, Alemania y Estados Unidos. Especialmente Brasil, Chile, El Salvador, España y Francia. La goma de tara se exporta a un precio FOB de más de 10 millones de dólares EE.UU., con mercados importantes como Suiza, los Países Bajos, Francia y los Estados Unidos. En cuanto a la extracción nacional de magulladura. Las principales zonas de extracción de magulladura se ubican en los departamentos de Cajamarca, Ayacucho, Ancash, La Libertad y Lambayeque, alcanzando a altura nacional unos derechos media de aumento interanual de 38% (ver figura 3).



Figura 3. Producción nacional de tara 2000-2018, tomada de “Exportaciones de tara” por: Minagri (2019). Informe económico anual.

De la producción de bienes en las principales áreas de 2018, se puede ver que los datos estadísticos de Minagri (2019) muestran: La Libertad, Ayacucho y Cajamarca, que en conjunto concentran el 79,0% de la producción nacional, seguidos de Huánuco, Ancash y Cusco con el 19,0% (ver figura 4).

Perú: Producción de tara en vaina por principales regiones año 2018

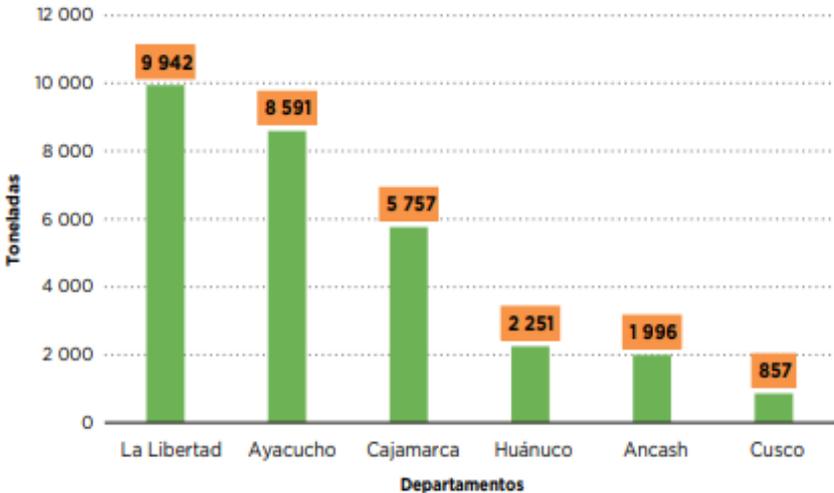


Figura 4 Producción de tara en vaina por regiones 2018. tomada de “Exportaciones de tara” por: Minagri (2019). Informe económico anual.

En cuanto a las exportaciones, Minagri (2019) afirma que Perú exporta 219.062 toneladas de harina con un valor FOB de US\$ 328 millones, lo que representa una CAGR de 7,1%. Es lo mismo, que ha cambiado mucho con el tiempo. Acerca del envío de paquetes de chicles:

Entre 2008 y 2018 se exportó con un volumen de 2495 toneladas y un valor FOB de 137 millones de dólares estadounidenses, lo que representa una CAGR de 2,4%, lo que explica la competencia de la goma guar y la goma garrofín, que tienen métodos similares.

A la hora de exportar al mercado internacional, se realiza principalmente mediante dos tipos de producción: contenedores de harina, objeto de ese cargo (PA:14.04.90.20.00) y tara de babas o gomas con partida de precio (P.A.:13.02.39.10.00); También se pueden

ofrecer en otras formas de producción como tara germinada en polvo y tara molida, entre otras. Los Cuadros 2 y 3 a continuación muestran las cantidades de polvo de alquitrán y goma de alquitrán en toneladas, así como el valor de las exportaciones en miles de dólares a precios FOB.

TABLA 2

Perú: Volumen total de tara en polvo y goma de tara (toneladas) 2008-2018

Años	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tara en polvo	13092	14009	21638	16085	17995	20037	22878	21190	21419	23978	26471
Tara en goma	2103	1589	2300	1681	3305	2266	2156	2371	2446	2528	2750
TOTAL	15195	15598	23938	17766	21300	22303	25034	23561	23865	26506	29221

Tomada de: “Exportaciones de tara” por: Minagri, Informe económico 2019, Lima Perú.

TABLA 3

Perú: Exportaciones de tara en polvo y goma de tara (Miles US\$-FPB) 2008-2018

Años	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tara en polvo	23345	13307	27075	29342	31573	31104	32407	31354	32451	36258	40012
Tara en goma	14163	10247	12700	8700	22785	16070	12775	11701	9527	8638	10574
TOTAL	37508	23553	39775	38042	54358	47174	45182	43055	41978	44896	50586

Tomada de: “Exportaciones de tara” por: Minagri, Informe económico 2019, Lima Perú.

Considerar que en el periodo 2008 al 2018, el valor de exportación de polvo de alquitrán alcanzó los 328.227 dólares americanos, lo que representa la tasa de crecimiento anual y 5,5% anual. Cifras de exportación de 2008. Antes de 2018 fue importante, mostrando principalmente las exportaciones de 2010 (21.638 toneladas), 2014 (22.878 toneladas) y 2018 (26.471 toneladas). Entre 2008 y 2018 en términos de valor también registraron un aumento significativo de \$23.345 a \$40.012, lo que muestra una tendencia al alza. Excepto en 2009 cuando bajó y costó US\$13.307.

Perú: Principales Países de destino de la Tara en Polvo - 2018

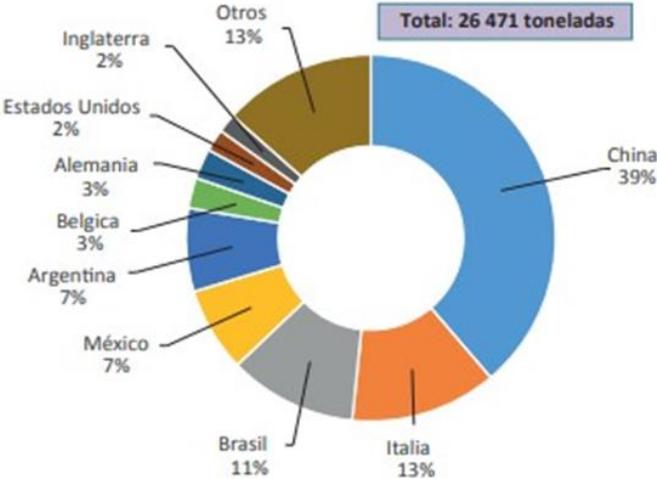


Figura 5. Perú: Exportaciones de tara en polvo. tomada de “Exportaciones de tara” por: Minagri (2019). Informe económico anual

En cuanto a los principales países de destino de las exportaciones de tara en polvo, destaca principalmente y desde muchos años China (39%), que demanda este producto como insumo para la obtención de ácido gálico. Luego Italia (13%), Brasil (11%), México (7%), Argentina (7%), Bélgica (3%), Alemania (3%), Estados Unidos (2%), Inglaterra (2%) y otros (13%).

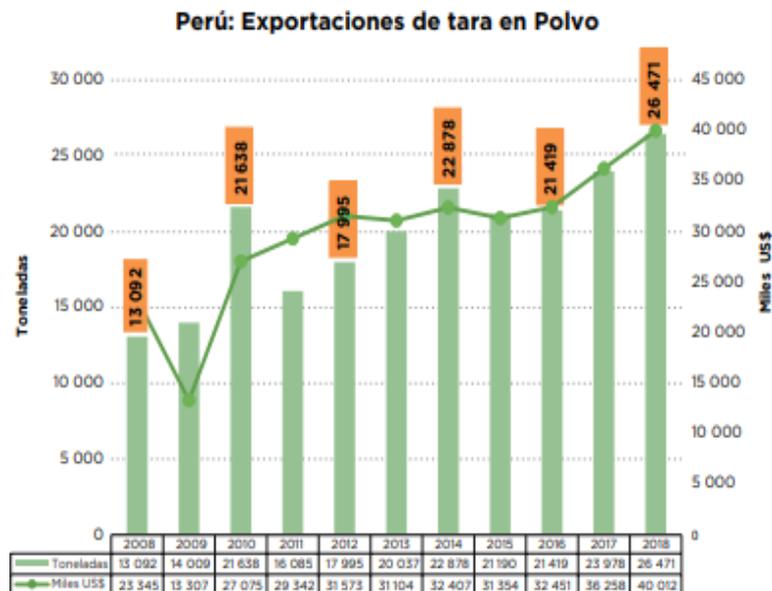


Figura 6. Perú: Principales países de destino de la tara en polvo 2018. tomada de “Exportaciones de tara” por: Minagri (2019). Informe económico anual.

A nivel de empresas exportadoras de tara en polvo tenemos las principales: Silvateam Perú SAC, (26%), Exandal SA (26%), Exportadora el Sol SAC. (18%) y Molinos Asociados SAC. (17%) representando el 87% y también hay otras empresas que exportan, pero en menores porcentaje (13%).

Perú: Principales empresas exportadoras de tara en polvo

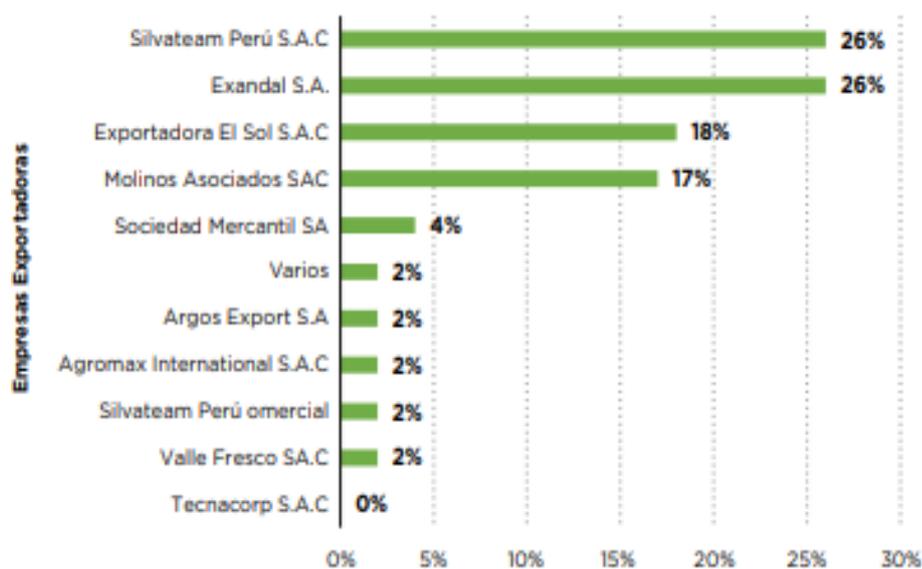


Figura 7. Perú: Principales empresas exportadoras de tara en polvo. tomada de “Exportaciones de tara” por: Minagri (2019). Informe económico anual.

Según los datos de baba o goma de alquitrán importada, Minagri (2019) muestra que entre 2008 y 2018, la exportación de goma de alquitrán fue de US\$ 137.879. Las cifras de exportación entre 2008 y 2018 fueron muy significativas, especialmente las exportaciones de 2012 (3.305 toneladas), 2015 (2.371 toneladas) y 2018 (2.750 toneladas).

Entre los principales países de destino de los mucílago o goma de tara destacan: Alemania (11%), Estados Unidos (9%), Japón (7%), Argentina (6%), Zonas Francas de Perú (6%), Francia (6%), México (6%), Brasil (5%), China (5%), Italia (5%), España (4%), y otros (30%)

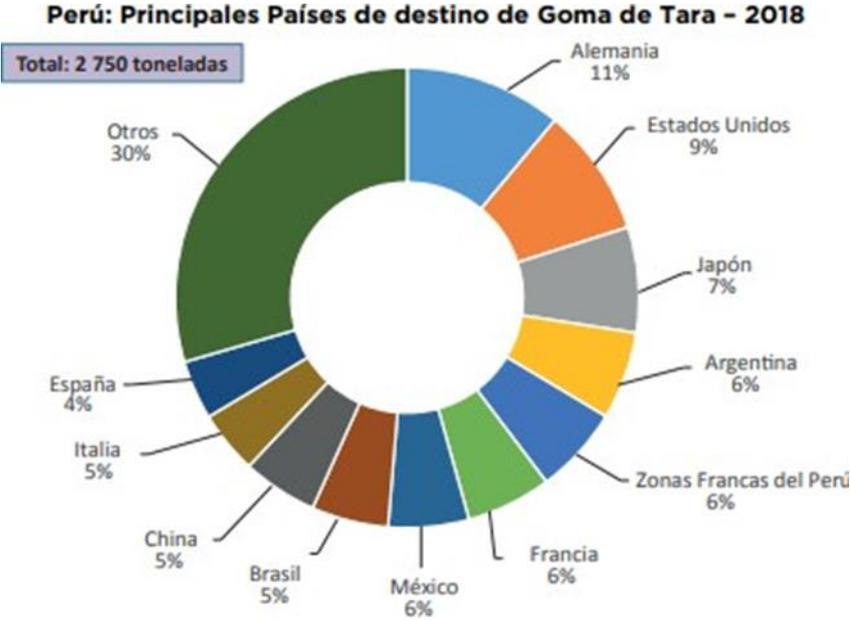


Figura 8. Perú: Principales países de destino de goma de tara 2018. tomada de “Exportaciones de tara” por: Minagri (2019). Informe económico anual.

En cuanto a la potencia del precio promedio por unidad de producción según las condiciones FOB de la exportación de harina y harina, según Minagri (2019), en 2008 el precio por unidad de harina alcanzó 1,56 dólares estadounidenses, y en 2011 - 1,82 dólares estadounidenses. No importa; disminuyó \$ 1,42 entre 2012 y 2014. Luego, entre 2015 y 2018 comenzó la recuperación, llegando a \$ 1,55 el año pasado. Los precios por unidad de goma de alquitrán disminuyeron levemente de 6,73 a 5,17 dólares estadounidenses entre 2008 y 2011, respectivamente, pero entre 2012 y 2013 estos precios aumentaron de 6,89 a 7,09 dólares estadounidenses; luego de 2014 a 2017 reportaron una caída de \$542 a \$342, recuperándose levemente en 2018.

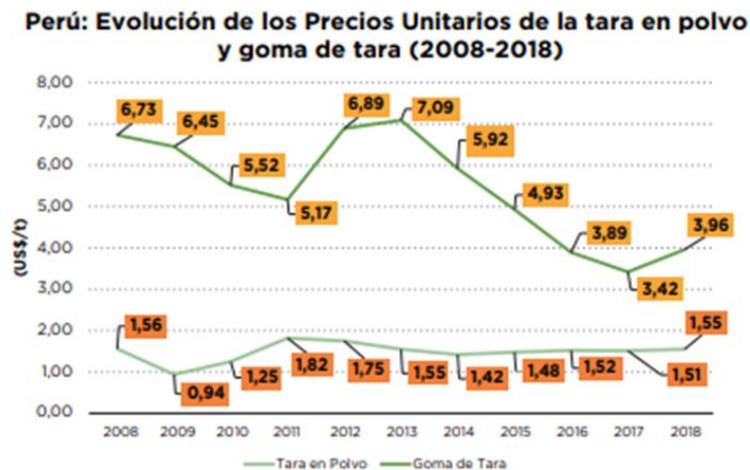


Figura 9. Perú: Evolución de los precios unitarios de la tara en polvo y goma 2008-2018.

Fuente: Minagri (2019)

- a) La tara aún es una planta silvestre, sin embargo, puede ser cultivada y puede ser un importante medio de desarrollo rural debido a sus múltiples usos medicinales e industriales, así como a la necesidad de productos naturales en el mercado internacional.
- b) Se necesita un mayor conocimiento por parte de las autoridades que se preocupan por el uso de las leyes existentes para poder registrar adecuadamente la producción de bienes para tener conocimiento de la ley como país en el Perú.
- c) Los precios de los productos de desecho o goma muestran una disminución, lo que representa una disminución anual de los precios de menos del 2,9%, mientras que los productos de harina muestran un aumento en las exportaciones en los últimos diez años en promedio de aumento anual. la tasa es del 5,5%. Se espera que, en los próximos años, la cadena de suministro del país mantenga el nivel de crecimiento observado en los últimos años.
- d) Las intenciones de oferta actuales están enfocadas a establecer un incremento en la producción debido a la percepción de demanda insatisfecha.
- e) Los países importadores de polvo de tara son; China, Italia, Brasil. México, Argentina, Bélgica, Alemania, Estados Unidos y Reino Unido mientras que los

países importadores de goma de tara son; Alemania, Estados Unidos, Japón, Argentina, zonas francas de Perú, Francia, Brasil, China y México.

- f) La tara es considerada una de las diecisiete mejores oportunidades de negocios verdes en el país, ya que producimos el 80% del volumen total de exportación global. Actualmente, Perú es el mayor exportador mundial de tara con aproximadamente 26471. toneladas (equivalentes a 40012. USD), lo que representa un crecimiento del 10% en 2018 respecto al año anterior.

Las barreras arancelarias y no arancelarias para las exportaciones

Según Mincetur (2019), las barreras arancelarias son impuestos (derechos) que se deben pagar en un país para importar o exportar. Estos se pagan al despachante de aduana por la importación o exportación de las mercancías. Por lo tanto, un arancel es un impuesto gubernamental sobre los bienes que ingresan a un país. Los derechos de aduana pueden utilizarse como un impuesto generador de ingresos o para impedir la entrada de mercancías, o ambas cosas.

Sin embargo, las medidas no arancelarias o no arancelarias son aquellas que quedan fuera de la órbita del régimen fiscal, pero pertenecen a las facultades administrativas otorgadas por la constitución al poder ejecutivo y cuyo objetivo es proteger determinados sectores o actividades vitales para la economía del. Fin de año.

Según SUNAT (2019), “Perú ha intentado en las negociaciones que sus principales productos de exportación se beneficien del acceso preferencial al mercado chino” (p32). En este sentido, una amplia gama de productos peruanos (agricultura, pesca, industria) han podido ingresar a dicho mercado en condiciones preferenciales.

En el sitio web del servicio de asesoría virtual SENASA (Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria), el requisito previo para exportar tara en polvo al mercado chino es que el certificado fitosanitario esté traducido al inglés (ver Figura 9).

REQUISITO FITOSANITARIO DE EXPORTACIÓN		
Producto	Nombre científico	
TARA polvo	Caesalpina spinosa	
País destino	País de origen	
CHINA	PERÚ	
Uso o destino	Tipo	Estado
COMERCIALIZACIÓN	EXPORTACIÓN	AUTORIZADO
Requisito (s) fitosanitario (s)		
1. REQUISITOS GENERALES		
Certificado Fitosanitario		
2. PLAGAS REGULADAS		
3. DECLARACIÓN ADICIONAL		
Sin declaración adicional		
4. TRATAMIENTO CUARENTENARIO:		
No requiere tratamiento		
5. REQUISITOS DE ETIQUETADO:		
Ninguno		
6. CONSIDERACIONES PARA LLENAR EL C.F.:		
El Certificado Fitosanitario debe ser emitido en el idioma inglés		

Figura 9. Requisito fitosanitario de exportación. Tomada de: “Herramientas de inteligencia comercial”, por Prom Peru (2020).

Además, para la exportación e importación de la tara en polvo, las autoridades aduaneras de ambos países exigen los siguientes documentos, algunas de manera obligatoria y otras opcionales:

- Factura comercial o documento equivalente

- Documento de transporte (BL Bill of Lading // AWB Air Waybill)
- Lista de empaque
- Certificado Fitosanitario
- Certificado de origen
- Declaración aduanera de mercancías (DAM).

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1 Tipos de investigación

Enfoque

El enfoque que se ha considerado para esta investigación es de tipo Cualitativo, que de acuerdo con Sampieri (2014) En este enfoque se realiza la recolección y el análisis de datos, sin preocuparse demasiado de su cuantificación, la observación y la descripción de los fenómenos se realizan, pero sin dar mucho énfasis en su medición. Las preguntas surgen como parte del proceso ya que pretende conocer y explorar las diversas apreciaciones frente a la problemática.

Los principales métodos de investigación perseguidos son de naturaleza lógica y requieren el uso del pensamiento y la argumentación para hacer inferencias, análisis y síntesis. Por ello utilizamos el método de la lógica inductiva, que parte de determinadas premisas (herramientas numéricas) para extraer conclusiones universales o generales mediante inducciones completas (todos los productores que constituyen el objeto de estudio).

Nivel y Diseño

La investigación presenta un nivel de tipo descriptivo, el cual entendemos como aquellos estudios que buscan especificar propiedades y características de conceptos fenómenos o variables en un contexto determinado; así mismo la investigación responde a un diseño no experimental según Arias (2012) “Es la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a profundidad de los conocimientos” (p. 24). La investigación es descriptiva porque

dará a conocer la realidad de los actores productores de la tara, sus características y relaciones con los demás actores que participan en la cadena de valor.

El diseño del estudio fue no experimental y transversal. Hernández (2019) dice:

“La investigación no experimental es investigación no experimental invertir o invertir el texto de la lección” (p. 48). Es decir, observamos los fenómenos que se estudian tal como ocurren en su contexto natural y luego los analizamos. Del mismo modo, para Hernández (2019) “diversos proyectos de investigación que recolectan datos al mismo tiempo, al mismo tiempo. Su finalidad es describir la variedad y examinar la frecuencia de los mismos y su relación en el tiempo” (p. 270).).

En nuestro estudio, el diseño transversal se centra en el análisis de variables independientes y dependientes a lo largo del tiempo.

Para el efecto se utilizará el siguiente esquema:

M → O → P

Dónde:

M: Muestra de estudio

O: Observación

P: Propuesta

2.2 Población y muestra

Población

En Cajamarca las principales provincias productoras de tara son: San Marcos, Contumazá, Celendín, Jesús, San Pablo, Chota, Jaén. Nuestra población está centrada en 48 productores de tara en la Provincia de Celendín entre los que sobresalen el

Distrito de Chumuch y sus caseríos: La Lucma, El Azafrán, Mitopampa, Yanacancha, Bella Aurora, El Imperio, La Unión, Agua Santa; así como el distrito de Sucre.

Muestra

Para Sampieri (2014) la muestra no probabilística es aquella que la selección de las unidades depende del investigador, es decir en muchas ocasiones son decisiones subjetivas. La muestra de la presente investigación es no probabilística por conveniencia, debido a que se selecciona a aquellos que desean ser incluidos en la conveniente proximidad y accesibilidad del sujeto para el investigador, siendo así una muestra total de 48 productores.

2.3 Técnicas e instrumento de análisis y recolección de datos

2.3.1 Técnicas:

Observación directa

Las técnicas utilizadas son el análisis documental y la encuesta estructurada, con el fin de recopilar información relevante de las dimensiones referentes a las variables de estudio. El análisis documental está referido a la compilación de documentos escritos por el Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri) para la determinación de la competitividad (cantidad de países exportadores de taraal mercado de China y el número de empresas peruanas que abastecen a dichomercado); así como, de la oferta exportable de la tara peruana en el 2019 y del Mincetur para el conocimiento de las medidas arancelarias y no arancelarias

Se realizó la observación directa a las comunidades campesinas de Celendín, Chumuch y Sucre. La observación directa es definida por Méndez (2009) como “El proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la

realidad por medio de un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos” (p. 251)

Esta es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. En la cual la observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos, se realizó una visita a Celendín, Chumuch y Sucre, allí se pudo observar a los productores de tara, su recolección y como se maneja la cadena de producción es esa zona de Cajamarca.

Encuesta

Para Tamayo (2008) la encuesta “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información” Es importante señalar, que esta técnica estuvo dirigida hacia los productores de tara en Celendín, Chumuch y Sucre donde se utilizó la encuesta como procedimiento de investigación, ya que permitió obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. Con este trabajo se planteó el objetivo de describir brevemente los pasos que deben seguirse en la realización de una encuesta, centrando el interés fundamentalmente en la elaboración de su instrumento básico, el cuestionario

Entrevista semiestructurada

La elección de este tipo de técnica es obtener mayor información de productores especializados sobre el manejo y los procesos productivos que se desarrollan en la producción de la tara con esto la entrevista es una conversación con el fin de realizar preguntas y escuchar respuestas para la recolección de datos, está fuertemente influenciada por las características personales de cada productor.

Bibliográfica

Esta técnica Bibliográfica en la Investigación brinda gran ayuda porque a través de ella se puede encontrar información que permite comprobar la hipótesis que se elaboren en el proceso; llevando a un avance para obtener resultados. En ellas se conservan documentos los cuales guardan información de distintos eventos ocurridos, que son importantes porque hay datos escritos y visuales que se pueden utilizar como parte de la investigación. En este documento se menciona nueve funciones, las cuales orientan en la aplicación de estas técnicas.

Instrumentos:

Guía de entrevista: es necesario usar una guía de entrevista puesto que permitió obtener información más amplia y ordenada.

Libros: proporcionan información que permite conceptualizar mejor los temas utilizados y tener una base teórica del estudio de investigación

Internet: ayuda a recabar mayor información actualizada tanto de las teorías, conceptos, datos estadísticos e instituciones relacionadas a la investigación.

Validez

Hernández, Fernández y Batista, (2006), define la validez como "El grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir." (p. 48). Esta investigación es un diseño de campo donde se evalúa la situación desde el sitio en el cual se presenta el problema, tomando en cuenta la información precisa que se necesita para la realización del trabajo, por lo que se aplicó una entrevista semiestructurada a 48 productores en la provincia de Celendín.

Confiabilidad

Hernández, Fernández y Batista (2006). Definen la confiabilidad como". El grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objetos producen los mismos resultados."

(p.52), la confiabilidad depende de los instrumentos utilizados para la recolección de la información, lo cual permitió que los resultados sean los más fehacientemente posibles.

Para este trabajo se utilizó el método de kuder de Richardson o KR20 el cual es un indicador de la fidelidad (consistencia interna). Los métodos basados (Rulon, Alfa de Cronbach, Spearman, Brown) en la división en dos porciones presumiblemente iguales.

En los métodos de partición en dos, (conocido también como bisección) supone para cada parte ser equivalente. Para el KR20, la misma lógica se adopta en el nivel de los ítems. Es lo que uno llama unidimensional.

El KR20 se aplica en la caja dicotómica de ítems.

Uno calcula el KR20 como sigue:

$$r_{20} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{\sigma^2 - \sum pq}{\sigma^2} \right)$$

Donde:

K = Número de ítems del instrumento

p= Porcentaje de personas que responde correctamente cada ítem.

q= Porcentaje de personas que responde incorrectamente cada ítem.

σ^2 = Varianza total del instrumento

Esta prueba piloto se le aplico a 10 personas la cual estipulo que el grado de confiabilidad fue de 0,99

2.4 Procedimiento

Se aplicaron encuestas tipo dicótomas con preguntas cerradas a 48 productores de tara que fueron elegidos como muestra de la población del sector en Celendín (Cajamarca), considerados como actores claves de la cadena. Esto con la finalidad de recopilar información precisa respecto a la problemática de la cadena de producción, utilizados

en la exportación del producto. Cabe señalar que el cuestionario se sometió a un proceso de validación de contenido, a través de la técnica de evaluación de juicio de expertos, consistiendo en la revisión del instrumento por parte de estos profesionales, quienes valoraron la capacidad para alcanzar los objetivos trazados en el campo donde se aplicó el instrumento

Se realizó visita a la provincia de Celendín y sus distritos de Chumuch y Sucre de para poder conocer cuál es la problemática de la cadena productiva en los productores en la exportación de los derivados de la tara, una vez allí se pudo observar que los productores manejan el cultivo realizando remoción del terreno, deshierbos, abonamiento, riego, podas y cosecha de la vaina.

Estas actividades son dirigidas por personal capacitado que dirige cada una de las actividades señaladas, cabe indicar que son personas de la misma región que poseen años de experiencia, pero que carecen de algún tipo de formación técnica.

Una vez que es recogida la vaina de la tara se procede a realizar actividades de estiva, desestiba, selección, almacenamiento, empaque y transporte del producto, estas funciones son realizadas por personas vinculadas al comercio llamadas acopiadores, ellos se encargan de concentrar el producto de varios productores en un solo lugar, poseen una carta bien definida de clientes, y es allí donde comienza la problemática de la cadena de producción para la exportación de la tara, debido a que el personal que se encarga de la venta y exportación de la tara y sus derivados, no lo hace en forma sistematizada, esto perjudica a los productores de tara ya que se incrementan los gastos, cosa que repercute en las ganancias.

El impuesto generado para la exportación de los derivados de la tara se efectúa sin tener en cuenta el proceso de producción antes de la venta, esta es una de las tareas

que deben de ser mejoradas para el aprovechamiento de la comercialización entre los actores de la cadena productiva.

Al realizar la visita se conversó con los productores sobre las problemáticas existentes y a su vez se realizó encuesta dicotómica, en esta encuesta se realizaron diferentes preguntas relacionadas con la cadena productiva, esto permitió la recopilación de datos que dio a conocer cómo se está desarrollando el problema y como se puede ayudar a mejorar la comercialización y exportación de los derivados de la tara, una vez efectuadas las entrevistas, se procedió a efectuar una investigación bibliográfica sobre la importancia de la cadena productiva y revisión de cuadros comparativos alusivos a la exportación de los derivados de la tara por internet.

Se valoraron aspectos éticos dentro de los cuales, para lograr la efectividad de la investigación, se debe contar con los métodos centrados en la comunidad, ya que son efectivos y brindan beneficios en forma de participación, ayuda comunitaria y posibilidades de financiamiento entre los productores de la región. A su vez se buscó mejorar, la cadena productiva, ya que esto beneficiará a la comunidad dándoles un mayor ingreso, el cual se reflejará en su condición de vida. Se deben tomar en cuenta los aspectos legales, para lograr que se cumplan los estándares requeridos y que los mismos estén amparados por la Ley, de esta forma se garantiza que los productores de Tara en la provincia de Celendín en Cajamarca obtengan mayores beneficios, tanto para ellos como para la comunidad.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Para la presentación de los resultados se efectuará la operacionalización de las variables con la finalidad de medirlas en indicadores.

Tabla N 1

Operacionalización de las Variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores
Cadena productiva de la tara	El concepto de cadena de valor permite determinar la aportación de todos los actores implicados en el proceso de transformación de los productos de origen, desde su producción hasta su compra en forma de otros productos (Krugman y Obstfel 2006)	Producción y acopio Procesamiento Comercialización y Exportación	Describir el estado actual de la cadena productiva de la tara por medio de la observación y una encuesta Proponer estrategias entre los actores de la cadena productiva para el mejoramiento de la comercialización

Exportación de derivados de la tara	Exportar es simplemente vender es decir en el mercado magnifico, insaciable del mundo entero. Vender bienes y servicios elaborados en el país y que se consume en otro diferente (Bancomext. 2000)	Mercado internacional Competitividad Calidad del producto	Fichas Bibliográficas Registro de páginas web y buscadores Propuesta de un modelo CANVA
--	--	---	--

Elaboración: Autores de tesis (2022)

Resultado de entrevista semi estructurada a los 48 productores de tara

Objetivos Específico 1: Describir el estado actual de la cadena productiva de la tara

Tabla N 2

¿Sabe usted cuales son los costos por traslado del producto?

	Productores	Porcentaje
Si	40	83,4%
No	8	16,6%

Al conversar con los productores ellos dicen que el costo aproximado por el traslado del producto es de 7500 soles para este año 2022, esto es un estimado de los que consideran ellos puede ser el total de los costos de traslado.

Tabla N 3*¿Actualmente se poseen estrategias de comercialización?*

	Productores	Porcentaje
Si	35	72,91%
No	13	27,09

El 72,91% de los productores consideran que existen estrategias de comercialización de la tara tales como el establecer contacto con empresas importadoras en el mercado exterior, tomar en cuenta la participación de los productores y el desarrollo de sus capacidades, buscar socios estratégicos diversificando los mercados.

Tabla N 4*¿Sabe usted cual es la cantidad promedio que recoge por temporada o por cosecha?*

	Productores	Porcentaje
Si	48	100%
No	0	0

Al conversar con los productores ellos estiman que la cantidad promedio por cosecha puede llegar hasta 8.624 toneladas que equivalen al 40% de la producción nacional

Tabla N 5*¿Considera que los recursos con los que cuenta son suficientes?*

	Productores	Porcentaje
Si	33	68,75%
No	15	31,25%

Los productores comentaron en su mayoría el 68,75% que cuentan con vehículos para la transportación del producto, sistemas de riego, recurso humano para la recolección de la vaina de la tara, semillas, insumos y equipos. A pesar de que la mayoría considera que los recursos actuales son suficientes se puede mejorar con la ayuda del estado.

Tabla N 6

¿Conoce cuáles son los principales competidores a nivel internacional?

	Productores	Porcentaje
Si	39	81,25%
No	9	18,75%

Los productores señalaron que Chile y Ecuador también son exportadores de Tara por lo que son grandes competidores para el Perú

Tabla N 7

¿Conoce los costos de producción por hectárea?

	Productores	Porcentaje
Si	39	81,25%
No	9	18,75%

El costo aproximado por hectárea es de 11.000 soles de allí la importancia de minimizar los costos para obtener una mayor ganancia.

Objetivos Específico 2: Proponer estrategias entre los actores de la cadena productiva para el mejoramiento de la comercialización.

Tabla N 8

¿Sabe usted cuales son los mayores importadores de la tara?

	Productores	Porcentaje
Si	35	72,91%
No	13	27,09%

Al efectuarse la entrevista con los productores ellos en su mayoría manifestaron que conocen a los mayores importadores de la tara como lo son Argentina, Italia, Brasil entre otros los cual beneficia a la economía en la región y el país.

Tabla N 9

¿Ha recibido capacitación técnica para mejorar el cultivo de la tara?

	Productores	Porcentaje
Si	30	62,5%

No	17	37,5%
----	----	-------

Los productores informaron que en su mayoría el 62% de ellos han recibido capacitación técnica lo cual ha repercutido de forma positiva en los productores, pero que este tipo de actividades se debe realizar a todos los productores de la región.

Tabla N 10

¿Considera que se pueden disminuir los costos con ayuda del Estado?

	Productores	Porcentaje
Si	39	81,25%
No	9	18,75%

Los productores consideran que con la ayuda del estado se pueden disminuir los costos ya que ellos podrían subsidiar los gastos de combustible, fungicidas, a su vez se podría contar con el apoyo de instituciones públicas como el Ministerio de Agricultura mediante el Servicio Nacional y Forestal y de Fauna Silvestre o de instituciones privadas referentes al tema forestal.

Nos debemos de basar en las siguientes líneas de trabajo

Nº 1 Desarrollar y fortalecer la oferta exportable superando las limitaciones que desafía la exportación de la tara

- Incorporación de tecnología para lograr un mejor aprovechamiento del producto en las prácticas del manejo del cultivo y desarrollo de las capacidades de los productores y de la región.
- Gestionar recursos para la reforestación de las zonas identificadas como intensivas en la presencia de plantas silvestres.
- Realizar un inventario de las áreas silvestres y definir cuáles son las más apropiadas para el cultivo de la Tara.
- Promover la instalación de viveros para la producción de plantas de calidad.

Nº 2 Afianzar la presencia de la tara con los compradores internacionales.

- Crear un canal de comercialización para la producción de la tara a nivel internacional.
- Elaborar y diseñar un estudio de mercado que permita la realización de una estrategia de marketing

N° 3 Perfeccionar instalaciones físicas y ofrecer de servicios que estimulen el comercio exterior

- Establecer y fortalecer redes de acopio.
- Facilitar líneas de crédito a los productores

N° 4 Promover la exportación suscitando la competencia entre los productores de la provincia de Celendín y los distritos de Chumuch y Sucre en Cajamarca

- Desarrollar programas de negocios internacionales orientado a promocionar el producto y su exportación.
- Establecer alianzas estratégicas entre el gobierno y los productores.

A continuación, se detalla el mapeo de la cadena de la tara en la región de Cajamarca.

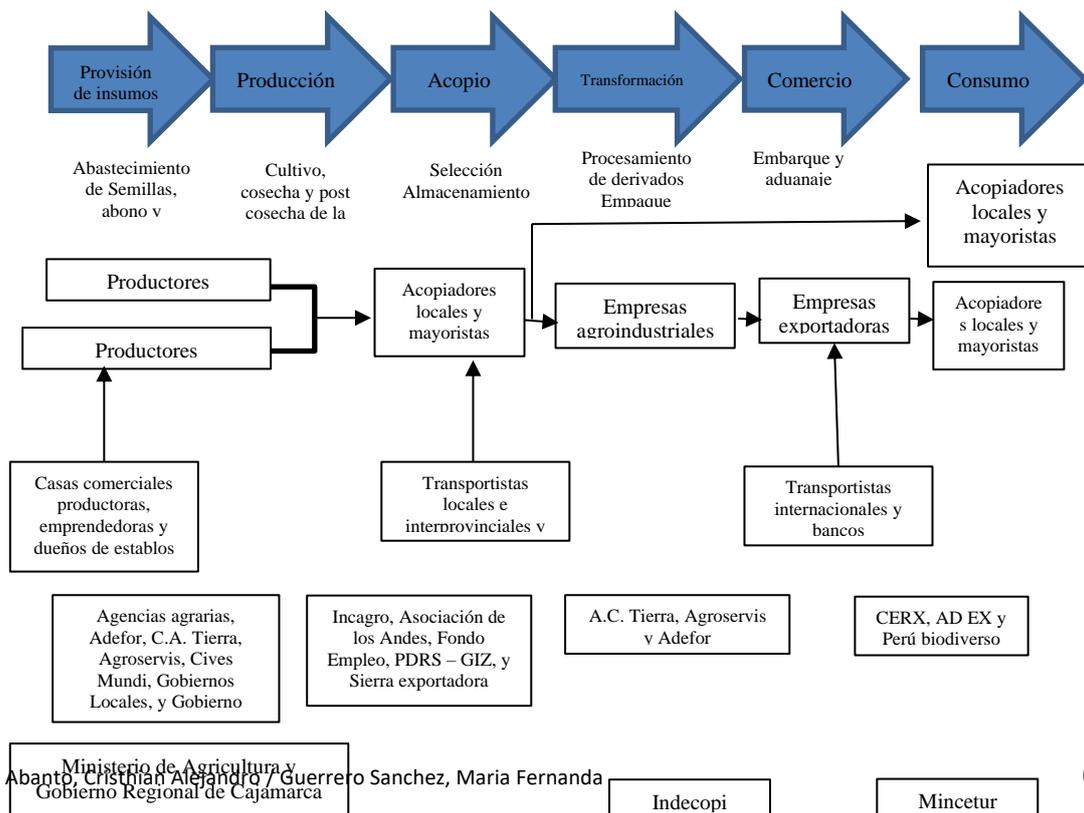


Figura N° 10 Mapeo de la cadena de la tara en la región de Cajamarca
Fuente: Perú Diverso 2013

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

3.1 Discusión

Las cadenas de obtención de la tara empiezan con la cosecha del fruto y el cultivo de árboles, esto considera la cadena de producción, acopio y comercialización de la vaina, la transformación y comercialización de los derivados elaborados y el consumo, debido a que representa un gran potencial en el mercado internacional.

Esta distribución de productos derivados de la tara representa un gran potencial en el mercado internacional, ya que Perú es el mayor exportador de tara a nivel mundial por lo que es una gran oportunidad para abastecer el mercado internacional

Al realizar la visita a la provincia de Celendín y sus distritos de Chumuch y Sucre y conocer cuál es su problemática, se evidenció que no hay una sistematización en la producción, y esto perjudica a los productores de forma directa, y es que el cultivo de la tara en esta zona se identifica por su deficiente técnica productiva basada en el conocimiento tradicional, sin poseer procesos de cultivo y explotación de los bosques que permitan incrementar la producción y la rentabilidad, tal y como en el estudio de Mamani (2016) donde se evidencio un bajo nivel tecnológico, es por ello que en este sentido la información tecnológica debe ser coordinada y socializada para que pueda llegar al mayor número de productores, de igual forma es necesario identificar nuevas técnicas de producción, procesamiento y comercialización.

En base a lo anterior se puede señalar que la importancia de la cadena productiva como lo señala Sidon (2014) en su estudio “Cadenas Productivas Locales” donde se realiza un análisis de la vinculación entre los sectores mediante las cadenas productivas y la importancia de los diferentes sectores para la toma de decisiones, es allí donde recae la eficacia en la exportación del producto en el mercado, integrando los diferentes actores para

su fortalecimiento, ya que los mismos se vinculan entre sí para cosechar y poder llevar el producto de un lugar a otro, desde la producción hasta el consumo.

En este mismo sentido se comprende que la provisión de insumos es el inicio de la cadena de producción que proviene de los bosques naturales la cual permite la producción y transformación de la tara en sus derivados para su comercialización, por lo tanto la producción incide en la calidad del producto final, estas actividades deben ser dirigidas por personal técnico especializado, que permita clasificar el producto de forma adecuada, una vez finalizada la producción viene el proceso de acopio en el cual se estiva, desestiba, clasifica, almacena, empaqueta y transporta el producto, por lo que los recogedores obtienen y reúnen el producto de varios productores en un solo lugar.

Una vez realizado el proceso de acopio se procede a la transformación del producto con lo cual se le dará su valor agregado, por lo general se realiza en la capital y es elaborado por personal que posee maquinarias para el proceso de transformación de la tara, este es uno de los procesos más importantes porque de la transformación depende la calidad del producto.

Una vez realizada todos los anteriores eslabones entonces se procede al comercio y exportación del producto transformado en derivados, por lo tanto, las personas vinculadas a la actividad comercial internacional, deben poseer conocimiento sobre el mercado mundial de la tara, de esta forma se podrá sacar un mayor beneficio que satisfaga las necesidades de todos los involucrados en el proceso.

Por ello se hace necesario que todos los involucrados conozcan la ventaja competitiva que posee el Perú, en la producción de tara a nivel mundial, debido a que se observa que es la cadena más larga de intermediación, ya que pasa desde los productores hasta los exportadores, en consecuencia al poseer mano de obra que no está debidamente capacitada, por falta de ejecución de métodos que les permitan aumentar la productividad de la tierra y

trabajo, o por factores culturales, la familias rurales continúan utilizando conocimientos que son insuficientes frente al mercado globalizado. En este sentido establece Solar (2015) que la identificación adecuada de la cadena productiva permite integrar, articular y mejorar los diferentes actores de la cadena y así obtener un mejor resultado.

Así mismo cada uno de los antecedentes muestran la importancia de tener contacto directo con los actores del proceso, porque son ellos los que permiten conocer las problemáticas existentes en la exportación de los productos y cuáles serían las posibles soluciones para mejorar y poder obtener una mayor eficacia en el comercio de la tara.

3.2 Conclusiones

1. La tara en polvo y sus derivados representan una gran oportunidad para los pobladores rurales de la región de Cajamarca – provincia de Celendín y sus distritos de Chumuch y Sucre, por lo tanto, el Estado debe tener un rol más participativo para mejorar la calidad de los productos, así como el volumen y su precio internacional. Se tiene que hacer énfasis en la barrera no arancelarias para cumplir con los requisitos y ampliar los mercados. Argentina representa una gran oportunidad de exportación, en consecuencia, se necesita mayor asistencia técnica como estudios de los suelos, conocimiento de los productores, optimización de costos entre otros.
2. El cultivo de la tara se posee una deficiente tecnología productiva, con un limitado conocimiento de técnicas agrícolas que permitan mejorar la productividad y rentabilidad de las plantas. La información tecnológica debe ser sistematizada y socializada, de acuerdo con los parámetros regionales. Asimismo, es necesario que se identifiquen nuevas técnicas de producción, procesamiento y comercialización de este cultivo

3. Se hace necesario poseer suficientes recursos que permitan desarrollar e incrementar la producción de tara, para ello se deben tener vehículos para la transportación del producto, actualizar los sistemas de riego, capacitación técnica del recurso humano, que permita mejorar la recolección y poseer insumos y equipos actualizados, para optimizar la cosecha del fruto, por lo que se hace evidente contar con recursos provenientes del Estado que ayuden a mejorar la producción y cosecha de la vaina de la tara y la disminución de costos.
4. Por otra parte, los productores de Tara pueden minimizar costos con la ayuda del estado el cual puede subsidiar gastos fungicidas, combustible, entre otros, dándole su apoyo el pequeño y mediano productor de modo que se incremente la producción de la tara, esto beneficiará al Estado, incrementando la exportación de los derivados de la tara incrementando las ganancias que pueden ser percibidas por los agricultores y el país.
5. Por lo tanto, es necesario la creación de un plan de negocios, que permita a los productores de la provincia de Celendín, crear estrategias que promuevan y desarrollen la producción de tara logrando crear líneas de trabajo que incrementen la productividad y desarrollo de la región

REFERENCIAS

- Arias, F. (2012) *El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica* (5ta Ed.). Caracas: Episteme.
- Barrizuetas (2014) *Análisis de la cadena productiva y su impacto en la exportación de quinua en el distrito de majes, provincia de Caylloma - Arequipa para el período 2009 - 2014* Universidad Católica de Santa María Arequipa Perú
- Casafranca y Huacarpuma (2012) en la tesis *Cadena productiva y plan de exportación de prendas de vestir de la asociación de comunidades campesinas criadoras de vicuña región-cusco*. Universidad Nacional de San Antonio ABAD del Cusco.
- Demenus y Crespo (2011) *Cadenas Productivas y Desarrollo Económico Rural en Latinoamérica*. (Documentos en Línea) Disponible: [http://congope.gob.ec/wptent/uploads/Cadenas Productivas-y-Desarrollo Económico-Rural-en- Latinoamérica](http://congope.gob.ec/wptent/uploads/Cadenas_Productivas-y-Desarrollo_Economico-Rural-en-Latinoamerica) (Tomado el 16 de Abril de 2019).
- Helida (2016) *Organización de la cadena productiva del cuy en el valle del Mantaro proyectado al mercado nacional e internacional*. Universidad Ricardo Palma.
- Hernández, Fernández y Batista (2003) *Metodología de la Investigación*. 3ra Edición Mc Graw Hill México.
- Hernández (2013) *Análisis de la cadena productiva del pulque del estado de México y Tlaxcala*. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Ley Forestal y de Fauna Silvestre 29763* (2011). Promulgada en Lima 21 de julio de 2011
- Ley General de Aduanas* (2008). Decreto Legislativo N° 1053.
- Chávez (2013) *Una Política de Estado. Un Proyecto de Nación*. (Documento en Línea) Disponible: Chávez, W. (1993). (Tomado el 14 de marzo de 2019).
- Mamani (2016) *La cadena de valor en la producción de tara de la región Tacna para su vinculación con el comercio internacional en los años 2014 y 2015*. Universidad Privada de Tacna.
- Méndez (2009) *Metodología*. McGraw-Hill. Bogotá.

Tamayo y Tamayo (2008) *El proceso de investigación científica* Editorial Limusa México.

Takeuchi y Cortés (2011) *Fortalecimiento de la Cadena Productiva del Bambú Guadua con la Producción de Laminados a través de elaboración de probetas*. Universidad nacional de Colombia.

Torres (2016) en la tesis *Análisis de la cadena productiva del café y estrategias de mejora en la provincia de San Ignacio*. Universidad Señor de EPAN.

Valdivia (2016) *Análisis de las limitantes en la competitividad de la cadena productiva de la tara (caesalpinia Spinoza) en la región de Apurímac*. Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas. Perú

Valencia (2015) *Análisis de las características de la cadena productiva de la quinua en el distrito de la encañada para desarrollar la leche de la quinua y comercializarla en el mercado de Washington en el año 2015*. Universidad Privada del Norte

ANEXOS

ANEXO 1 GUÍA DE ENTREVISTA A PRODUCTORES

A continuación, se le presentarán una serie de preguntas como parte del trabajo de investigación para analizar cuáles son los elementos que influyen en la cadena productiva para la exportación de la tara hacia Argentina

Cajamarca 2022

Preguntas:

1. ¿Sabe usted cuáles son los mayores importadores de la Tara?
2. ¿Ha recibido capacitación técnica para mejorar el cultivo de la tara?
3. ¿Sabes usted cuáles son los costos por traslado del producto?
4. ¿Actualmente se poseen estrategias de comercialización?
5. ¿Sabe usted cual es la cantidad promedio que recoge por temporada o por cosecha?
6. ¿Considera que los recursos con los que cuenta son suficientes?
7. ¿Conoce cuáles son los principales competidores a nivel internacional?
8. ¿Conoce los costos de producción por hectárea?
9. ¿Considera que se pueden disminuir los costos con ayuda del Estado?

ANEXO 2

Tabla N 11

Exportación de la tara en polvo y mucilagos

	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Tara en polvo	6.537,9	27.075,1	29.342,3	31.340,7	31.103,9	32.406,7	31.353,7	32.450,8
Mucilagos de tara	3.818,0	12.700,0	8.700,0	22.368,0	16.070,0	12.775,0	11.701,0	9.527,0
Total	10.356,1	39.775,3	38.042,0	53.708,3	47.174,3	45.181,7	43.054,9	41.977,7

Fuente: SUNAT

ANEXO 3

Tabla N 12

Principales productos no tradicionales exportados de Perú a Argentina

Partida	Producto	2008	2009	2010
7408190000	Los demás alambres de cobre refinado	5.74	4.25	6.25
3205000000	Lacas, colorantes según preparación en nota 3 de este capítulo a base de lacas "C"	0.78	0.65	3.90
3808929100	A base de compuestos de cobre	3.54	1.98	3.54
6105100051	Camisas de un punto de algodón, de un solo color, para hombres	0.68	0.38	3.15
1404902000	Tara en polvo	2.80	1.10	2.75
6109100031	T-shirts de algodón de un solo color, para hombre o mujer	1.50	2.17	2.46
6109100039	Los demás t-shirts de algodón, para hombre o mujeres	0.20	0.56	2.20
6105100052	Camisas de puntos de tejidos c/hilados de distinto color a rayas			

Fuente: SUNAT

Tabla N 13

Exportaciones peruanas de tara en polvo a los principales mercados internacionales, periodo 2016-2020

País	2016	2017	2018	2019	2020	TOTAL
China	10,981	12,899	15,070	11,703	19,001	69,654.00
India	808.4	685.6	620.5	597.3	424.1	3,135.9
Italia	3,772.60	4,694.60	5,140.90	4,686.40	3,458.10	21,752.60
Argentina	3,102.00	2,470.30	2,938.00	1,609.90	734	10,854.20
Uruguay	1,078.80	487.7	524.8	316.2	0	2,407.50
Turquía	209.00	242.1	343.4	408.9	283.5	1486.9
Pakistán	515.90	513.3	429.9	399.9	211.3	2,070.30
Austria	0.00	55.8	0	0	0	55.8
Eslovenia	26.70	27.6	0	0	0	54.30
Singapur	115.80	207	155.2	118.9	0	596.9
Sudáfrica	0.00	306.8	313.4	396.8	230.1	1,247.10

Fuente: SUNAT

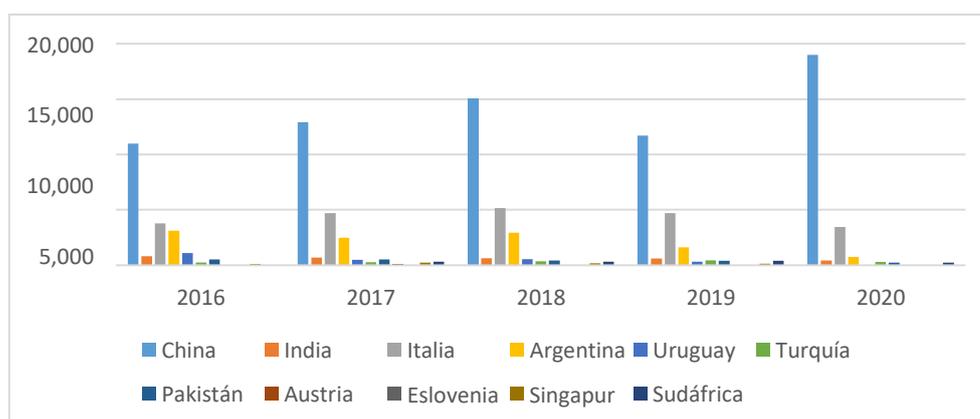


Figura 2: Principales mercados de la tara en polvo peruana
ANEXO N 4 Prueba de Confiabilidad KR20

Libro1 - Microsoft Excel

ARCHIVO INICIO INSERTAR DISEÑO DE PÁGINA FÓRMULAS DATOS REVISAR VISTA

Normal Ver salt. Diseño Vistas
Pág. de página personalizadas

Regla Barra de fórmulas
Líneas de cuadrícula Títulos

Zoom 100% Ampliar selección

Nueva ventana Organizar todo Inmovilizar

Dividir Ocultar Mostrar

Ver en paralelo Desplazamiento sincrónico Restablecer posición de la ventana

Cambiar ventanas Macros

L23

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
1	Preguntas																
2	Individuos	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	Columna1	Columna2					
3	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1		6					
4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0		8					
5	3	1	1	1	1	0	0	1	0	1		6					
6	4	1	1	0	1	1	0	0	1	1		6					
7	5	1	1	1	1	1	1	1	1	0		8					
8	6	0	0	1	1	1	1	1	1	1		7					
9	7	1	0	0	1	1	0	0	1	1		5					
10	8	1	1	1	0	1	0	0	1	1		6					
11	9	0	1	0	0	1	1	1	1	1		6					
12	10	1	0	1	1	1	0	1	1	0		6					
13	p	0,8	0,7	0,7	0,6	0,8	0,6	0,6	0,9	0,7	VT	0,933					
14	q=1-p	0,2	0,3	0,3	0,4	0,2	0,4	0,4	0,1	0,3							
15	p*q	0,16	0,21	0,21	0,24	0,16	0,24	0,24	0,09	0,21		1,76					
16																	
17																	
18		KR20 =	K	*	VT - ∑p.g												
19			k-1		VT												
20							*										
21																	
22		KR20	9	*	0,2 - 1.,44	0,99											
23			9 - 1		0,2												
24																	
25																	

K= Número de items
P= Personas que responden correctamente
q= Personas que responden incorrectamente
vt= varianza total
Interpretación del coeficiente

Valor del coeficiente	Interpretación
KR - 20	
(0,9 , 1)	Excelente
(,8 , 0,9)	Bueno
(0,7 , 0,8)	Aceptable
(0,6 , 0,7)	Débil
(0,5 , 0,6)	Pobre

Activar Windows
Ir a Configuración de PC para activar Windows.

Hoja1

LISTO

07:20 p.m.
05-08-2022