



**Universidad
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS Y
COMPETITIVIDAD**

**Oferta Exportable de pecana al mercado del país de China
2017.**

**Para optar el título profesional de Licenciada en
Administración y Negocios Internacional**

AUTORA

Br. Linda Katherine Tarmeño Alvarado

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD

Economía, Empresa y Salud

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA

Estrategias de mejora para las empresas aplicando herramientas de Gestión
Importación y exportación de productos bandera del país o de productos
comercializables (distintos sectores) a nivel local y global

LIMA – PERÚ

2017

**Oferta Exportable de pecana al mercado del país de China
2017.**

Miembros del Jurado

Presidente del Jurado

Mtro. Julio Capristán Miranda

Secretario

Dra. Irma Carhuanchó Mendoza

Vocal

Mg. José Abel De la Torre Tejada

Asesor metodólogo

Mg. Fernando Alexis Nolazco Labajos

Asesor temático

Mg. Esteban Augusto Barco Solari

Dedicatoria

La presente tesis está dedicada a mi madre
Flor de María por reforzar mis habilidades
para alcanzar mis objetivos en la vida.

A mi abuelo por ser mi guía durante la
primera etapa de mi vida.

Agradecimiento

Agradezco al Mg. Fernando Nolazco y a mi asesor de tesis Mg. Esteban Barco quienes mostraron su apoyo y compromiso, durante toda la etapa de investigación.

A los productores y comercializadores de pecana de la ciudad de Ica, quienes contribuyeron para llevar a cabo la realización de la presente investigación.

Presentación

Señores miembros del jurado:

La presente investigación titulada “Oferta exportable de pecana al país de China 2017” se desarrolló con el objetivo de ofrecer una propuesta exportable de pecana en su forma natural al mercado de China. La investigación se llevó a cabo a través de encuestas realizadas en la ciudad de Ica, en las zonas de San Juan Bautista, Mamacona y San Jerónimo, ubicados en el norte de la ciudad, la encuesta se realizó a los productores de pecana residentes de la zona, quienes afirmaron en su mayoría no tener los conocimientos adecuados para llevar a cabo la exportación y que además están dispuestos a realizar la inversión necesaria para la exportación de su producto, confirmando la necesidad de contar con un documento que les permita guiarlos para llevar a cabo la exportación de su producto..

El estudio está conformado por VIII capítulos interrelacionados de manera secuencial para una mejor organización, la estructura fue establecida por el reglamento de la Universidad Norbert Wiener, los cuales están comprendidos por los siguientes capítulos: Capítulo primero, en esta sección se detalla el problema de investigación, los objetivos y la justificación de la investigación; en el capítulo segundo, indica el marco teórico conformado por: el sustento teórico, donde se detalla las principales teorías en las que se basa la investigación, los antecedentes que detallan investigaciones realizados por otros autores con respecto a las categorías de estudio y el marco conceptual constituido por conceptos y/o definiciones relacionados a la variable de estudio, así como los procedimientos para la recolección de datos; en el capítulo tercero se menciona información relacionada de la empresa donde además se pretende implementar la propuesta exportable comenzando por describirla, ver el marco legal, la

actividad, la información tributaria entre otros; en el capítulo cuarto se detalla el trabajo en campo realizado, los cuales están conformados por el diagnóstico cuantitativo y cualitativo, en el primero se detalla los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los residentes de Ica y en el segundo se describe una matriz con las respuestas de los expertos en exportación y producción de pecana entrevistados, en el que se alcanzaron categorías emergentes que complementan la investigación; en el capítulo quinto se detalla el fundamento, objetivo, problema, justificación de la propuesta de la investigación. Asimismo, los resultados que se esperan alcanzar, las actividades a desarrollar, el presupuesto, el flujo de caja para establecer la viabilidad económica de la propuesta; en el capítulo VI se establece el diagnóstico final de la investigación, donde se discutirá con las bases teóricas el diagnóstico final y la propuesta para llegar a una conclusión; en el capítulo VII se detallará la conclusión al cual se llegó luego del análisis de la triangulación para establecer las sugerencias; Todos estos aspectos fortalecieron la comprensión de lo estudiado.

Finalmente se detallan anexos como: matriz de la investigación, matriz metodológica, instrumento cuantitativo, fichas de validación del instrumento, fichas de validación de la propuesta entre otros para la comprensión.

Se pretende que la presente investigación logre la valoración de los lectores y además contar con sus apreciaciones que fortalecerán el estudio.

Br. Linda Katherine Tarmeño

DNI:44402939

Índice

Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Presentación	vi
Índice	viii
Índice de Tablas	xii
Índice de Figuras	xiii
Resumen	xiv
Abstract	xv
Introducción	xvi
CAPÍTULO I	17
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17
1.1 Problema de investigación	18
1.1.2 Identificación del problema ideal	18
1.1.1 Formulación del problema	20
1.2 Objetivos	20
1.2.1 Objetivo general	20
1.2.2 Objetivos específicos	20
1.3 Justificación	21
CAPITULO II	24
MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO	24
2.1 Marco teórico	25

2.1.1 Sustento teórico	25
2.1.2 Antecedentes	30
2.1.3 Marco conceptual	35
2.2 Metodología	54
2.2.1 Sintagma	54
2.2.2 Enfoque	55
2.2.3 Tipo	55
2.2.4 Diseño	56
2.2.5 Categorías y subcategorías apriorísticas	56
2.2.6 Unidades de análisis	58
2.2.7 Instrumentos y técnicas	59
2.2.8 Procedimientos para la recopilación de datos	63
2.2.9 Método de análisis de datos	64
2.2.10 Mapeamiento	66
CAPITULO III	67
EMPRESA	67
3.1 Descripción de la empresa	68
3.2 Marco legal de la empresa	68
3.3 Actividad económica de la empresa	69
3.4 Información tributaria de la empresa	69
3.5 Información económica y financiera de la empresa	70
3.6 Proyectos actuales	70

	x
3.7 Perspectiva empresarial	70
CAPÍTULO IV	72
TRABAJO DE CAMPO	72
4.1 Diagnóstico cuantitativo	73
4.2 Diagnóstico cualitativo	84
4.3 Triangulación de datos: Diagnostico final.	91
CAPITULO V	95
PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN	95
5.1 Fundamentos de la propuesta	96
5.2 Objetivos de la propuesta	99
5.3 Problema	99
5.4 Justificación	100
5.5 Resultados esperados	102
5.6 Plan de Actividades	102
5.7 Evidenciar	104
5.8 Presupuesto	108
5.9 Diagrama de Gantt	109
5.10 Flujo de caja en un plazo de cinco años considerando tres escenarios	110
5.11 Viabilidad económica de la propuesta	113
5.12 Validación de la propuesta	113
CAPITULO VI	115
DISCUSIÓN	115

6.1. Discusión – Diagnóstico Final	116
CAPITULO VII	121
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	121
7.1 Conclusiones	122
7.2 Sugerencias.	123
CAPÍTULO VIII	125
REFERENCIAS	125
ANEXOS	131
Anexo 1 Matriz de la investigación	131
Anexo 2: Matriz metodológica de categorización	132
Anexo 3 Matriz operacional de la categoría: Oferta Exportable	134
Anexo 4 Instrumento Cuantitativo	137
Anexo 5 Matriz operacional de la categoría: Oferta Exportable	139
Anexo 6: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos	142
Anexo 7 Ficha de Validación de la propuesta	151
Anexo 8 Propuesta Exportable	155

Índice de Tablas

Tabla 1 Empresas exportadoras de Pecana	37
Tabla 2 Información Nutricional	49
Tabla 3 Categorías apriorísticas	57
Tabla 4 Muestra Holística para la investigación	59
Tabla 5 Juicio de expertos para el instrumento	62
Tabla 6 Confiabilidad del instrumento	62
Tabla 7 Conocimiento acerca de la exportación de pecana a China	73
Tabla 8 Entendimiento acerca de los permisos para exportación a China	74
Tabla 9 Capacidad para Inversión en documentos de exportación	75
Tabla 10 Información acerca del país al que se exporta	76
Tabla 11 Apoyo del gobierno en exportación	77
Tabla 12 Conocimiento acerca de la APEC.	78
Tabla 13 Cantidad de cosecha de pecana al año.	79
Tabla 14 Precio de Venta por kilo de pecana.	80
Tabla 15 Ingresos percibidos de la venta de pecana	81
Tabla 16 Apoyo en la producción de pecana por parte del estado.	82
Tabla 17 Principales Clientes	83
Tabla 18 Evaluación del proyecto en tres escenarios	113

Índice de Figuras

Figura 1 Mapeamiento del trabajo de investigación	66
Figura 2 Conocimiento acerca de exportación de pecana a China	73
Figura 3 Entendimiento acerca de los permisos para exportación a China	74
Figura 4 Capacidad para Inversión en documentos de exportación	75
Figura 5 Información acerca del país al que se exporta	76
Figura 6 Apoyo del gobierno en exportación	77
Figura 7 Conocimiento acerca de la APEC.	78
Figura 8 Cantidad de cosecha de pecana al año.	79
Figura 9 Precio de Venta por kilo de pecana.	80
Figura 10 Ingresos percibidos de la venta de pecana	81
Figura 11 Apoyo en la producción de pecana por parte del estado.	82
Figura 12 Principales Clientes	83
Figura 13 Productor de pecana encuestado	104
Figura 14 Productor de pecana encuestado	104
Figura 15 Productor de pecana encuestado	105
Figura 16 Productor de pecana encuestado	105
Figura 17 Encuestadora	106
Figura 18 Fruto pecana	106
Figura 19 Árboles de pecana	107
Figura 20 Presupuesto	108
Figura 21 Diagrama de Gantt	109
Figura 22 Flujo de caja - escenario optimista	110
Figura 23 Flujo de caja escenario probable	111
Figura 24 Flujo de caja - escenario negativo	112

Resumen

El título de la investigación “Oferta exportable de pecana al país de China 2017” cuyo objetivo general es realizar una propuesta exportable de pecana al país de China. El presente estudio está direccionado al desarrollo económico de los productores de pecana a través de la exportación al mercado internacional.

El presente estudio se apoyó en instrumentos cuantitativos y cualitativos para la recolección de datos; asimismo, se utilizó herramientas estadísticas para el procesamiento de la información, como consecuencia de un sintagma holístico, con un enfoque mixto, de tipo aplicada y proyectiva y con un diseño no experimental. La muestra del estudio fueron residentes de Ica a quienes se les aplicó una encuesta para tener un mejor análisis se complementó con una guía de entrevista a expertos en producción y exportación de pecana.

Los principales resultados que se evidenciaron fue que los productores de Ica, en un 80% no tienen los conocimientos para llevar a cabo la exportación y el 83% estarían dispuestos a realizar la inversión necesaria para la exportación, el 56.7% indica que los ingresos de la pecana solo cubren su inversión de la producción, lo que evidencia que si los productores de Ica se les capacitará y se les diera las herramientas ellos podrían exportar su producto y obtener una mejor ganancia, ya que localmente el producto lo venden a S/15 el Kilo de pecana en un 60% y el precio de exportación es de USD 8.3 (S/26.5) por lo que sus ingresos serían mucho mejor, lo que contribuiría a que puedan llevar una mejor calidad de vida, cabe resaltar que su crecimiento también sería una contribución al país. Una estrategia para promocionar su producto sería a través de participación en ferias, redes sociales.

Palabras clave: Exportación, comercio internacional, pecana, promoción.

Abstract

The title of the research "Exportable offer of pecan to the country of China 2017" whose general objective is to propose a propose of export of pecan to the country of China. The present study is directed to the economic development of the pecan producers through the export to the international market.

The present study was based on quantitative and qualitative instruments for data collection; In addition, statistical tools were used for the processing of information, as a consequence of a holistic syntagm with a mixed approach, of an applied and projective type and with a non-experimental design. The sample of the study were residents in Ica who were applied a Spanish survey, to have a better analysis was complemented with an interview guide to experts in production and export of pecan.

The main results were that the Ica producers, 80% do not have the knowledge to carry out the export and 83% of them would not be willing to make the necessary investment for the export, 56.7% indicates that Pecan income only covers their investment in production, which shows that if producers of Ica will be trained and given the tools they could export their product and obtain a better profit, since locally the product is sold to S / 15 the Kilo in 60% pecan and the export price is USD 8.3 (S / 26.5) so their income would be much better which would contribute to their better quality of life, it should be noted that their growth would also be a contribution to the country. A strategy to promote your product would be through participation in fairs, social networks.

Keywords: Export, international trade, pecan, promotion.

Introducción

El presente estudio está enfocado en Oferta exportable de pecana al país de China, 2017, cuyo objetivo es el de brindar una propuesta exportable de pecana al mercado de China, para que los productores que pecana se les permitan participar en el comercio internacional a través de la comercialización de pecana en el mercado extranjero, al mismo tiempo puedan tener mejores ingresos, una mejor calidad vida, así como tener más capital para seguir invirtiendo en este producto, asimismo el Perú incrementa sus volúmenes de exportación de este producto mejorando la balanza comercial del país.

En consecuencia para el presente estudio analizamos una categoría la cual es: Oferta exportable de pecana, para ello se analizó las distintas variables existentes apoyadas en teorías de la administración para alcanzar una mejor comprensión y otras teorías como la teoría de organizaciones, teoría de la administración por objetivo, teoría de sistemas y teoría de ventaja competitiva, se identificó que estas teorías se complementan para que las organizaciones o empresas desarrollen sus actividades de manera eficiente.

Los empresarios hoy en día deben de conocer al mercado, acerca de los cambios, gustos y preferencias relacionadas al producto que desean exportar, es decir conocer el mercado al que ingresarán.

Por ello se realizará una propuesta exportable, cuya finalidad es brindar orientar de forma organizada las actividades a desarrollar dentro del proceso de exportación del producto con el fin de minimizar los riesgos y peligros, con la propuesta se pretende brindarle a los gerentes una guía para conocer sus oportunidades y tomar ventajas de ello y saber actuar ante la amenaza de sus competidores.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Problema de investigación

1.1.2 Identificación del problema ideal

Hoy en día existe una marcada tendencia mundial hacia el consumo de productos naturales con beneficios para la salud y de alto valor nutritivo, como lo es la pecana, el Perú es uno de los productores a nivel mundial, sin embargo, no se tiene los conocimientos para aprovechar las oportunidades.

De acuerdo a una encuesta acerca de Salud y Bienestar Global realizado por Nielsen Company (2012) en el país de China, el 45% de los encuestados chinos dicen "todo lo natural" son muy importantes, el 47% están muy dispuestos a pagar un adicional para estos productos. Las mismas tendencias también se pueden encontrar en los alimentos orgánicos (39% vs. 40%), alimentos de grano entero (28% vs. 31%) y la comida sin gluten (19% vs. 24%) y alimentos fortificados con calcio (26% vs. 27%). Estos resultados muestran oportunidades para colocar el producto en este mercado.

En la actualidad la pecana es uno de los frutos secos con mayor demanda en los países potenciales. Según la Cámara de Comercio de Lima (2017), en el Perú 10 empresas han realizado exportaciones del producto, de las cuales 6 de ellas lideran las exportaciones, siendo el destino 85% al país de China, 10% a Alemania y 5% a EEUU, durante el periodo del año 2016. Las exportaciones que realizamos son mínimas en comparación a otros países. Se prevé una mayor demanda futura, por tal razón se debe aprovechar estas oportunidades para que los productores de pecana puedan proyectar sus ventas hacia el extranjero y al mismo tiempo iniciar la siembra de la pecana para que a largo plazo se pueda cubrir una mayor demanda y alcanzar otros mercados.

La pecana es un producto de negocio a largo plazo para inversión y retorno, debido a que la primera producción se realiza a los siete años, el pecano, árbol de la pecana también conocida como nuez pecan o nuez americana, es frondoso, puede llegar a medir 40 metros y vivir hasta cien años. Requiere cuidados y buena alimentación para que sus ramas crezcan sólidas y puedan sostener los frutos, que tardan años en salir. Si se busca una pecana de calidad, el árbol no puede crecer de manera silvestre.

Los principales países productores de la pecana son Estados Unidos y México, en Estados Unidos este producto es altamente consumido durante todo el año aún más en la fiesta de acción de gracias donde uno de sus principales alimentos es el pie de pecana.

El ingeniero Villanueva, consultor de agronegocios del Instituto Peruano de Exportadores (IPEX), quien afirmó que la pecana está siendo altamente demandada por Corea, Canadá, Estados Unidos, China y Alemania, donde es requerida por adultos y ancianos que valoran su alto contenido de antioxidantes, que retarda el envejecimiento (IPEX, 2013).

Un informe del Ministerio de Agricultura de Chile acerca de los mercados mayorista de China “Jiagnan Fruit and Vegetable Wholesale Market”, ubicado en la ciudad de Guangzhou es el mercado mayorista de frutas más grande de China, aproximadamente el 80% de la fruta importada de China se distribuye de este mercado.

El 24 de febrero del presente año el Perú se realizó la primera exportación de un contenedor de arándanos al mercado mayorista de Jiangnan, ubicado en la ciudad sureña de Guangzhou (Cantón), gracias a un acuerdo realizado en la APEC 2016.

Para los productos de pecana en Ica, el país de China es un destino ideal inicialmente, ya que el país no requiere que el producto sea procesado y tampoco orgánico, ellos solicitan el producto en su forma natural es decir con cascara en la presentación de sacos de malla, ya que en destino es decir en China el consumidor en su mayoría compra el producto con cascara natural y/o también lo adquieren para procesarlo en algunos casos tratan al producto agregándole sabor dulce, picante y salado y así lo venden al público en general, además en cuanto a permisos no es necesario mucha documentación solo el certificado fitosanitario emitido por SENASA, es por ello que China es un mercado para exportación de pecana ideal.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cómo llevar a cabo la Oferta exportable de pecanas al mercado de China?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Realizar una propuesta exportable de pecana al mercado de China 2017.

1.2.2 Objetivos específicos

Diagnosticar el estado actual de la exportación de pecanas al mercado de China 2017.

Categorizar los fundamentos de la exportación y el producto y las demás categorías apriorísticas y emergentes.

Diseñar una oferta viable de exportación de Pecana al mercado de China 2017.

Validar los instrumentos de investigación para a la muestra y la propuesta exportable a través de juicios de expertos.

Evidenciar la viabilidad del estudio a través de imágenes tomadas durante la investigación.

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación metodológica

La presente investigación en el sintagma holístico, desarrollándose bajo el enfoque mixto, con la investigación y conocimientos de las actividades a desarrollar, detalles de los hechos del sector, todo ello permitirá el desarrollo de la propuesta exportable de pecana, planteados así desde los enfoques cuantitativo y cualitativo, el cual brindaran conocimientos empíricos y críticos, los cuales a través de la recolección, análisis de datos y estadísticos, luego la integración y discusión del mismo permitirá realizar el proceso de meta inferencia para poder obtener resultados certeros y confiables de lo investigado.

Para la formación profesional de acuerdo a La Ley Universitaria N° 30220 acerca de la obtención del título universitario el cual para obtenerlo es indispensable la presentación de un proyecto de investigación que contribuya al desarrollo del país, es por ello que se desarrolla la propuesta exportable de pecana al país de China con el objetivo de sustentar la tesis para poder obtener el título de licenciado en Administración y Negocios Internacionales.

1.3.2 Justificación práctica

A través de la Globalización y los TLCs se desarrollaron formas más eficientes del comercio como el transporte internacional y comunicaciones entre exportadores e importadores. A nivel mundial los gobiernos toman como factor importante el comercio internacional para el desarrollo tecnológico y económico, de acuerdo a ello y en virtud de cada país pactan tratados para la eliminación de barreras en sus transacciones,

beneficiando así a empresas exportadoras e importadoras para que ellas puedan aumentar sus utilidades ser más rentables y permanentes con el tiempo, es por ello que la presente investigación se desarrolla para que los productores de pecana en Ica, los cuales puedan encontrar en la investigación una propuesta para poder llevar su producto al mercado internacional, en ella encontrará la información, objetivos, conclusiones y sugerencias, las cuales podrá usar como herramienta para tener un panorama preciso mucho más completo reflejados en la realidad, desarrollados en un enfoque holístico. Este material brindará la información certera que los gerentes y sus colaboradores necesitan para tomar las decisiones adecuadas.

Las empresas que implementen la exportación a largo plazo podrán iniciarse en el mercado internacional, reduciendo riesgos propios de la exportación y venta internacional. Además, la empresa crecerá económicamente y organizacionalmente, por tanto, aportará a la economía peruana y al reconocimiento internacional.

Por otro lado al ser la pecana un producto con un alto contenido en ácidos grasos saludables (sobre todo en ácidos grasos mono insaturados), Vitaminas como vitamina E y vitamina B1, minerales ricos en magnesio, cobre, fósforo, zinc y selenio, además ayuda a prevenir enfermedades como el cáncer, los males cardiacos y alzhéimer. Este fruto seco aporta al cuidado de la salud de la población de China, y es un producto muy usado para el consumo en comidas y postres.

La presente investigación abrirá las puertas a los productores de Ica y al mismo a una empresa que recién se está iniciando en el mercado internacional, aportará los

concomimientos para que ella y los productores pueda tomar las decisiones y tener éxito en los resultados, contribuirá al desarrollo del comercio exterior y ventas internacional.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO METODOLÓGICO

2.1 Marco teórico

2.1.1 Sustento teórico

Para el desarrollo del presente trabajo se revisaron diferentes teorías administrativas, para un mayor sustento del mismo, los cuales pasamos a mencionar:

Teoría de la Organización

En una organización es importante que el personal interactúe con otras personas ya sea que estén dentro o no de la organización para así poder alcanzar los objetivos, pero sobre todo los objetivos más trascendentes. De Ahí la importancia de establecer una organización, conformada por grupos estratégicos y para contar con este grupo es importante que tenga los conocimientos para el desarrollo de las actividades en aras de alcanzar los objetivos, asimismo para llevar a cabo el comercio internacional de bienes y servicios es importante establecer dicha organización o empresa enfocada en trabajar para alcanzar los objetivos.

Mooney (como citó en Chiavenato, 2006) dice La organización es la característica de toda asociación humana cuando se busca un objetivo comun. La técnica de organización puede ser descrita como la manera de correlacionar actitudes o fuciones especificas en un todo coordinado (p, 73)

En la organización cada grupo de personas debe estar distribuida de tal forma que las actividades que realice deben estar designadas en relacion a sus conocimientos, experienciencia y especialidad, para así poder alcanzar los objetivos de la organización.

Teoría de Sistemas

Para el desarrollo de las funciones y actividades dentro de la organización, trazar los objetivos es importante para que las áreas trabajen en coordinación y en mucha comunicación en caso de una empresa exportadora el sistema funciona de forma de externa con la entidades correspondientes para llevar a cabo la exportación en coordinación con las actividades que se deben realizar internamente en la organización. Según Chiavenato (2009) afirma que “Un sistema es un conjunto de elementos relacionados dinámicamente que realizan una actividad para alcanzar un objetivo” (p, 78).

El sistema es un concepto holístico porque es amplio inmerso en diversas actividades y elementos los cuales trabajan de forma compleja, por tanto requieren un análisis a profundidad.

Rodríguez (2011) Ver a la empresa y, en general, a las organizaciones sociales como sistemas permite apreciarlas mejor, pues son entidades sociales muy dinámicas en donde las personas están en comunicación continua, toman decisiones, se comprometen acuerdan e interactúan con su medio al comprar y vender, de forma que la actividad colectiva de los miembros de la organización adquiere un sentido de eficiencia, eficacia y efectividad (p, 122).

En el caso de una empresa de exportación ven la necesidad de la comunicación internacional para encontrar la información que necesitan para guiar su proceso de exportación, iniciarse en un nuevo mercado o posicionamiento de ella. Interactúan a nivel internacional para llevar cabo la venta al exterior la cual se realiza a través de acuerdos, compromisos de la mejor forma.

Ventaja competitiva

En el Comercio internacional vemos constantes intercambios de productos iguales, pero con diferentes calidades y precios, las empresas en diferentes países tratan de posicionar sus productos, utilizando todas sus herramientas y capacidad en el mercado para que el consumidor opte por su producto y con ella liderar. Esto es una constante lucha que se da a nivel mundial, es por ello que la ventaja competitiva es una herramienta poderosa y muy usada en los últimos años, utilizada para distinguirse de los demás y acaparar los mercados.

Según Godratt (1997) refiere que podemos ganar ventajas competitivas teniendo mejores productos, precios más bajos o una respuesta más rápida. Cada una de estas categorías se puede dividir en dos ramas distintas. Podemos ganar una ventaja competitiva a través de nuestro producto teniendo tanto una calidad soberbia como una excelente ingeniería (p. 46).

Es importante establecer las ventajas competitivas para el diseño y desarrollo del producto de acuerdo a la necesidad del mercado al que se dirige.

Teoría del Desarrollo Organizacional

Las empresas, su infraestructura, sus áreas, sus funciones ya se que su producto sea un bien o un servicio, para que se pueda desarrollar dentro de la eficiencia y efectividad en vísperas de un negocio viable, se debe valorar cada aspecto de la organización teniendo en cuenta que todas son importantes, y contribuyen al objetivo de la empresa, asimismo también permitirá que el personal de la organización sepa el trabajo que debe realizar, sus objetivos y sobre todo el objetivo de la organización, además de mantener una mejor comunicación con las demás áreas.

Según Chiavenato (sin fecha) afirma que la organización es la coordinación de diferentes actividades de contribuyentes individuales con la finalidad de efectuar transacciones planeadas con el ambiente. Ese concepto utiliza la noción tradicional de división del trabajo al referirse a las diferentes actividades y coordinación en la organización y se refiere a personas como contribuyentes de las organizaciones, en lugar de que las personas estén totalmente incluidas en las organizaciones. Las contribuciones de cada participante a la organización dependen de sus diferencias individuales y del sistema de recompensas y contribuciones de la organización (p. 319).

Hoy en día muchas empresas usan un programa de recompensas con el fin de motivar al personal a un mejor desempeño, si bien en una empresa comercial de exportación se estila brindar comisión al personal en base a las ventas con el fin de obtener un mejor resultado de la venta, lo cual funciona para muchas empresas.

Asimismo el clima laboral es muy importante, con lleva un gran compromiso de parte los líderes en la organización deben crear un ambiente agradable, abierto para que el personal tenga la confianza de sugerier mejoras y/o soluciones a problemas que puedan surgir en la organización. Es por ello que (Chiavenato) explica:

La organización actúa en un medio ambiente y su existencia y sobrevivencia dependen de la forma como ella se relaciona con ese medio. Por tanto, la organización debe ser estructurada y dinamizada en función de las condiciones y circunstancias que caracterizan el medio en que opera (p. 319).

Para que un negocio sea viable y duradera la organización cumple un rol importante depende mucho del ambiente y el medio donde se desarrolla, la influencia

en los grupos de trabajo de la organización potencia el comportamiento humano en el logro de las metas trazadas, el compromiso es un factor importante para llevar a cabo la relaciones con el personal.

Por otro lado Aldrich y Pfeffer en Hall (1985) señala:

Las organizaciones que están orientadas hacia la comercialización, como las empresas de bienes de consumo popular, pueden tender a promover funcionarios con experiencia en ventas o en comercialización, quienes por tener una experiencia y una socialización similar, tendrán ideas muy parecidas acerca de las políticas organizacionales (p, 315).

Si bien las empresas comercializadores de bienes compra y venta, es ideal que contraten personal con experiencia en su rubro para una mejor organización en la estructura de sus área, a su vez puedan aportar ideas normas que contribuyan al desarrollo del mismo.

Administración por objetivos

Es el método que permite que el personal y sus líderes establezcan objetivos de acuerdo al desempeño, el cual se mide en un determinado tiempo establecido y recompensado en la medida que se alcancen los logros. De acuerdo a la organización sus objetivos van desde los general a lo mas específico ya sea por grupo, área, individualmente, estas mismas van desde lo mas individual hasta lo general y viceversa, por ello afirma Chiavenato (2009) indica :

Primero se establecen los objetivos anuales de la empresa, formulados en un plazo de objetivo a largo plazo (que pueden ser quincenales o decenales), y lo

objetivos de cada gerente o departamento con base en los objetivos anuales de la empresa (p, 406).

Teoría clásica de la administración:

La distribución de las actividades es la forma mas eficiente para que la organización cuente con una estructura que garantice la realización de todas las actividades involucradas, ya sea que el área lo realicen un grupo de personas o un individuo. Chiavenato (2009) dice “Se parte del todo organizacional y de su estructura para garantizar la eficiencia de todas sus partes involucradas” (p, 89).

Es importante resaltar que la administracion unifica la organización de tal forma que se puedan contralar durante el día a día para el futuro. Organizando las tareas dividiendo las funciones dando responsabilidad para llevar un mejor control acerca del patrimonio de la organización y tomar desiciones para el futuro.

Para Fayol en (Chiavenato, 2009) administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar. Esto implica, respectivamente la previsión de las a actividades a futuro, la organización de los recursos de la empresa de modo que esta realice sus proyectos (p, 66).

2.1.2 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

En un estudio de Takata y Barela (2013) en una investigación acerca de la *Nuez pecan y sus perspectivas de comercialización en el pais de Uruguay*, en la Universidad de la Republica de la Facultad de Agronomia, el cual tuvo como objetivo caracterizar el ciclo tanto vegetativo como reproductivo del nogal Pecan (*Carya Illinoensis*) en la región sur de Uruguay y analizar las perspectivas de comercialización de la nuez en su país, utilizaron una metodología conformada por un análisis estratégico del ciclo

productivo, estudio de vegetativo. Primero realizaron un estudio acerca del clima si el de su país Uruguay era el adecuado para el producto, como resultado obtuvieron que el clima del sur de Uruguay es el adecuado al igual que clima es similar al de Estados Unidos quien es el principal productor y consumidor de pecana a nivel mundial de acuerdo a su investigación. La investigación concluye en que la demanda externa está insatisfecha, y a nivel de mercado interno es decir Uruguay se está comenzando a conocer, la producción de la Nuez Pecan la cual resulta interesante a la hora de mejorar la rentabilidad de los productores.

Es un estudio Cientificado realizado por Ted Sammis, Mick O'Neill y Junming Wang (2012) acerca de la *Evaluación de la viabilidad de invertir en un Centro de pecana procesamiento de petróleo y Harina usan las nuevas tecnologías de extracción en la New Mexico State University*. La investigación tiene como objetivo una salida alternativa de mercado para los productores de nuez, para ello realizaron evaluación acerca si la pecana procesada tendría impacto en el mercado internacional, es decir que los productores de pecana de México tenga la opción de vender el aceite de nuez y una harina de pecan sin gluten desgrasada al mercado de Estados Unidos ya que hoy en día exigen productos libres de Gluten. El problema que presentaría la Fabrica es que la producción de pecana se exporta en su mayoría por tanto no quedaría la cantidad de producto adecuado para la producción, la exportación de pecana a China aumentó en los últimos 3 años. La investigación concluye que la producción de ambos productos contribuye al bienestar de la salud y sería un negocio viable, sin embargo, si se desea llevar a cabo el proyecto se debe realizar un plan de negocios.

Por otro lado en una investigación de Ana Cristina Abeto del Prado (2013) acerca de la *Identificación y evaluación de la actividad antioxidante y antimicrobiana de*

compuestos fenólicos de la cáscara de nuez-pecan [Carya illinoensis (Wangenh) C. Koch] de la Universidad Federal de Santa Catarina en Brazil, el cual tuvo como objetivo Estudiar la relación entre el compuesto e identificación de compuestos antioxidantes presentes en el óleo de nuez-pecan [Carya illinoensis (Wangenh) C. Koch] y su estabilidad oxidativa y la actividad antioxidante y antimicrobiana en extractos de la cáscara de la nuez-pecan obtenidos a través de diferentes métodos de extracción. Esta investigación afirma que la almendra se caracteriza por el alto nivel del óleo el cual corresponde al 65 y 75% , cuenta con proteínas del (9,9%), carbohidratos (7,8 %), hebras totales (7,8%), agua (3,7%) y de cenizas o minerales totales (1,4%), calorías de 726,7 kcal por gramo. La nuez-pecan denota su valor como alimento antioxidante similar al de Té Verde, ayuda a la memoria y también su cascara funciona como fuente de aditivos naturales la cascara del producto es resistente a la bacterias. El investigado concluye con la importancia de valorar los residuos es decir la cascara de la pecana para uso agroindustrial de cultura esencialmente orgánica, redime de contaminantes agro tóxicos, ello permitirá valor mejor la siembra de nogales en el sur de Brasil.

En la investigación de Marilla Lazaroto (2015) acerca de la *Identificación y caracterización de Fusarium spp y pestalotiopsis spp. Asociado a la Carya illioinensis en el Rio Grande del Sur en Brazil* por la Universidad Federal de San Maria, la cual tuvo como objetivo principal identificar y caracterizar los agentes causales de nuevas enfermedades que atacan la Nogueira-pecan en el Río Grande del Sur, para ello la metodología que se emplea fue es un estudio acerca de la presencia de enfermedades del árbol nogal, que consta de una investigación de observación para diagnosticar los problemas fitosanitarios de la especie las cuales no se desarrollaron en la misma

intensidad, de modo que muchos productores del estado han enfrentado enfermedades desconocidas. *Fusarium spp.*, agente causal en las raíces y *Pestalotiopsis spp.*, agente causal de mancha en la flora del árbol.

Antecedentes Nacionales

Es un estudio realizado por Vega (2016) sobre *Gestión Gerencial y la pérdida de la certificación fairtrade en la asociación de recolectores orgánicos de la Nuez amazónica del pleru del departamento Madre de Dios 2011* cuyo objetivo fue Demostrar que la gestión gerencial ineficaz contribuyó a la pérdida de la certificación Fairtrade por la Asociación de Recolectores Orgánicos de la Nuez Amazónica del Perú departamento de Madre de Dios en el año 2011, cuya metodología empleada fue cualitativo, bajo un diseño de investigación no experimental (descriptivo-correlacional). La certificación de Fairtrade es un sello reconocido a nivel mundial que avala y da seguridad al producto, en la evaluación se tuvo en cuenta información primaria la cual estuvo integrada por encuestas y fuentes de información secundaria, además las encuestas se realizaron a los asociados recolectores del producto local de investigación, el investigador concluye que hubo una clara ineficiencia que disminuyó los recursos económicos a su vez el endeudamiento en la asociación Recolectores Orgánicos de la Nuez Amazónica del Perú, asimismo la existencia de inadecuadas condiciones laborales lo que no permitió obtener la participación de los miembros de la asociación.

Por otro lado en un estudio realizado en Perú por Vigo (2014), sobre las *Características Fisicoquímicos de un reestructurado de carne de Alpaca con inclusión de pecana y Triansglutaminasa*, de la Universidad Mayor de San Marcos, el objetivo del presente trabajo fue desarrollar un reestructurado de carne de alpaca con inclusión

de pecana y transglutaminasa, mediante el método de diseño de mezclas, , cuya metodología fue el método experimental, en esta investigación la pecana es el ingrediente más importante debido a las propiedades y al sabor y valor que le proporciona a la carne de alpaca el contenido de vitamina E, que tiene acción antioxidante (reduce el deterioro de las células del cuerpo), también hace referencia a los estudios donde se ha demostrado la contribución a la piel, la pecana combate y previene enfermedades cardiovasculares, previene varios tipos de cáncer, diabetes tipo 2 y obesidad. La investigación concluye que la pecana le da un valor agregado al mezclarlo con la carne de alpaca, la cual por su sabor y valor nutricional tuvo una gran aceptación.

En un estudio por Arteaga, Delgado, Eca y Florian (2014) acerca de la *Comercialización de Fruta Deshidratada, de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas*. La cual tuvo como objetivo crear la marca “Ruru” para comercializar frutas deshidratadas vitaminizadas y con diferentes sabores (valor agregado), posicionar el producto como el “Snack Saludable”, que le permitirá sentirte y verte mejor , siendo el tipo de investigación mixta, realizaron encuesta y focus group, como resultado se obtuvo que la población encuestada le da mucha importancia al consumo de frutas y los beneficios para su salud la encuesta se aplicó a Jóvenes adultos entre 25 y 40 años de los niveles socioeconómicos A, B y C., como resultado se obtuvo que el 89% consume fruta deshidrata y 92% recomendaría el producto.

2.1.3 Marco conceptual

Se procederá a definir las categorías y subcategorías del presente estudio para obtener los conocimientos acerca de las categorías, se detalla a continuación:

Oferta Exportable

Engloba un conjunto de herramientas que la empresa debe tener para poder ofrecer su producto, como el tener el suficiente volumen para cubrir la demanda, así como contar con el capital para realizar la inversión, Capacidad económica y financiera. Así como la capacidad y conocimiento de poder llevar a cabo el proceso de exportación.

Según Mincetur (2008) La oferta exportable se refiere a los productos que pueden ser ofrecidos y vendidos fuera del país (y que además cuentan con potenciales mercados externos). Asimismo, este concepto involucra a las empresas que serán responsables de llevar a cabo estas operaciones de comercio exterior (p, 18).

Las empresas que incursionen en la venta al exterior deben capacitarse, desarrollar su producto para hacerlo atractivo al mercado destino.

Propuesta Exportable:

Es un punto importante para iniciar la exportación, el documento podrá asistirnos para encaminarnos en el desarrollo de la organización y el negocio, la propuesta podremos definir el mercado, evaluar a los competidores, analizar los precios internacionales, procesos logísticos, certificaciones y otras actividades que nos lleven a realizar con éxito la exportación.

Según Lerma y Marquez (2010) nos dice:

Para que una propuesta de exportable sea útil y determinante en el éxito comercial internacional de las empresas debe ser sencillo, realista y congruente(...) El desarrollo del plan óptimo para la empresa requiere tanto del conocimiento de las capacidades propias como de las características y situaciones presentes en el mercado internacional (p, 540).

Con esta referencia desarrollaremos la propuesta exportable, de tal forma que sea una guía rápida y sencilla para los productores de pecana en Ica.

Exportación

La exportación según ADEX (2014) es el régimen aduanero que permite la salida de territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo definitivo en el exterior (p, 5). Esta actividad es realizada por las empresas comerciales que venden fuera del país, desarrollándose dentro de un marco legislativo sujeto a reglas.

También nos dice ADEX (2014) “La exportación representa la etapa final del proceso de colocación de mercancías nacionales en el mercado internacional, resultado de un conjunto de operaciones emprendidas por el exportador” (p, 16).

La empresa comercial habrá realizado la exportación cuando el producto haya llegado a su destino y la responsabilidad esté en manos del importador.

Empresas Exportadoras de pecana en el Perú

En el Perú según datos de la Cámara de Comercio de Lima del área de Sector Alimentos y Bebidas – CCEX, durante el año 2016 se puede apreciar 6 empresas dedicadas a

exportar pecanas en sacos de yute o plástico, las empresas se muestran en el siguiente cuadro:

Tabla 1

Empresas exportadoras de Pecana

Periodo 2016	
EMPRESAS	Valor FOB (US\$)
PROCESOS AGROINDUSTRIALES SOCIEDAD ANONIMA	370,603.15
WIÑAY SUMAJ S.A.C.	1,153,556.00
AGRO EXPORT TOPARA S.A.C.	554,364.00
AGROEXPORTADORA MAHAN S.A.C.	656,193.57
ALPHA TRADING INTERNATIONAL S.A.C.	3,082,050.00
BERNALES URIBE VDA DE SANTHOME IDA CLORINDA	406,788.00

Fuente CCL

Procesos Agroindustriales S.A.: Es una empresa agroindustrial, creada en 1990, dedicada a la producción, empaque y exportación de productos agrícolas realizando toda la cadena productiva.

Las oficinas se encuentran en San Isidro Lima y su centro de producción está ubicado en la ciudad de Ica. La empresa cuenta con la Certificación de Nutriclean el cual les permite asegurar y ofrecer productos libres de pesticidas, también cuenta con la certificación de SQF 2000, emitida por SGS, que es un sistema de gestión de la calidad e inocuidad de los alimentos, el mismo que se complementa con la cadena de frío, pero sobre todo cuenta con la certificación de Skal International y Certificación Kosher para las pecanas orgánicas.

Esta empresa exporta, pecanas orgánicas, espárragos y semillas híbridas, Sus principales exportaciones son a los países de Estados Unidos, Holanda, Bélgica, Inglaterra, España, Italia, Suecia y Japón, así como en países sudamericanos, como Argentina y Brasil. (Procesos Agroindustriales S.A, 2017)

Agro export Topara S.A.C: Es un negocio familiar que se inició en el año en 1970 cuando el Ing. Klaus Bederski L. adquirió un fundo de 100 hectáreas en el Valle de Topará, Chíncha. El primer paso fue el sembrío de 10 hectáreas de pécanos y diversos productos como zapallos y pallares. Luego en los años 80 incrementaron el huerto de pecanos en 30 hectáreas más, lográndose exportación a los Estados Unidos en 1994, desde entonces, anualmente exportan pecanas y otros productos agroindustriales a clientes en los Estados Unidos, Italia, entre otros.

En el año 2000 obtuvieron la certificación orgánica con la empresa holandesa Skal Internacional, además cuenta con la certificación Fondo Verde, otorgada por SENASA.

La empresa también se dedica a los viveros de plantas frutales tales como Paltos, Higueras, durazneros, lúcumos, chirimorayas, pecanas, manzanos entre otros, además brinda asesoría en fruticultura orgánica. (Agro export Topara S.A.C, 2016)

Alpha Trading Internacional S.A.C: Es una empresa ubicada en la ciudad de Ica dedicada a la exportación de Frutos, legumbres y Hortalizas, inicio sus actividades en el año 2010, no tiene website.

Agroexportadora Mahan S.A.C: Es una empresa ubicada en la ciudad de Ica dedicada a la exportación de Frutos, legumbres y Hortalizas, inicio sus actividades en el año 2016, no tiene website.

Bernales Uribe Vda de Santhome Ida Clorinda: Esta empresa fue fundada por Juan Carlos Santhome quien inicialmente empezó con el cultivo de pecana apostó por las pecanas en el año de 1990, actualmente se encuentra en el fundo Bellavista, cuenta con un bosque de 2500 árboles de pecanas plantados en 46 hectáreas, en la actualmente el fundo es manejado por la Sra. Ida Bernales esposa del fundador y sus hijos Víctor y Juan Carlos Santhome. Este último, sin ser agrónomo, pero sí un buen administrador de empresas, ha logrado que la principal actividad económica de la hacienda sea el cultivo, procesamiento y comercialización de pecanas. El fundo tiene una producción de 2 mil kilos de pecana por hectárea, y para un futuro ellos proyectan aumentar la producción en unos 3 o 4 años más, siempre con los cuidados necesarios por ejemplo alimentan las con humus de lombrices y nutrientes que elaboran con el follaje y las ramas caídas. Esta familia Santhome de empresarios se encuentra entre los cinco más grandes productores de pecanas del país. El 70% de su producción se va a Estados Unidos, Alemania y Asia. En el caso de Asia prefieren la pecana sin pelar puesto que en China se tiene la creencia que si el fruto tiene doble punta se tendrá larga vida. El 30% restante se comercializa a través del mercado local en supermercados y empresas que elaboran snacks, pastelería y delicatessen, de manera pelada. (Bernales Uribe Vda de Santhome Ida Clorinda, 2016)

Selección de Mercado

Según ADEX (2014) La primera forma de seleccionar un mercado es el criterio geográfico. La proximidad física es el concepto clave. Las oportunidades iniciales

pueden encontrarse en los países vecinos. Sin embargo también hay que tener en cuenta los factores sociopolíticos, económicos, culturales y tecnológicos (p, 17).

Para que pueda llevarse a cabo la selección es importante la búsqueda de información que nos oriente hacia el mercado adecuado, esta información debe estar fundamentada, recopilada de fuentes adecuadas de tal forma que facilite la decisión para la selección de mercado.

Estudio de Mercado

Son las acciones que realiza una empresa con el fin de obtener una respuesta del mercado ante un producto o servicio.

Cerrón (sin fecha) indica: Tiene como finalidad la reunión sistemática de información el cual puede inducir o señalar planes de acción (...) La información obtenida debe ser cuidadosamente seleccionada y analizada los resultados y conclusiones a que se arriben deberán ponerse a prueba (p, 29).

Es importante tener claro el objetivo del estudio a realizar para que así podamos aplicar las herramientas necesarias, podamos filtrar la información de acuerdo a los resultados que se obtengan deben ser puestos en práctica.

Mercado

Es donde se llevará a cabo el comercio de la venta de nuestro productos, es decir donde se llevará a cabo la oferta y la demanda . Nuestro proyecto apunta al mercado de China el cual cuenta con una población de 1 billón y medio de habitantes.

Negociación

En una empresa de comercio internacional previo a la venta el contar con un contrato brindará seguridad al importador como al exportador. ADEX (2014) nos dice “cualquier relación de compraventa requiere un proceso de negociación que pueda culminar en la firma de un contrato en el que ambas partes se sientan conformes” (p, 21). Por ende, le permitirá establecer la condición de ambas partes es importante para llegar a un acuerdo en beneficio de ambos.

Según Vizcarra (2014) La negociación internacional forma parte sustantiva del proceso de contratación sustantiva en el sentido que permite delimitar el contenido del contrato, estableciendo los deberes y derechos de las partes (p, 48).

ADEX (2014) también nos dice que “El contrato de compraventa internacional regula los derecho y obligaciones de cada una de las partes contratantes (Vendedor –Exportador/ Comprador – importador), en relación a un determinado objeto, convirtiéndose en un acto jurídico perfecto y la transacción absolutamente legal” (p, 21).

En una empresa comercializadora de productos/ mercancías el contrato de compraventa permitirá transmitir la mercadería a cambio de un precio en beneficio de ambos.

Proceso de Exportación

En este caso nos referimos a los procedimientos que la empresa debe realizar para el envío legal de la mercancía, para su consumo en el mercado exterior.

Según ADEX (2014) indica que consiste en un Estudio de mercados exteriores, conocimiento de sus demanda externa, condiciones para el ingreso al extranjero,

tratativas para la venta al exterior, financiamiento, producción en donde el requerimiento de insumos adecuado constituye un elemento primordial, subcontratación de empresas de servicios de producción, obtención de estándares adecuados de calidad, embalaje, conservación del producto, presentación y acondicionamiento para el transporte (p, 16).

Para alcanzar los objetivos de comercialización del producto es importante organizar las actividades a realizar para el ingreso al mercado internacional.

Marketing Internacional

Nos ayudará a definir las estrategias de marketing en el entorno internacional, en una cultura y realidad diferente a nuestro entorno además de definir puntos claves para el ingreso de nuestro producto al mercado. Es importante saber y conocer al cliente al que se desea llegar para así poder cubrir las necesidades del cliente.

Lerma y Marquez (2010) afirma “Es necesario que la empresa analice el entorno del mercado internacional seleccionado para conocer el potencial, las amenazas y oportunidades que deberá enfrentar si desea operar en ese mercado” (p, 19).

Perfil del producto

Es importante que el producto que se exporte cumpla y satisfaga las necesidades de acuerdo al mercado al que nos dirigimos, por ello en este punto procederemos a verificar el producto y así poder iniciarnos en el mercado internacional.

Primero identificaremos la partida arancelaria de acuerdo a las características principales del producto.

De acuerdo con MINCETUR (2014) La Partida arancelaria.

Son códigos numéricos para identificar, en cualquier lugar del mundo, un producto determinado. La partida arancelaria permite saber si el producto que con el que comercializamos tiene algún obstáculo para ser exportado o importado. También, es importante para hacer estudios de mercado y verificar estadísticas comerciales. Esta numeración ayuda a reconocer en un lenguaje común a qué producto nos referimos, dado que un producto no se denomina igual en todos los países, como se demuestra en el caso de la “alcachofa”. La diferencia de nombres y escrituras se sustituye por la partida arancelaria 2005.99.10.00. Así quien vea ese número sabrá de qué producto se trata (p, 46).

El código del producto permitirá identificar el producto en las compras ventas internacionales, a su vez permitirá saber si el producto cuenta o no con pago de arancel.

Preferencias arancelarias

En este punto conoceremos si el producto a exportar cuenta con el beneficio de libre arancel, los cuales están sujetos a los tratados de libre venta y que a su vez se da entre dos o más países. Según Aduana para gozar de las preferencias arancelarias, se debe consignar en la declaración aduanera de mercancías el código de Trato Preferencial Internacional.

Certificaciones

Para llevar a cabo la exportación de Pecana a China solo es necesario el certificado Fitosanitario emitido por Senasa., el cual se solicita a través del sistema VUCE con el

Formato 22, luego se realiza el pago de la inspección para la emisión del certificado tiene costo de S/ 150.00 soles aprox variable da la cantidad que se desea exportar, luego que se inspecciona el producto a exportar, Senasa emite el certificado. El cual servirá para llevar a cabo la exportación.

Contacto comercial

En este punto mantendremos comunicación con el Broker y/o comprador ubicado en el país donde se desea colocar el producto, a esta persona le enviaremos toda la información necesaria del producto, así como cotizaciones, muestras, certificaciones, catálogos, y el material necesario para poder concretar la venta, así como las negociaciones para el beneficio de ambos.

Promoción

Es la acción de promover, iniciar el impulso de un proceso que con llevar a mejorar las condiciones del producto. Guzman (1997) “Se encuentra la acción de ventas, la publicidad, la promoción de ventas y el patrocinio” (p, 18). La promoción ayuda a la venta por ello la indica como una acción, para ello se emplea la publicidad con el fin de estimular la venta. Asimismo existen otros factura del estado que pueden ayudar a la promoción del producto como las capacitación y conocimientos que puedan brindar, ferias internacionales etc.

Precio

Para una empresa que exportará su producto el precio es fundamental ya de ella dependerá la atención del mercado al cual nos estamos dirigiendo, de acuerdo con Eslava (2012) dice que el precio es:

Lo que cuesta o hay que pagar por una cosa. Desde una visión empresarial, el precio es el importe que se le fija a un producto o servicio antes de que inicie su vida en el mercado y que será el que tendrá que abonar el comprador o cliente como contraprestación para su consumo o utilización (p, 21).

Previo a la colocación del precio al producto debemos analizar antes los precios de la competencia y las expectativas del comprador, en base a ello y sobre todo teniendo en cuenta la inversión que se debe realizar, los gastos que con lleva, las exceptivas, utilidades que espera recibir la organización, es que se debe colocar el precio.

Producto

El producto es la creación de nuestro proyecto de negocio, la razón de ser de la organización, base fundamental de la comercialización es lo que le ofrecernos al mercado para su comercialización. Según Kafka (2013) explica que:

Todo producto es un conjunto de atributos y el resultado de un proceso o conjunto de actividades. El producto es a la vez parte del proceso siguiente. Un producto es así, un insumo que cumple funciones y lleva ciertos resultados de un proceso (p, 11).

Durante el proceso realizado se debe tener en cuenta que los atributos que se le asignen deben satisfacer las necesidades del comprador final.

Kafka (2013) refiere:

Es difícil producir productos perfectos que satisfagan a todos los clientes por igual. Agregar ciertas características al producto lleva fácilmente a dejar de lado otras características, lo que no debería sorprender, ya que administrar disyuntivas es parte importante en la administración de procesos y resultados. (p, 11).

Por ello es importante la identificación de las necesidades de los clientes antes de diseñar el producto, este punto es parte fundamental previo al proceso, los requisitos de los clientes se transformarán en características del producto.

Requisitos y Documentación

Es importante contar con toda la documentación necesaria para llevar a cabo la exportación, para ellos el exportador debe tramitarlo y realizar la inversión en tiempo y dinero para obtener los documentación, los cuales según:

Promperu (2016) El vendedor pondrá a disposición del comprador (o presentará al banco especificado por el Comprador) la siguiente documentación (marcar los espacios correspondientes e indicar, según sea el caso, el número de copias a ser proporcionadas): Factura comercial, los siguientes documentos de transporte (especificar requisitos detalladamente), Lista de Empaque, Documentos de Seguro Certificado de origen, Certificado de inspección, Documentos de aduana, Otros documentos. Adicionalmente, el Vendedor pondrá a disposición del Comprador los documentos mencionados en los Incoterms elegido por las partes (p, 44).

Previo a la emisión de documentos el vendedor debe negociar el inconterms para proceder con los documentos comerciales. Para el producto al cual se pretende exportar adicional se necesita tramitar el certificado fitosanitario de SENASA.

Pecana

La pecana, el pecano o nuez pecan es un fruto seco muy consumido en su forma natural y también en repostería, en el libro desarrollado del Ministerio de Agricultura de Chile (2001) dice:

El Pecano, *Carya illinoensis* Koch, es una especie frutal perteneciente al grupo de las nueces; miembro de la familia Juglandaceae, la misma del nogal común (*Juglans regia*). Es nativa del sur de Estados Unidos, extendiéndose por Texas y Norte de México. La especie es abundante en los ríos y arroyos de Oklahoma central y oriental y en Texas (...) posee una frondosa copa, y alcanza un tamaño de hasta 30 metros de altura. Las hojas presentan un verde brillante en el haz y un verde más claro en el envés. (...) Posee flores pistiladas (femeninas) y flores estaminadas (masculinas). Las flores pistiladas son producidas en la zona terminal de los brotes del año, apareciendo los frutos en grupos de 2 a 8 nueces., Las flores masculinas se encuentran en la madera que creció el año anterior, organizadas en forma de racimos (amentos). La maduración de ambas no es coincidente, por lo que se debe plantar juntas variedades cuyas flores masculinas y femeninas coincidan en su maduración. La polinización se realiza por el viento (anemófila) (p, 66).

Es un árbol que principalmente necesita agua y mucho sol, asimismo una adecuada fertilización y los demás sería maduración. Una vez que se el fruto ha madurado el clima seco y el sol de la ciudad de Ica ayudará al secado del fruto con cascara, el cual es importante para su exportación.

Información Nutricional

Es un fruto altamente rico en nutrientes para las personas, mide aproximadamente de 2,5 a 4,5 centímetros de longitud, tiene una forma ovalada y puntiaguda, la cascara es lisa, es delgada pero muy resistente, su periodo de maduración es de 7 meses aproximadamente.

De acuerdo al Curso Frutales de nuez no tradicional: Macadamia, pistacho, pecano, (2001) desarrollado por el ministerio de Agricultura de Chile dice Es un producto libre de colesterol, con altos contenidos de proteínas y ácidos grasos insaturados que reducen el contenido de colesterol en la sangre. Cabe destacar que este contenido de ácido oleico es similar al que poseen las mejores variedades de olivo para aceite. Además, los frutos son fuente de calcio, hierro, potasio y vitamina A (p, 68)

A continuación mostraremos en la siguiente tabla los valores nutricionales del producto que se pretende oferta.

Tabla 2

Información Nutricional

Componentes	Contenido por 100 gr
Agua (%)	3.4
Calorías	687
Proteínas (g)	9.2
Grasa (gr)	72
Carbohidratos Totales (g)	15
Fibra Cruda (g)	2.3
Vitamina A	2.6
Vitamina C	4.4
Calcio (mg)	9.1
Fósforo (mg)	36
Hierro (mg)	24
Potasio (mg)	13

Fuente: Mongue y Arias, 1994

Formalización de la empresa

Una vez que se tiene el producto que se desea exportar, el siguiente paso sería la formalización de una empresa para ello se debe realizar el trámite para la obtención del Registro Único del Contribuyente RUC, el mismo que nos permitirá generar documentos comerciales para el proceso de exportación, sin embargo las cantidades son menores entonces podemos tramitar el RUC como personas naturales, pero no es nuestro caso de acuerdo a nuestro plan de tesis que es exportación en cantidad y para llevarla a cabo debemos constituir una empresa acorde a lo proyectado.

Para ello PROMPERU (2013) refiere:

En el Perú, las personas naturales y Jurídicas pueden realizar este tipo de negocios, siempre cuando cuenten con el registro único al contribuyente (RUC), y emitan facturas o boletas de venta. Para esto, las personas jurídicas deben especificar en la minuta de constitución, en el objeto social, la actividad empresarial que desarrollaran (comercio nacional e internacional, producción, comercialización). También se debe especificar en la ficha RUC de la Sunat en el acápite de actividad de comercio exterior, Exportador – Importador. (p, 19)

Los trámites para llevar a cabo se encuentra normado en DESCO (2009) Artículo 36 Acceso a la formalización. El estado fomenta la formalización de las Mype a través de la simplificación de los diversos procedimientos de registro, supervisión, inspección y verificación posterior (p, 15).

Actualmente de acuerdo con los datos de la APEC (2006) “Se estima que en el Perú existen 2,500 000 empresas pero solo 648,000 empresas son formales. Se define formal a aquella empresa que paga sus impuestos ante SUNAT, la autoridad tributaria” (p, 25).

En el caso de las empresas importadoras pagan impuestos a ingreso de los productos, en caso de los exportadores no es necesario el pago de impuestos al enviar su producto al mercado exterior.

La Guía de constitución y formalización de empresas (2007) refiere “la formalización de una empresa nos permitirá tener mayores probabilidades de acceder a nuevos mercados, no teniendo ninguna limitación para realizar negocios con otras empresas y competir tanto en el mercado nacional como internacional” (p ,5).

Contar con una empresa constituida nos permitirá asociarnos con otras empresas, participación en ferias internacional, y reconocimiento internacional.

Asimismo es importante resaltar que la formalización también significa un crecimiento para el empresario exportador así como un crecimiento para el país.

SENATI (1994) confirma que: En las actuales circunstancias que vive el país un factor que resulta determinante en el fortalecimiento en el desarrollo de las pequeñas y microempresas es la formalización de sus actividades productivas o de servicios y que surge como una necesidad que el marco socio-político le exige (p, 38).

Financiamiento

Para llevar cabo una inversión como lo es la exportación e inversión en el producto es importante que los productores consideren el financiamiento en casos necesiten capital para llevar a cabo la producción hasta la exportación.

Enrique y Apaza (2012) nos dice “los mercados financieros existen para incrementar sus capacidades monetarias a través de varios instrumentos financieros” (p, 22). Los financiamientos formales a través de los bancos, cajas municipales, y otras entidades financieras son algunas opciones que pueden solicitar las empresas para aumentar su capital.

Palomino (sin fecha) nos dice “La solución para eliminar la barreras que tienen las PYMES para acceder al crédito son acciones específicas sobre temas concretos (garantías, registros, formalización ejecución de garantías)” (p, 33).

Para que las empresas puedan solicitarlo las entidades financieras les solicitan cierta documentación y garantía que en este caso la empresa debe evaluar y escoger el que mas se acomode a su empresa.

Mendiola y Chuica (2014) refiere: “Actualmente, las fuentes de financiamiento de las pymes se basan en fondos propios, créditos de proveedores y de bancos (...) Las entidades del sistema financiero reúnen información relevante para la evaluación de riesgo crediticio del solicitante; lo hacen a través de diferentes fuentes de información cualitativa y cuantitativa, como centrales de riesgo, proveedores, el sistema financiero, entre otras (p, 19).

Para acceder a este beneficio tambien se debe considerar que los representantes legales de la empresa deben tener un comportamiento impecable en inforcorp u otras centrales de riesgo.

Asimismo APEC (2006) indica que ”El financiamiento de pequeñas empresas debe ser parte de la estrategia para el crecimiento de cualquier economía. El estado de las pequeñas empresas es un gran indicador de cómo se encuentra la economía” (p, 59).

Para los planes de crecimiento de una empresa es importante considerar el financiamiento como una estrategia, así como como llevar una contabilidad ordenada ya que será un indicador importante a la hora de analizar la situación económica de la empresa.

Por otro lado Nathan Associates Inc.(2009) indica “Podrá utilizarlo en inversiones en activos o para dotar de capital de trabajo a las operaciones del negocio” (p,12).

También puede ser utilizado para la compra de maquinaria e inmuebles lo que le daría mayor valor a la empresa inclusive ciertos bienes adquiridos se podrían considerar como garantías para el financiamiento.

Capacitación

Toda organización debe tener claro que es relevante capacitar a su personal sobre todo si una empresa está próxima a formalizarse, la capacitación de ser llevada de una forma constante y oportuna para que puedan conocer, planear y realizar sus actividades en coordinación con los demás colaboradores, para que así puedan trabajar en equipo.

Aguilar (2004) nos dice: La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador (p, 24).

También es muy importante que el Líder de la organización se capacite en dicho tema para motivar mejor al personal que tendrá a cargo. Chiavenato (2006) indica que La manera eficaz de promover la motivación y participación de las personas es localizar y capacitar líderes (p, 101).

Asimismo la capacitación es una acción de mejora, mientras más conocimiento se tenga acerca de la labor que deban realizar el personal tendrá un mejor desempeño Bernal (2010) refiere “Es tarea de la educación formar personas que estén en

capacidad de tomar de manera responsable las decisiones con las que se enfrenten” (p, 6).

En cuanto al rubro de exportación muchas empresas no incursionan por falta de conocimiento y de auto capacitación PROMPERU (2013) refiere las consultas realizadas en circunstancias en que los procesos logísticos ya están en movimiento evidencian una severa falta de planificación como consecuencia de una deficiente capacitación (p, 5).

Esta misma guía recomienda y brindará las pautas para llevar a cabo el proceso de exportación.

2.2 Metodología

2.2.1 Sintagma

La presente investigación se basa en el modelo Holístico el cual presenta ambos paradigmas el cualitativo y cuantitativo. Barrera (2000) “En Holística, la globalidad está dada por la unión sintagmática de los diversos paradigmas, en la cual el todo es mas que la suma de las partes”. (p, 12) La holística permitirá una mejor comprensión, interacción y proceso, obteniendo un enfoque global la que corresponde a una integración de los resultados obtenidos. El investigador utilizará disititantes herramientas que sumen a la investigacion, a su vez sus habilidades, creatividad, y razonamiento para poder comprender mejor el problema de acuerdo a la realidad.

Es por ello que Barrera (2000) también dice la Holística “surge como una necesidad de proporcionar criterio de apertura y una metodología más completa y efectiva a las personas que realizan investigación como un proceso global, evolutivo, integrador, concatenado y organizado” (p.14).

Obtendremos ambos resultados tanto del cualitativo como el cuantitativo, para un resultado integrador y mas completo con ello obtener un mejor panorama de la investigación.

2.2.2 Enfoque

El enfoque es mixto ya que en el presente estudio analizaremos datos cuantitativos y cualitativos al mismo tiempo podemos triangular la información de los datos con el fin de alcanzar los objetivos de la investigación, Sampieri (2006) afirma que “Puede utilizar los dos enfoques cuantitativo y cualitativo para responder distintas preguntas de investigación de un planteamiento del problema” (p, 755).

2.2.3 Tipo

En la presente investigación se utilizó un tipo de investigación es aplicada y proyectiva,

Según Hurtado (2000), consiste en la elaboración de una propuesta o de un modelo, como solución a un problema o necesidad de tipo práctico, ya sea de un grupo social, o de una institución, en un área particular del conocimiento, a partir de un diagnóstico preciso de las necesidades del momento, los procesos explicativos o generadores involucrados y las tendencias futuras (p. 325).

La oferta propuesta vendria hacer un modelo el cual permitirá orientar y organizar la investigación aplicando todos los conocimientos del área durante todo el proceso, este mismo nos permitirá comparar, describir, analizar y explicar la situación y el objeto de estudio con el fin de alcanzar los objetivos.

2.2.4 Diseño

El diseño es no experimental en la investigación ya que nos permitirá analizar el estudio en su ámbito natural sin manipularlo.

Al respecto Sampieri (2014) refiere Se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto en otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en sus contexto natural para analizarlos (p, 152).

Estudiando y analizando el contexto sin modificar las variables de forma intencional para así ver su comportamiento mediante la observación. Luego de estudiarlas crearemos supuestos.

Asimismo es un estudio transversal - longitudinal porque se recopilará los datos en un mismo tiempo y espacio, Sampieri (2010) afirma que “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p, 151).

Con este diseño podremos analizar mejor los datos recopilados como actúa en nuestra investigación sus variables y la relación que ello conlleva, todo esto es un determinado punto de la investigación.

2.2.5 Categorías y subcategorías apriorísticas

La presente investigación cuenta con las siguientes categorías emergentes y apriorísticas.

Tabla 3

Categorías apriorísticas y emergentes

Categoría 1:	
Oferta Exportable	
Sub categoría 1:	
Propuesta Exportable	
Sub categoría 2:	Categorías
Requisitos y Documentación	apriorísticas
Sub categoría 3:	
Promoción	
Sub categoría 4:	
Negociación	
<hr/>	
Categoría 5:	
Formalización de Empresas	Categorías
Categoría 6:	emergentes
Financiamiento	
Categoría 7:	
Capacitación	

2.2.6 Unidades de análisis

Población

Es el grupo de personas las cuales serán objeto de estudio para nuestra investigación según Seltriz (citado en Sampieri, 2010) “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”.

De acuerdo con Arnau (citado en Barrera, 2000) Se refiere a un “conjunto de elementos, seres o eventos, concordantes entre sí en cuanto a una serie de características, de los cuales se desea obtener alguna información” (p, 154).

Basandonos en esta información para la presente investigación la población estará conformada por los productores de pecana ubicados en la ciudad de Ica quienes les realizaremos una encuesta, asimismo realizaremos entrevistas a empresas a Gerente o jefe de las comercializadores y Gerentes de empresas de logística, ello con el fin de tener mas información para tener mas claro la situación actual para este ultimo aplicaremos entrevista a profundidad.

Muestra

La ciudad de Ica cuenta con 787 170 habitantes (2,5 % del total nacional), siendo la provincia de Ica la de mayor concentración poblacional, la agricultura representa el 13%. En la ciudad de Ica tomaremos una porción de la población. Según Hurtado (2000) la cual define la muestra como “una porción de la población que se toma para realizar el estudio, la cual se considera representativa (de la población)” (p, 154). Para la presente investigación tomaremos una muestra conformada por 30 personas que radican en Ica.

Tabla 4

Muestra Holística para la investigación

Muestra cuantitativa	f	%	Muestra cualitativa	f	%
Productores de Ica	30	100	Administrador Productor	1	33.3
			Exportador de Pecana	1	33.3
			Agente de Aduana	1	33.3
Total	30	199	Total	3	100%

2.2.7 Instrumentos y técnicas

Recolectaremos los datos para su posterior evaluación y análisis, de acuerdo con Bernal, (2010) refiere:

Instrumentos de medición y recolección de información primaria en ciencias sociales tiene como objetivo ilustrar al estudiante en lo relativo a la construcción o elaboración y aplicación de las técnicas de recolección de información (p, XII).

Los instrumentos existentes para la recolección de datos son varios tipos de instrumentos y varias técnicas, se seleccionó el instrumentos cuantitativos y cualitativos; para el enfoque cuantitativo el instrumento seleccionado fue el cuestionario, cuya técnica es la encuesta, por el enfoque cualitativo se seleccionó el instrumento de entrevista, cuya técnica es una entrevista.

Al utilizar los dos instrumentos relacionadas por el objeto de investigación de acuerdo a su naturaleza permitirá obtener datos más reales con lo investigado y mostrar resultados confiables que permitirá un análisis adecuado.

Técnicas

Entrevista y Encuesta.

Instrumento

Guía de Entrevista y Cuestionario.

Nombre:

Encuesta para la evaluación de la situación actual de los productores de pecana en Ica.

Autor

Linda Katherine Tarmeño Alvarado

Procedencia:

Universidad Norbert Wiener

Objetivo

Realizar una propuesta exportable de pecana al mercado de China 2017.

Lugar de aplicación:

En el departamento de Ica – Lima - Perú

Forma de aplicación:

Se realizará de forma individual.

Duración de la Aplicación:

La aplicación de la encuesta tomará un promedio de 5 minutos, y se llevará a cabo en un lapso de 2 días.

Descripción del instrumento:

Está compuesto por 11 preguntas independientes con alternativas de opción múltiple las cuales en su mayoría cada pregunta tiene sus alternativas.

Cuestionario

Este instrumento conformado por un conjunto de preguntas en relación a las variables de estudio nos permitirá llegar al objetivo de estudio, Sampieri (2006) afirma que “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una a más variables a medir” (p, 310).

Entrevista

Este instrumento conformado por varias preguntas nos permite conseguir más información de diferentes puntos de vista, según Nogales (2004) “Es una interacción dinámica de comunicación entre dos personas, el entrevistador y el entrevistado, bajo el contrato del primero” (p, 65).

Procedimientos de puntuación

Para evaluar el documento, estableceremos un valor numérico a cada una de las preguntas las cuales son 11 preguntas que la conforman, quiere decir que a cada alternativa se le asignó un valor para que luego podamos registrarlo en el programa de SPSS, con el objetivo de obtener resultados que nos permitan analizar la situación.

El asignarle valores permitirá tener datos cuantitativos de forma más rápida, estadística ordenada la cual nos permitirá analizar los datos de manera más sencilla.

Validez

La validación se consultó a tres profesionales en Administración y Negocios Internacionales quienes como expertos ayudaron a tener un panorama más claro sobre las preguntas a realizar a los encuestados, definitivamente sugirieron mejoras en la redacción y mejor sentido de cada una de las doce preguntas, los profesionales que apoyaron se encuentran en la siguiente tabla al igual que los resultados.

Tabla 5

Juicio de expertos para el instrumento

Nro.	Expertos	Criterio
1	Esteban A. Barco Solari	Aplicable
2	Luis Miguel Calle Salzar	Aplicable
3	Nolazco Labajos, Fernando Alexis	Aplicable

FueFuente: Elaboración propia

Confiabilidad.

Para la confiabilidad del instrumento procederemos a realizar una prueba piloto a 15 personas del Perú con características similares a la muestra definitiva.

Tabla 6

Confiabilidad del instrumento

Alfa de Cronbach	Nro. de ítems
.748	20

Fuente: Elaboración propia

2.2.8 Procedimientos para la recopilación de datos

2.2.8.1 Procedimiento para recopilar datos cuantitativos

Se recolectó la información por medio de encuestas a 30 personas, productores en la región de Ica, las preguntas se realizaron en base a la investigación de fuentes de bibliotecas, revisión de información mundial, organismos nacionales como la CCL, ADEX, PROMPERU.

Las información fue transferida al programa SPSS del cual se obtuvo los resultados y gráficos, que luego nos ayudó a extraer las conclusiones.

2.2.8.2 Procedimiento para recopilar datos Cualitativos.

Se recolectó la información de las entrevistas, se entrevistaron a 3 personas de los cuales 1 de ellos era administrador de una hacienda de pecana y el otro era un exportador de pecana con experiencia en exportación, y por último se entrevistó a un Gerente de una Agencia de Aduana.

Las entrevistas fueron presenciales para los tres casos. Con la información obtenida se obtuvieron perspectivas y opiniones que nos ayudaron a elaborar un cuadro de diagnóstico y su vez las categorías emergentes.

Para la triangulación nos ayudaron a filtrar y a relacionar la información para obtener conocimientos, permitiéndonos obtener la información desde diferentes perspectivas y así poder brindar un mejor diagnostica acerca del panorama de la investigación y así explicar mejor el planteamiento del problema., según Sampieri (2006) afirma que: “es conveniente tener varias fuentes de información y métodos para

recolectar los datos. (...) Al hecho de utilizar diferentes fuentes y métodos de recolección, se le denomina triangulación de datos” (p. 439).

Con la triangulación a su vez podremos examinar mejor la información desde el ámbito cualitativo y cuantitativo y con ello analizarlo desde diferentes puntos de vistas para poder establecer las conclusiones teóricas y explicativas, así alcanzar una mayor confiabilidad.

Para el desarrollo de la presente investigación primero definimos el problema de investigación, luego planteamos los objetivos que se requieren alcanzar y luego realizamos la división de las actividades en fases para tener una mejor organización de las actividades a realiza, las cuáles son las siguientes:

2.2.9 Método de análisis de datos

Recolección de datos.

En esta fase se realizó la consultas a fuentes secundarias relacionadas al problema de investigación, es por ello que dentro del contexto de la investigación encontramos fuentes de bibliotecas, revisión de información mundial, organismos nacionales como la CCL, ADEX, PROMPERU, organismos internaciones como las FAO, sitios web de revistas científicas.

Análisis Descriptivo

Luego de obtener los resultado en el SPSS se procedió a realizar el análisis de los resultados el cual se observa en el análisis cuantitativo.

Interpretativo / Triangulación

Es proceso de triangulación nos ayudará a filtrar y a relacionar la información para obtener conocimientos, permitiéndonos obtener la información desde diferentes perspectivas y así poder brindar un mejor diagnóstica acerca del panorama de la investigación y así explicar mejor el planteamiento del problema., según Sampieri (2006) afirma que: “es conveniente tener varias fuentes de información y métodos para recolectar los datos. (...) Al hecho de utilizar diferentes fuentes y métodos de recolección, se le denomina triangulación de datos” (p. 439).

Con la triangulación a su vez podremos examinar mejor la información desde el ámbito cualitativo y cuantitativo y con ello analizarlo desde diferentes puntos de vistas para poder establecer las conclusiones teóricas y explicativas, así alcanzar una mayor confiabilidad.

2.2.10 Mapeamiento

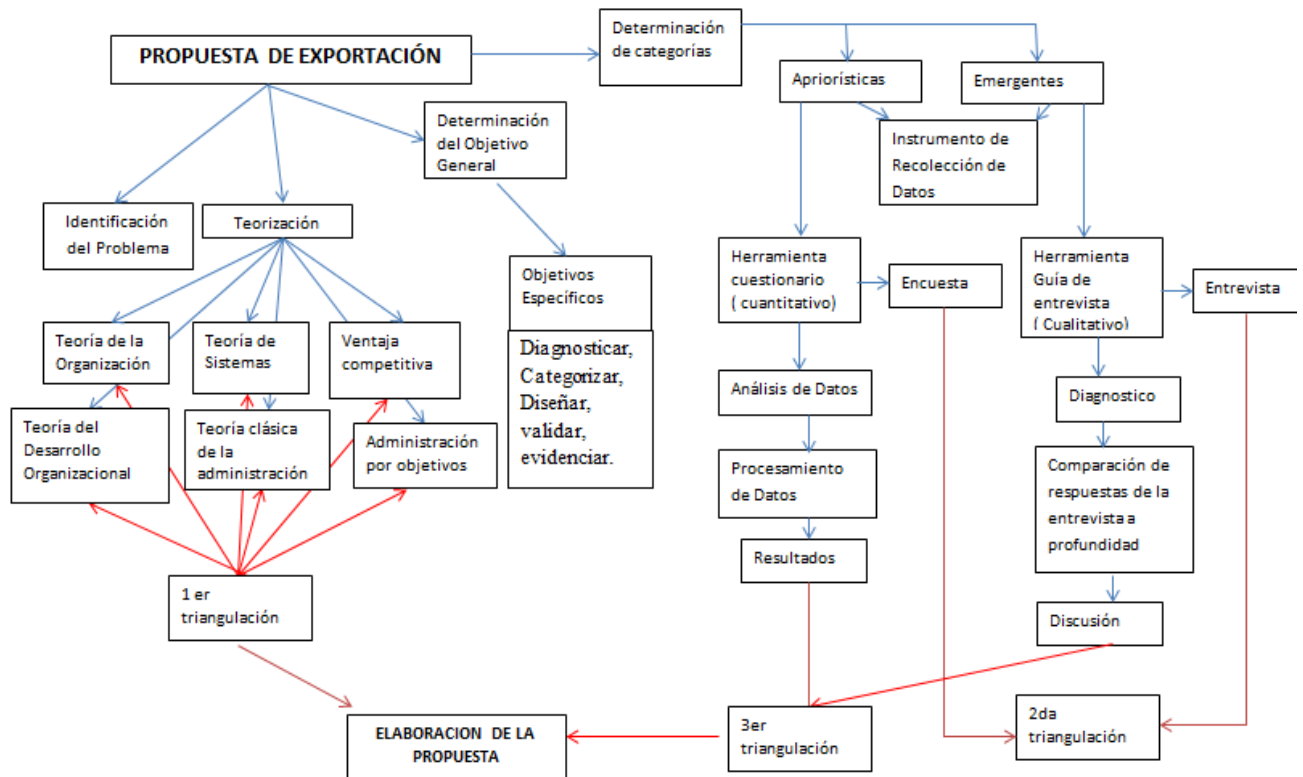


Figura 1 Mapeamiento del trabajo de investigación

Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO III

EMPRESA

3.1 Descripción de la empresa

La propuesta de exportación también estará dirigida para la empresa que se desea conformar, para ello hemos registrado una empresa familiar donde los principales socios son Luis Guevara y Edwin Huaman.

Cuando las empresas son familiares existe un compromiso mayor para sacar adelante el negocio, asimismo los miembros se caracteriza con tener los mismos sueños e ideales.

La empresa familiar Grupo Jhongs S.A.C se encuentra en trámite actualmente, su rubro será importación y exportación de productos Frutales y Vegetales, iniciará con un capital de S/ 1,000.00, así como útiles para la oficina reflejados en el detalle de la minuta, y paulatinamente se ira inyectando capital para el financiamiento de la inversión de la comercialización de producto y lo que conlleve al proceso de exportación.

La empresa tiene la fortaleza de que son familiares de la hacienda donde se obtendrá el producto, al tener esa cercanía asegurará la compra de la primera producción del año 2017.

3.2 Marco legal de la empresa

El estado peruano apoya a la empresas para que ellas promuevas inversión, crecimiento y trabajo, de acuerdo con nuestra Constitución del Perú (1993), Artículo 59°.- “El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria(...) en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades”.

Asimismo para la formación de la empresa se tomó en cuenta la sociedad que establece distintas formas para la apertura de la empresa, en el caso de la empresa Grupo Jhongs será una persona jurídica, ya que de acuerdo a la expectativas y a la inversión que se desee realizar es importante que este dentro de este entorno, el cual tiene como ventajas disponer de una un mayor capital, si en caso necesite financiamiento solicitar préstamos al banco, emitir documentos comerciales nacionales e internacionales.

Se desarrollará en una Sociedad Anónima Cerrada la cual tiene como característica tener de 2- 20 socios, no está en la obligación de tener grandes capitales, tampoco está obligada a tener acciones inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores, internamente puede desarrollar y derivar responsabilidad entre los mismos accionistas, esta sociedad es recomendable para empresas familiares.

3.3 Actividad económica de la empresa

Grupo Jhongs S.A.C se dedicará a la producción, comercialización y exportación de pecana para ello se centrará en la producción y exportación de frutas y vegetales con el fin de procesar y preparar el producto para la exportación de acuerdo a la necesidades del mercado.

3.4 Información tributaria de la empresa

La empresa recién se activará el próximo mes, no cuenta contará con información tributaria hasta que se termine la presente propuesta de exportación.

Sin embargo se consultó con la Sunat e informaron que durante el primer mes iniciada sus actividades tendrá que pagar el 1.5% impuesto a la renta hasta cumplir el primer año luego la empresa entrará a una evaluación de su PDT de exportadores donde

estará detallada las adquisiciones y exportaciones realizadas, a fin de determinar efectivamente los montos de saldo a favor de aquéllos contribuyentes que realizan exportaciones.

3.5 Información económica y financiera de la empresa

La empresa no cuenta con información financiera

3.6 Proyectos actuales

El proyecto de la empresa es lograr la exportación de pecana y que esta cumpla con los estándares que solicite el mercado, consolidar el mercado con el producto, crecimiento organizacional y económico, llegar a ser reconocidos como uno de los principales exportadores de pecana.

3.7 Perspectiva empresarial

Para la perspectiva de la empresa definimos la misión, visión, valores y objetivo los cuales pasaremos a mencionar:

Misión

Somos una empresa dedicada a la comercialización de pecana de excelente calidad, con precios competitivos, dispuestos a brindar siempre la mejor atención a nuestros clientes.

Visión

Ser una empresa exportadora de productos derivados de la pecana y otros frutos secos, liderar el mercado y ganar reconocimiento nacional e internacional comprometidos siempre con el desarrollo de nuestro país.

Valores

Responsabilidad. Desarrollar de forma responsable todas las actividades que involucren a la empresa en todas sus áreas.

Orden. Llevar un control de orden interno y externos de las actividades que se realicen en todos los procesos con el fin de lograr la eficiencia en nuestra empresa.

Actitud. Proactiva. Ser siempre proactivos a la hora de desarrollar las actividades para obtener mejores resultados, asimismo que nuestros clientes puedan sentir el apoyo.

Lealtad. Que nuestro personal se sienta identificado con la empresa para que ello se vea reflejado en nuestra labor de todos los días con nuestros clientes y proveedores, lo que reflejaría seguridad de la empresa ante la sociedad.

Honestidad. La transparencia es importante, ser claros y sobre todo coherente con lo que decimos y hacemos para que los clientes y proveedores puedan sentir la seguridad de que trabajan con una empresa seria y honesta.

Objetivo

Consolidar una organización estable y duradera que se desarrolle en un ámbito de eficacia y eficiencia, que brinde buenos resultados económicos, y que el día a día de la empresa se desarrolle de forma armoniosa tanto interno como externo.

CAPÍTULO IV

TRABAJO DE CAMPO

4.1 Diagnóstico cuantitativo

Análisis descriptivo

Tabla 7

Conocimiento acerca de la exportación de pecana a China.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si estoy enterado	12	40,0
No estoy enterado	18	60,0
Total	30	100,0

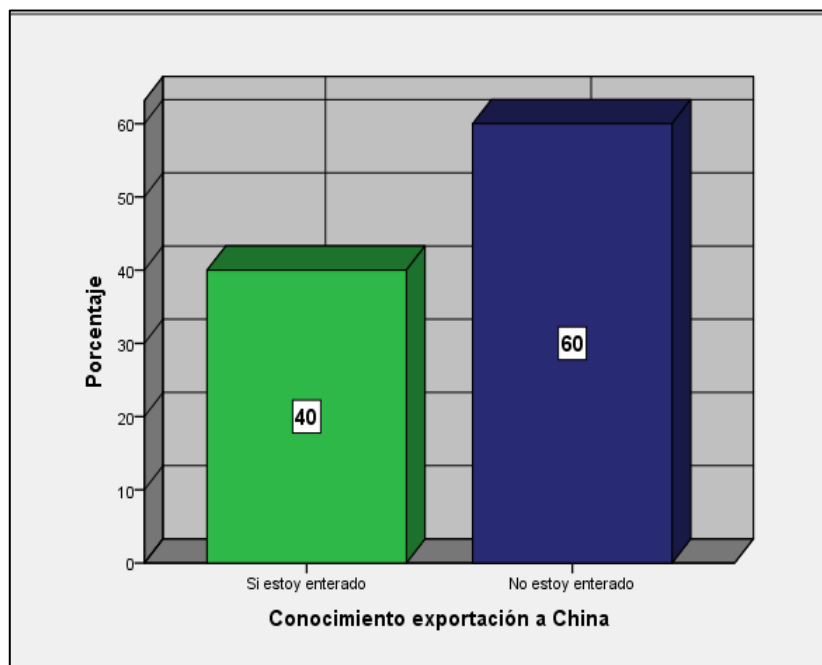


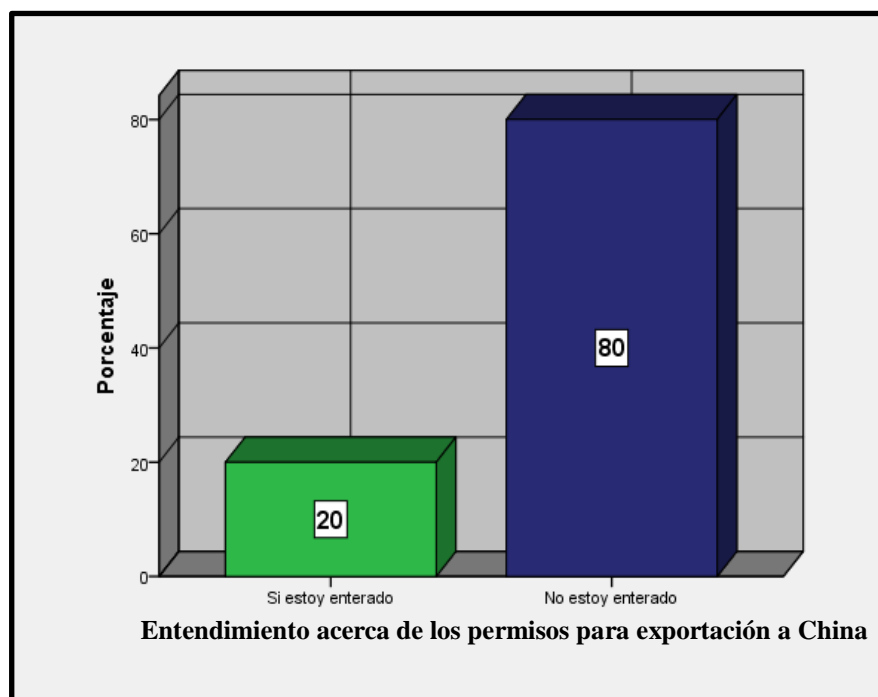
Figura 2. Conocimiento acerca de exportación de pecana a China

En la tabla 7 y figura 2, se determinó que el 60% de los encuestados tiene conocimiento de que la exportación de pecana a China se lleva a cabo actualmente en nuestro país.

Tabla 8

Entendimiento acerca de los permisos para exportación a China

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si estoy enterado	6	20,0
No estoy enterado	24	80,0
Total	30	100,0

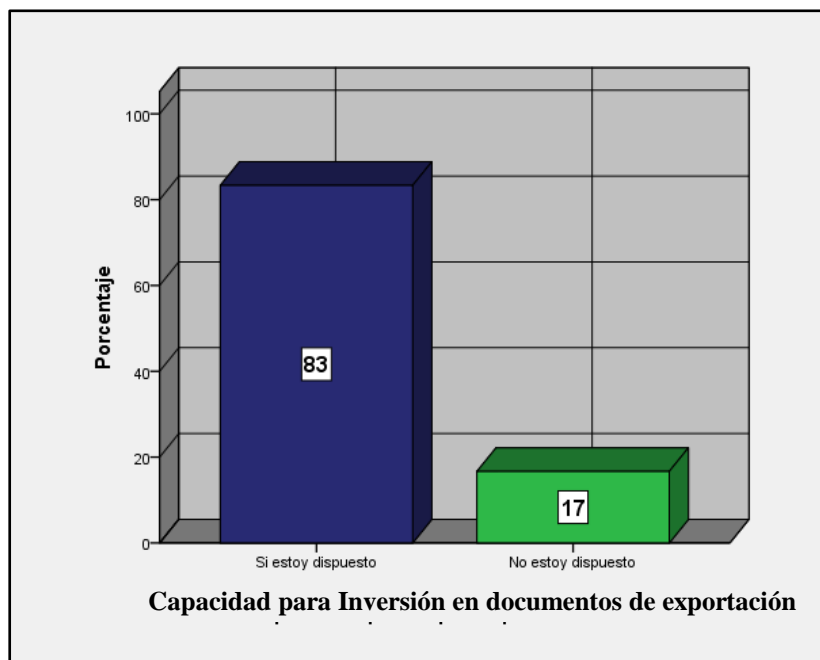
*Figura 3.* Entendimiento acerca de los permisos para exportación a China

En la tabla 8 y figura 3, se determinó que el 80% de los encuestados no tiene conocimiento acerca de los permisos para llevar a cabo la exportación a China, estos resultados también nos demuestran la falta de conocimiento para llevar a cabo la venta al exterior.

Tabla 9

Capacidad para Inversión en documentos de exportación

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si estoy dispuesto	25	83,3
No estoy dispuesto	5	16,7
Total	30	100,0

*Figura 4. Capacidad para Inversión en documentos de exportación*

En la tabla 9 y figura 4, se determinó que el 83.3% de los encuestados tiene disposición para realizar la inversión necesaria para la obtención de los permisos para realizar la exportación de pecana a China. Este resultado demuestra que existe un gran número de productores que estarían de acuerdo en gestionar documentos para llevar a cabo la venta al exterior.

Tabla 10

Información acerca del país al que se exporta

Países	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
China	11	36,7
Estados Unidos	11	36,7
Italia	5	16,7
Alemania	3	10,0
Total	30	100,0

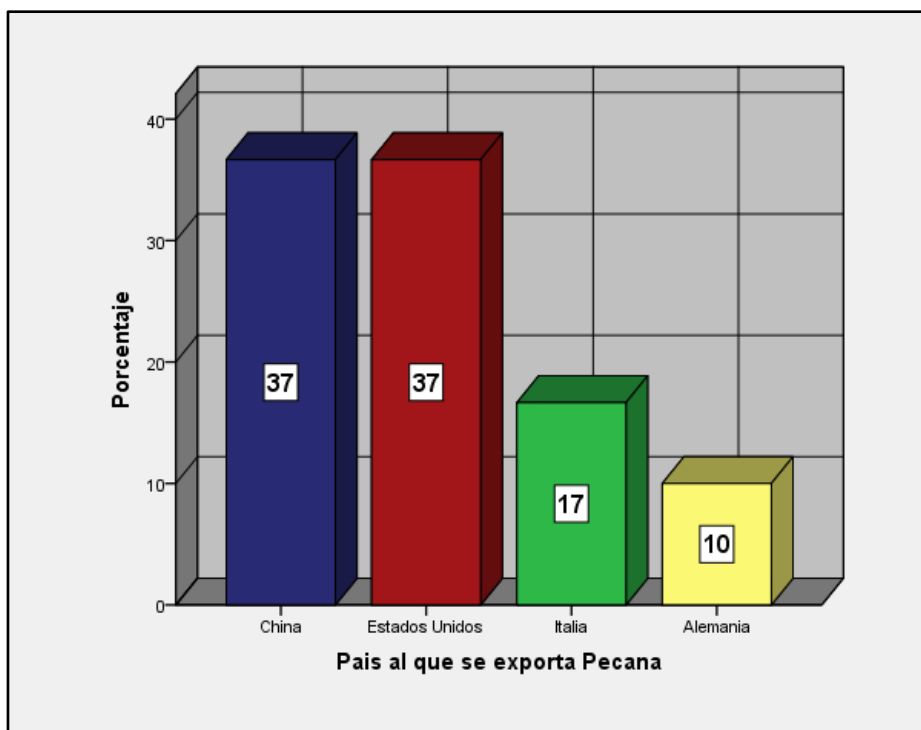


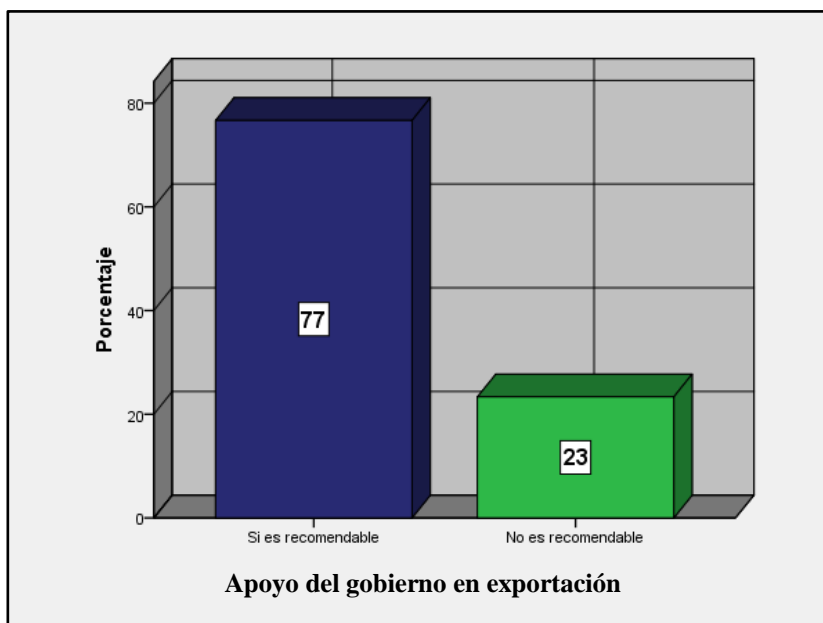
Figura 5. Información acerca del país al que se exporta

En la tabla 10 y figura 5, se determinó que el 36.7% de los encuestados tiene indican la exportación de pecana se realiza a China, el mismo porcentaje para Estados Unidos. Quiere decir que el producto se exporta principalmente a China y Estados Unidos.

Tabla 11

Apoyo del gobierno en exportación

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si es recomendable	23	76,7
No es recomendable	7	23,3
Total	30	100,0

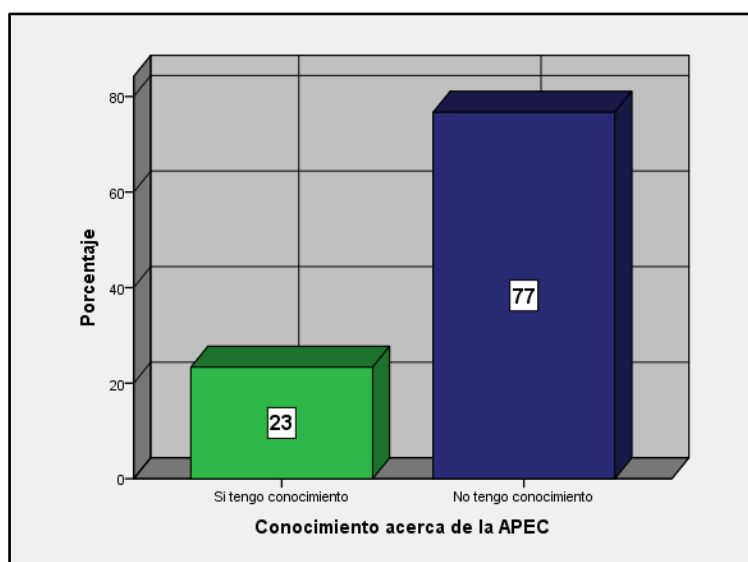
*Figura 6. Apoyo del gobierno en exportación*

En la tabla 11 y figura 6, se demostró que el 76.7 % del total de encuestados indica que es recomendable que el estado apoye y capacite en temas de exportación de pecana a China. Estos resultado evidencian que existe una motivación por parte de los productos para incrementar sus ventas.

Tabla 12

Conocimiento acerca de la APEC.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si tengo conocimiento	7	23,3
No tengo conocimiento	23	76,7
Total	30	100,0

*Figura 7. Conocimiento acerca de la APEC.*

En la tabla 12 y figura 7, se demostró que el 76.7 % del total de encuestados indica No que tienen conocimiento acerca de la APEC, este resultado nos demuestra que el productor no tiene los conocimientos esenciales para llevar a cabo la promoción de su producto.

Tabla 13

Cantidad de cosecha de pecana al año.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Menos de 5mil Kilos	2	6,7
Entre 5mil y 10mil Kilos	19	63,3
Entre 11mil y 15mil Kilos	9	30,0
Total	30	100,0

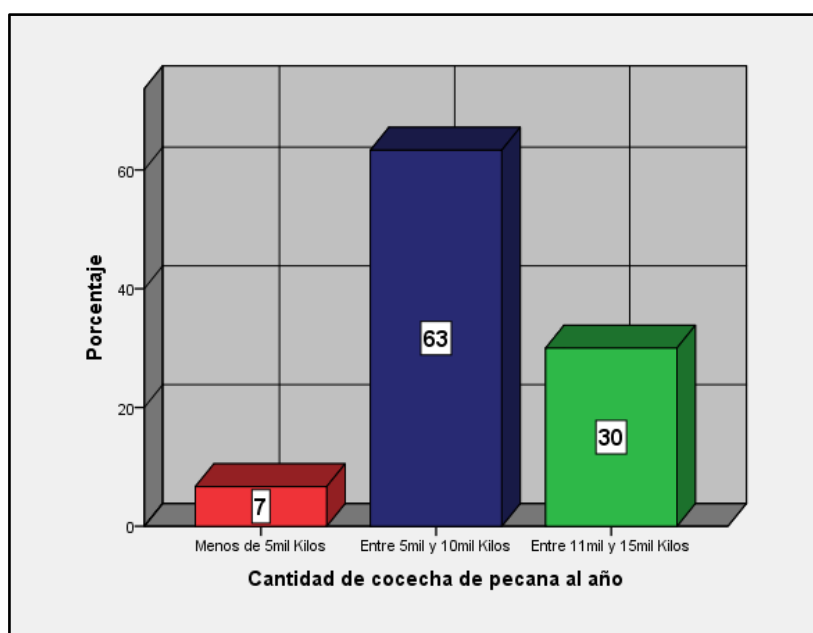


Figura 8. Cantidad de cosecha de pecana al año.

En la tabla 13 y figura 8, se demostró que el 63.3 % del total de encuestados indica que producen entre 5 mil y 10 mil kilos de pecana al año, asimismo el 30% de los encuestados produce entre 11 mil 15 mil kilos anuales.

Tabla 14

Precio de Venta por kilo de pecana.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
S/15	18	60,0
S/18	4	13,3
S/20	4	13,3
S/22	2	6,7
S/24	2	6,7
Total	30	100,0

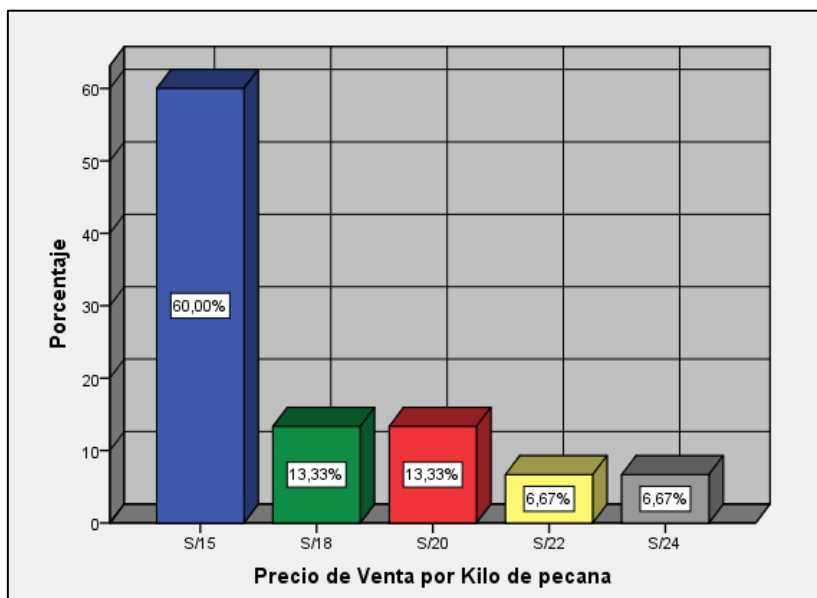


Figura 9. Precio de Venta por kilo de pecana.

En la tabla 14 y figura 09, se demostró que el 60 % del total de encuestados vende el Kilo de pecana al precio de S/ 15 lo que evidencia que la mayoría de los encuestados no recibe el precio adecuado de su producto. Asimismo un 13% indicó que vende el kilo a S/18 y S/ 20 y el 6.67% de los encuestados vende al precio de S/ 22 y S/ 24. Lo que nos evidencia que el 60% de los productores percibiría un mejor ingreso si exporta a China.

Tabla 15

Ingresos percibidos de la venta de pecana

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Cubre la Inversión y supera las expectativas	11	36,7
Cubre la inversión	17	56,7
No cubre la inversión	2	6,7
Total	30	100,0

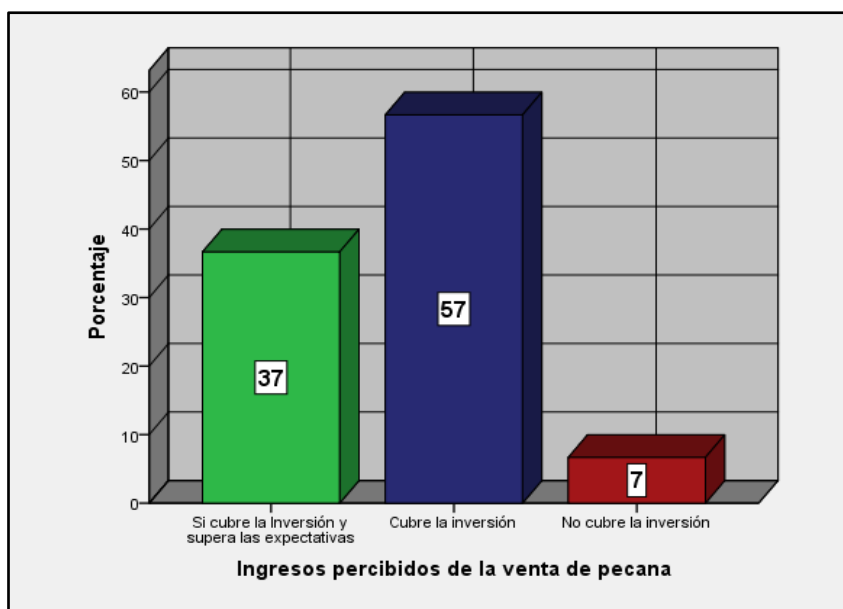


Figura 10. Ingresos percibidos de la venta de pecana

En la tabla 15 y figura 10, se demostró que el 56.7 % del total de encuestados indica que la venta de pecana cubre su inversión, lo que demuestra que no están totalmente satisfechos con los ingresos que perciben de la venta del producto.

Tabla 16

Apoyo en la producción de pecana por parte del estado.

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Si recibe apoyo	2	6,7
No recibe apoyo	28	93,3
Total	30	100,0

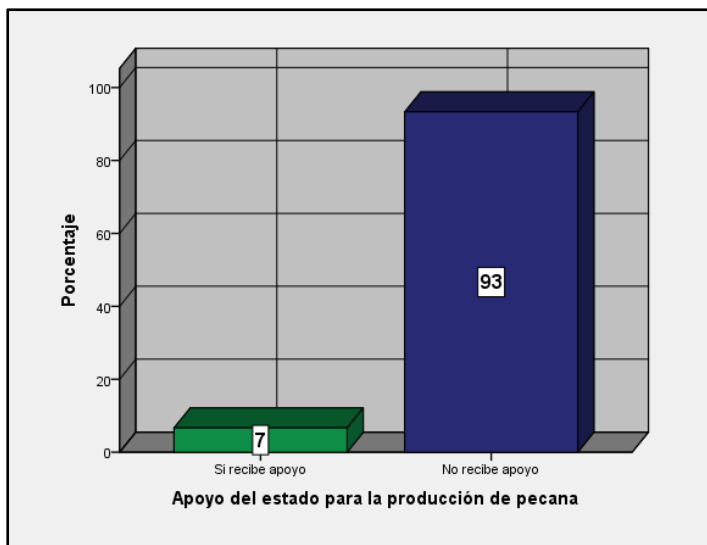


Figura 11. Apoyo en la producción de pecana por parte del estado.

En la tabla 16 y figura 11, se demostró que el 93.3 % del total de encuestados indica que no recibe apoyo del estado. Es evidente que el estado no incentiva la producción.

Tabla 17

Principales Clientes

Niveles	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)
Persona Natural	27	90,0
Empresa	1	3,3
Cliente Internacional	2	6,7
Total	30	100,0

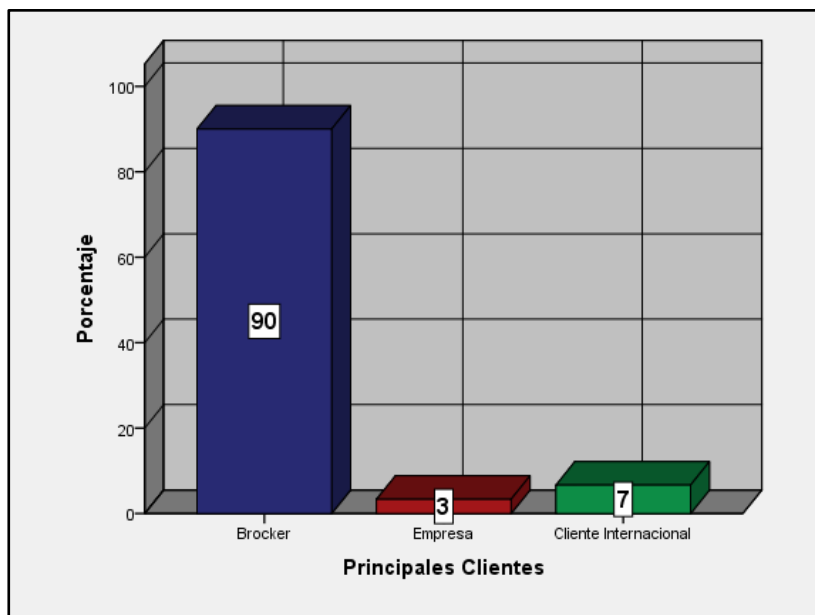


Figura 12. Principales Clientes

En la tabla 17 y figura 12, se demostró que el 90 % del total de encuestados indica que sus principales clientes son Brockers/personas naturales.

4.2 Diagnóstico cualitativo

Preguntas de la entrevista	Entrevistados			Codificación	Categoría Emergente	Conclusiones aproximativas
	Sujeto 1	Sujeto 2	Sujeto 3			
	Administrador de Hacienda de Pecana en Ica	Exportador	Gerente de Agencia de Aduana			
¿De acuerdo a su experiencia a que factores considera influyente en la compra de pecana de los ciudadanos residentes de China?	A los chinos mucho le gusta en comida con pecana como almendra y en esos productos que vienen envueltos eso es lo que más les atrae, en el caso de la pecana mucho les gusta combinarla en comidas postres y tambien la consumen entera a la fruta que tienen vitaminas les dan	En China importan mucho la pecana con cascará para consumo por sus vitaminas, además la consumen en alimentos y postres, tambien como snack, ya que en China remojan la pecana con cascara en soluciones dulces, saladas o picantes para darle un sabor	Si por sus cualidades medicas y sus aportes nutricionales	C1 Información Nutricional, Vitaminas	China es un país con preferencias por productos atractivos que contengan nutrientes y vitaminas ideales para la salud por tal razón valoran mucho la pecana, asimismo les trae el producto con envoltura así que no sería necesario retirarlas de la cascara los Chinos se encargarían de usarlas para sus comidas o postres	

	mucha importancia	adicional .				
¿Podría indicarnos que documentación es requerida para exportar Pecana a China?	Certificado de SENASA	Certificado de SENASA, Factura Comercial, certificado de Exportación	Factura Comercial, documento de transporte internacional, poliza de seguro, según su presentación, si es a granel requiere inspección y certificado fitosanitario de SENASA, Certificado de origen, etc.	C2 Certificado para Exportación		Si bien estamos exonerados del arancel en China, es importante que se cuente con toda la documentación necesaria para llevar a cabo la exportación.
¿En su opinión que países son los que requieren más de este producto?	Estados Unidos gran productor, y consumidor, En Europa y China.	Exporto Principalmente a China, a veces a Estados Unidos y Europa.	La mayoría de países Asiáticos			Estados Unidos es el primer productor mundial pecana y el primer consumidor por tradición. El producto está siendo altamente requerido por los asiáticos ya que ellos le dan valor a los

						productos beneficiosos para la salud
¿Qué apoyo debería brindar el estado y el gobierno regional a los productores de Ica para promover la exportación de sus productos?	Debería brindar seguridad, existe mucho robo y poca seriedad en los negocios, debería haber más seguridad, en caso de la pecana cuando llega su temporada a los ladrones se meten a saquear los frutos del árbol. El agua para el cultivo es muy importante, el agua es un gran problema en ICA, antes el agua en los posos lo encontrabas a 15 a 16	Es importante que apoyen a Ica con el Agua, ya que los posos se están secando y es más difícil para los productores contar con el agua para su cultivo	El apoyo debe ser tanto económico o y financiero (COFIDE), como Técnico (MINCETUR, SUNAT y de corresponden SENASA y DIGESA). Las instituciones del Estado deben estar comprometidas con ello.	C3 Financiamiento	C3 Financiamiento	Ya que la pecana es un producto caro altamente requerido y fácil de transportar, debido a que las haciendas de pecana alcanzan hasta 20 hectáreas la seguridad se hace muy difícil. El agua es bien cada vez más escaso para los productores en Ica, El estado debería procurar brindar seguridad y alternativa para facilitarles el Agua, asimismo como facilidades a través de sus instituciones.

	<p>metros, ahora lo encuentran a 70 metros, ya hemos pedido al gobierno de Ica que ayude pero no hacen nada, uno mismo debe comprar el agua, traer de otro lado o muchas veces esperamos que con las lluvias mejore, no hay facilidad, la agricultura es difícil.</p>					
<p>¿Cuáles son las cantidades que suelen importar los compradores de pecana en China y a qué precio?</p>	<p>Tengo conocimiento que los Chinos compran entre 20 y 35 mil kilos y el precio de exportación esta en S/ 24 soles el Kilo,</p>	<p>Por lo general para realizar una exportación a China se requiere llenar un contenedor para ello se</p>	<p>Importan La mitad de un contenedor y hasta un contenedor completo vía marítima</p>			<p>Los volúmenes de importación en China son de gran volumen, justamente por ello se realiza vía marítima para poder disminuir gastos,</p>

	<p>este producto se exporta en Costales de malla calidad el cual contiene 72 kilos. Los que no exportamos cuando la temporada de pecana inicia que es Fines de abril, Mayo y junio. Vendemos el Kilo en S/ 15, S/20 y para fines de Junio el Kilo de pecana lo vendemos en S/ 25.00 para venta local a veces un poco más.</p>	<p>necesita cerca de 35 a 40 mil Kilos de pecana, se exporta al precio de USD 8 a USD 9 dólares el Kilo se exporta en costales.</p>				<p>además por ser un producto que se exportar con sus propia envoltura natural se mantiene hasta que llegue a destino</p>
<p>¿En su opinión los productores de pecana en</p>	<p>Definitivamente se mejoraría siempre que sea a</p>	<p>Si los mismos productores exportara</p>	<p>Es correcto, pero para ello deben adecuar</p>	<p>C4 Calidad</p>		<p>Es importante que los productores siguen un proceso para</p>

<p>Ica mejorarían sus ingresos si venden sus productos al mercado internacional?</p>	<p>compañías serias para poder exportar.</p>	<p>n tendrían que ajustarse para lograrlo.</p>	<p>sus procesos a los estándares de calidad internacionales y cumplir con las formalidades para la salida de sus mercancías al exterior.</p>			<p>asegurar la calidad del producto a fin de cumplir con los requerimientos de exportación.</p>
<p>¿Considera que el estado permite que la población de Ica tenga acceso al agua el cual indispensable para el cultivo?</p>	<p>Ica tiene pocos habitantes hay mucho cultivo el estado no se preocupa por que los cultivos tengan agua, uno mismo tiene que conseguirlo. Sé que hay un proyecto para convertir el agua de mar en agua potable</p>	<p>El problema del Agua en Ica es que no hay ya que es desierto, tendrían que llevar agua por de otras provincia para ayudar a Ica con el Agua</p>	<p>Definitivamente el Agua es indispensable para el cultivo, no tengo conocimiento acerca de las facilidades que pueda brindar el estado</p>			<p>En Ica existen muchos cultivos el agua esencial para ello, más aun en zona desierto como lo es Ica, el estado aún no ha tomado acciones para brindar facilidades para la obtención del agua.</p>

	esperemos que eso se de pronto.					
¿Para iniciar la Venta a las empresas importadoras de pecana en China cuál sería su recomendación?	Formalización de los productores y capacitarse	Primero deben crear su razón social y capacitarse, si en caso no alcanzan la demanda del producto recolectar de otras haciendas	Compromiso de capacitación y asesoría del estado Peruano a los pequeños y medianos productores, a fin de que puedan formalizar empresas y se adecuen a las necesidades del mercado internacional	C8 Formalización de Empresa C9 Capacitación y asesoría	C8 Formalización de Empresa C9 Capacitación	Para gestiones de venta es importante tener una empresa formal, ya que se deberán emitir documentos comerciales para la venta internacional. También es importante capacitarse para realizar gestiones comerciales al exterior y demás actividades que englobe el proceso.

4.3 Triangulación de datos: Diagnostico final.

China es uno de los principales importadores del mundo en productos agropecuarios y otros tanto en importaciones tradicionales y no tradicionales. Los principales países proveedores son Estados Unidos, México y España. El Perú ha participado con exportación la cual ha crecido en los últimos años .

Es importante enfocar la atención hacia este mercado porque cuenta con una población de más de 1 billón de habitantes quienes cada año han ido mejorando su capacidad de compra, el mismo que esta manifestado en la tasa de crecimiento anual de 6,8% en el cuarto trimestre de 2016, una décima más que en los tres trimestres precedentes, según los datos hechos por la Oficina Nacional de Estadísticas. Por ello, se considera una oportunidad para el desarrollo de negocios de exportación.

También debemos considerar las variables macroeconómicas, los factores influyentes al momento de que el ciudadano realiza una compra, es decir sus hábitos de consumo, las tendencias comerciales del ciudadano residente de China. Al consumidor en ese país le da mucho valor e importancia a los productos que son ideales para salud y tienen las vitaminas adecuadas, los que aportan nutrientes.

Así también, le da mucho valor a que el producto se mantenga en su envoltura natural antes de consumirlo, por tal razón que el producto contenga su envoltura natural es importante de la mayor seguridad y calidad al producto, esto es muy importante a la hora que el ciudadano adquiere el producto.

Una tendencia influyente comercial, es que el producto aporta nutrientes a la salud y mantiene en su envoltura natural.

Basándonos en la ventaja competitiva, pueden existir otras empresas que ofrezcan el productos igual o similar al nuestro sin embargo, todo depende de las características competitiva que tenga el producto en base a otras que existen en el mercado, en muchos casos no depende del nivel calidad del producto, sino adicionarle o buscar ventajas competitivas que puedan posicionar al producto en el mercado.

Por otro lado una empresa está conformada por personal que reúnen ciertas características que conllevan al objetivo de la empresa, por tanto es importante relacionar sus funciones y al mismo tiempo direccionarlas para el cumplimiento del mismo, en la teoría de la organizaciones, también nos habla acerca de los encargados de cada área y la delegación que realiza para no cargarse con todo el trabajo ya que una sola persona no lo puede hacer todo. La especialización de una tarea específica es un punto importante indica desarrollarse en una tarea específica como por ejemplo la exportación, podemos sugerir contratar un administrador para desarrollar dicha actividad.

Para realizar la exportación de pecana, se debe realizar un proceso el cual comprende actividades nacionales e internacionales desarrollados en conjunto entre sí, a nivel nacional tramitar la documentación necesaria para enviar el producto al extranjero, así como la preparación del producto, en cuanto a presentación y calidad. A nivel Internacional gestionar con el comprador el contrato de compra donde se detallará las obligaciones de ambas partes y la forma pago. Todas estas actividades forman un conjunto de sistemas el cual permitirá que la organización, llevar el análisis global de las actividades hasta lo más particular, donde se unifica de manera sistemática.

Dentro de la teoría de los sistemas encontramos varios tipos de sistemas, sin embargo el más adecuado es el sistema abierto, ya que conecta con el ambiente exterior el cual es ideal para las exportaciones de una empresa, desarrolla conexiones con el exterior para captar las tendencias comerciales, los gustos y preferencia del mercado al que se desea llegar en este caso del consumidor Asiático, en la presente investigación encontramos que unos de los factores que motiva la compra del consumidor es que el producto cuente con nutrientes y vitaminas ideales para la salud, otro factor es que viene en su propia envoltura natural y que además es un producto que puede ser usado con sus alimentos y postres, estos factores debe tener en cuenta los exportadores previo al ingresar al mercado.

Los productores de pecana deben formalizar una empresa, capacitarse y tramitar sus documentos, todo ello desarrollado en una propuesta exportable, con ello el productor tendrá una guía para llevar a cabo la exportación, esto solo será el inicio para alcanzar el éxito internacional y continuar, los resultados sería mejor ingresos económicos, mejor calidad de vida, en Ica por la falta de conocimiento de los productores en exportación, venden sus productos de forma localmente al precio que les imponen el cual es un 60% menos en cuanto al precio de exportación, es por ello que la presente investigación desarrollará una propuesta exportable la cual servirá como herramienta para brindar al productor los conocimientos necesarios para que puedan involucrarse en la exportación de sus productos.

Un detalle que encontrados es que el 63% de productores produce entre 5 y 10 kilos al años, lo que significa que se debe sugerir la asociación con otras empresas que produzcan similares cantidades para poder alcanzar la exportación, si en caso se requiera un pedido mayor.

Así como nuestro plan tendrá un objetivo para el productor alcance el éxito, un elemento importante es que los productores desarrollen sus propios objetivos, para que puedan trazarse metas y actividades que le ayudarán para alcanzar sus objetivos. La teoría por objetivos nos dice que es un elemento importante para guiar nuestra propuesta y hasta donde podemos llegar. En la teoría de administración por objetivos nos dice que los objetivos también nos ayudan a definir nuestras actividades y responsabilidades.

Los productores deben adquirir más conocimiento para poder aprovechar los recursos naturales y el máximo provecho a su producción el cual en el caso de la pecana se solo 1 vez al año, realizar una inversión de siembra de pecana a largo plazo puede traer muchos beneficios, ya que el árbol de pecana brinda sus frutos hasta los 100 años y su primera cosecha la brinda a los 7 años. En la región de Ica existen más de 1000 hectáreas de Pecana, el clima de Ica es ideal para cultivar el árbol de pecana, justamente en este mismo departamento se encuentra una de las exportadoras más grandes de pecana el cual factura más de USD 400 mil Dólares al año.

El Perú cuenta con varios acuerdos comerciales una de ellas la mantiene con China en donde la pecana esta exonerada del arancel, el productor puede aprovechar esta ventaja en comparación otros países que no tiene acuerdo con China,

Así también el uso de las redes sociales, página web, y otros medios de comunicación son importantes para que el productos siempre pueda estar en contacto con el cliente internacional para una mejor comunicación, las redes sociales son un medio muy usado para hacer más conocido el producto y sus bondades.

CAPITULO V

PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN

“PROPUESTA EXPORTABLE DE PECANA AL

MERCADO DE CHINA”

5.1 Fundamentos de la propuesta

La pecana es un fruto seco perteneciente al árbol *Carya illinoensis* de la familia de las *Yuglandáceas*, nativa de Estado Unidos, traída al Perú en la época del virreinato, este árbol puede dar frutos durante 100 años, no necesita de muchos cuidados una vez que alcanza su etapa de madurez. La ciudad Ica es el principal productor de pecana en Perú, el clima caluroso y seco de Ica, es adecuado para su cultivo.

La pecana contiene importantes valores nutricionales, ideales para el cuidado de la salud, es una fuente de fósforo ideal para el cerebro, ayuda a la memoria, previene enfermedades como el Alzheimer y otras enfermedades degenerativas del cerebro, también posee alto contenido en ácidos grasos saludables (sobre todo en ácidos grasos monoinsaturados), lo cual es ideal para bajar el colesterol alto, así como los triglicéridos, también contiene hierro para prevenir y/o combatir la anemia.

A nivel mundial existe una tendencia al consumo de alimentos sanos con motivo de prevención y cuidado de la salud. El gobierno de cada país en conjunto con las entidades públicas gubernamentales tiene como objetivo impulsar la salud pública a través del consumo de productos saludables, el mercado asiático de China tiene la cultura de consumir productos naturales libre de conservantes y otros ingredientes, inclusive están dispuestos a pagar un poco más con el fin de obtener el producto natural.

Con la llegada de la globalización el ingreso a nuevos mercados conlleva la necesidad de atender una mayor demanda a otros países, prometiendo mejores oportunidades de comercio y crecimiento para la empresa y para su país. El Perú es un país productor y exportador, como resultado de ello las empresas se adecúan a las exigencias

internacionales para mejorar su producto con el fin de colocar el producto en el mercado extranjero, es por ello que las distintas entidades gubernamentales de cada país supervisan y emiten certificados y documentos correspondientes para el proceso de exportación, así como el gobierno lleva a cabo acuerdos y convenios internacionales, para el presente proyecto el acuerdo más importante es el Tratado de Libre comercio de China, el cual permite la exoneración de aranceles del producto que queremos exportar, y como resultado aumentar y fortalecer las exportaciones del Perú, para que ello ocurra es ideal que las empresas se preparen tanto en documentación como en cantidad de producto para cubrir la demanda y otras necesidades que se puedan presentar para atender el mercado destino, así mismo las empresas deben desarrollar una propuesta exportable con el que podrán minimizar riesgos y organizarse mejor, para así consolidarse como un exportador en el mercado objetivo.

Para desarrollar una propuesta exportable, primero la empresa debe identificar el producto que se desea exportar, en el caso de la producción de fruto seco, es un sector con tendencia creciente de producción y exportación, un producto principal de ello es la pecana, la inversión principal se realiza al inicio, el cual es la compra del árbol, constante riego y abono los primeros 2 años, luego durante los próximos 5 años solo es el mantenimiento esporádicamente y abono ya que cuando el árbol alcanza su altitud sus raíces pueden extraer el agua y los minerales que necesita del suelo. Como segundo paso se debe hacer un diagnóstico de la empresa a través de un análisis como el FODA, luego establecer metas lo que con llevar a establecer la visión, misión, valores, los objetivos e indicadores. Luego desarrollar el análisis del producto en el mercado objetivo con el producto que se desea exportar, después se debe de analizar a la competencia la cual realiza sus actividades al mercado al que nos queremos dirigir, y/o

empresas con similares productos al nuestro, luego desarrollar el análisis de gestión exportadora que abarca los documentos y certificados que se requieren, los costos y precios de exportación y finalmente el análisis financiero.

Existen pocas empresas dedicadas a la exportación de pecana al mercado demandante China, muchas de las empresas productores de pecana no incursionan en el mercado internacional por diferentes factores como desconocimiento del proceso de exportación, informalidad, temor, falta de organización, etc.

Con la elaboración de una propuesta exportable de pecana se pretende ofrecer un producto el cual es muy requerido en el mercado asiático, con el fin de que los mismos productos puedan exportar sus productos para obtener mayor ganancia. La región de Ica cuenta con las condiciones climáticas adecuadas para el cultivo y producción de pecana.

La elaboración de una propuesta exportable es el primer paso para la exportación de pecana, con la propuesta se pretende que el productor pueda obtener mayor beneficio al vender su producto ellos mismos al mercado internacional, para que así tenga mejores ingresos para aumentar su cultivo y así mismo mejorar su estilo de vida, así también aumento del PBI de la región de Ica.

Por último, que el Perú sea convertida en uno de los principales productores y exportadores de pecana al mundo, ofreciéndoles un producto que cuide la salud de sus habitantes con nutrientes naturales.

5.2 Objetivos de la propuesta

La presente propuesta tiene como objetivo general:

Realizar una propuesta exportable de pecana al mercado de China considerando aspectos importantes que debe tomar en cuenta el exportador.

Mencionar de manera organizada, clara que resuma las principales actividades de exportación que debe seguir el exportador.

Identificar las oportunidades existentes a través de un estudio de mercado para la colocación del producto.

Sugerir las actividades que se debe realizar para preparar el producto previo a la exportación.

5.3 Problema

En la actualidad las empresas que exportan pecanas a China son pocas en comparación a la cantidad de productores, los cuales venden su producto localmente a personas naturales, en la encuesta realizada en 90% de los productores venden sus productos a personas naturales compran el producto al precio que el comprador impone, el precio lo establecen para la mayoría de los productores, el cual es muy bajo S/ 15 por kilo, en comparación a la inversión que el productor realiza, el productor no tiene otra alternativa que vender al precio que le imponen ya que tienen diversos pagos propios

de la producción que aguardan hacer cubiertos. El 60% de los productores vende el producto a este precio.

Uno de los principales problemas por el cual muchas empresas no deciden incursionar al mercado internacional es por la falta de conocimiento porque no tienen un documento que los ayude a llevar a cabo la exportación. El 83% de los encuestados estarían dispuestos a realizar la inversión necesaria para llevar a cabo la venta internacional, para que una empresa incursione en el mercado es una alternativa estratégica que le traerá muchos beneficios siempre que se alcancen los objetivos para ellos se debe desarrollar una propuesta exportable donde se detalle las actividades y la inversión a realizar, luego analizar el mercado objetivo en el exterior, después realizar los diferentes análisis que implica la producción, financiero y la gestión de exportación.

Otro punto importante es conocer el mercado objetivo, por lo cual es necesario saber si este mercado consume el producto que le ofreceremos, si la presentación es adecuada para ellos, por ejemplo, el mercado de China prefiere el producto es su presentación natural, como resultado se debe de considerar enviar el producto con su cascara natural, no sin antes haber pasado por proceso de selección secado y limpieza.

5.4 Justificación

El fin del presente trabajo es establecer una guía básica que ayude al productor de pecana a llevar a cabo el proceso de exportación de tal manera que ingrese al mercado internacional para cubrir la demanda insatisfecha y obtener mejores ganancias de su producción, incursionando inicialmente al mercado de China. Asimismo el presente

trabajo busca que las empresas realicen una penetración exitosa del producto en el mercado objetivo, para luego lograr una expansión ampliando el mercado y mejorar las oportunidades de negocios.

La propuesta exportable de pecana que se propone al mercado de China, permitirá definir puntos importantes propios de la incursión en el mercado internacional, el cual conlleva a la negociación y proceso de exportación, también se establecerán objetivos, analizaremos oportunidades de nuestro entorno y sus amenazas, así también su cultura, tendencias de consumo, entre otras del mercado objetivo.

La propuesta será también una oportunidad de mejora para las personas involucradas en el proceso, más empleo, así como también los ingresos del que antes era solo el productor. Al ingresar al mercado internacional no solo cubriría su demanda sino que también mejora la economía de la región y del país, mejora la calidad de vida de los pobladores. Estas acciones conllevan a un reconocimiento internacional.

Cabe resaltar que sería un aporte al mercado objetivo, mejorando la calidad de vida de los ciudadanos, debido a que se exporta un producto natural con alto valor nutricional que permite reducir y prevenir enfermedades.

5.5 Resultados esperados

Con la implementación de una propuesta exportable de pecana al país de China se espera alcanzar lo siguiente:

1. Fomentar la participación de empresas peruanas en el comercio exterior
2. Aumento de empresas que exporten pecana a mercados internacionales como el país de China.
3. Incrementar el volumen de exportación de productos frutos secos.
4. Mejora en la calidad de vida de los participantes involucrados en el proceso de exportación y sobre todo la del productor.

5.6 Plan de Actividades

La actividad principal es la elaboración de la propuesta exportable el cual comprende las siguientes actividades.

1. Elaboración del plan estratégico organizacional, en este puntos realizaremos la descripción de actividades, las responsabilidades propias de la empresa exportadora, esta actividad se define y/o evalúa una vez al año, dicha actividad toma un día en definirse; Establecer el nombre y datos de la empresa, designación de los responsables, el cual toma un día al igual que la constitución. Diagnosticar a la empresa con la ayuda de un análisis FODA, la construcción de la matriz toma un tiempo aproximado de 1 semana ya se requiere buscar información. Plan estratégico, donde se detallará la visión la misión, los objetivos, estrategias e indicadores, la cual tomara un promedio de tiempo de 1 semana; para el plan organizacional, se verificará la estructura de personal y sus responsabilidades, la elaboración ha de toma 2 días.

2. Mencionar de manera fácil y sencilla los pasos a seguir para llevar a cabo la exportación del producto dirigido al mercado que se desea exportar a través de la plan, así también análisis del producto con la partida arancelaria, selección del mercado objetivo, perfil del consumidor, el cual se establece en un tiempo de 1 mes.
3. Gestión exportadora, en esta parte se ha de detallar los costos de producción, costos y gastos de exportación, margen de ganancia, con el fin de definir el precio a exportar, establecer el medio de pago, detallar la distribución física y características de la carga, condiciones de venta, y por último establecer los encargados del proceso los cuales pueden ser administrador, gerente y representante de venta, el cual puede tomar un tiempo aproximado de 2 semanas.
4. Análisis financiero y plan financiero, luego de las actividades anteriores, para ello realizaremos el análisis de costos en base a los estados financieros, luego el presupuesto y el flujo de caja, los responsables de realizarlo son los administradores y contadores de la empresa, todo depende del tamaño de la empresa y las actividades que desarrolla un tiempo aproximado de 2 semanas.
5. Elaboración de una página web para impulsar las ventas y dar a conocer la marca de la empresa adecuada para teléfonos móviles y conectada al mismo tiempo a las redes sociales, para ellos se debe contratar un diseñador, a quien se le debe de brindar información como la misión, visión y objetivos de la empresa, producto y beneficios, bondades, etc. el tiempo aproximado de la creación de la página web y sus redes sociales es de 6 semanas.

5.7 Evidenciar

La presente investigación se evidencia a través de la fotografías tomadas durante la investigación.

En las figuras 13, 14 y 15 y 16 se muestra algunos de los productores los cuales fueron encuestados y se encuentran al lado del árbol que produce el producto que comercializan.



Figura 13 Productor de pecana encuestado



Figura 14 Productor de pecana encuestado



Figura 15 Productor de pecana encuestado



Figura 16 Productor de pecana encuestado

En la figura 17 se muestra a la investigadora en una de las haciendas de producciones de pecana perteneciente a uno de los productores encuestados.



Figura 17 Encuestadora

En la siguiente figura se muestra el fruto de la pecana listo para su cosecha



Figura 18 Fruto pecana

En la siguiente figura se muestra los arboles de pecana los cuales se encuentra a una distancia de 8 a 10 metros cuadrados asimismo se pudo apreciar que los árboles se encuentran cargados del fruto y a la espera de ser cosechados una vez que terminen de madurar



Figura 19 Aboles de pecana

Con estas imágenes se puedo evidenciar el estudio realizado en la ciudad de Ica.

5.8 Presupuesto

Para la exportación de pecana se determinó el siguiente presupuesto por 8 milos Kilos anuales, el cual se envía en 1 contenedor de 20 pies, para lo cual se tuvieron en cuenta los siguientes costos:

PRESUPUESTO DE EXPORTACIÓN DE PECANA (8 MIL KILOS ANUAL - 320 sacos de 25 kilos)							
					Tipo de Cambio		3.3
n°	Descripcion	Canti d.	U.M	Costo Unitario S/	Costo Unitario \$ Mensual	Costo Total S/ Mensual	Costo Total Anual \$
1 Costo de Producción (200 arboles)							\$15,454.55
	Abono (3 veces al año)	300	Costal	S/. 50.00			\$13,636.36
	Agua (3 Cisternas para riego al año)	3	cisternas	S/. 2,000.00			\$1,818.18
2 Costos de Acopio							\$432.51
	Servicios de Recoleccion de pecana	4	TM	S/. 150.00	\$45.45	S/. 600.00	\$181.82
	Servicios de Recoleccion de pecana	4	TM	S/. 150.00	\$45.45	S/. 600.00	\$181.82
	Materiales para el acopio	5	Tela	S/. 150.00	\$45.45	S/. 227.27	\$68.87
3 Personal							\$25,454.55
	Administrador	1	Persona	S/. 2,500.00	\$757.58	S/. 2,500.00	\$9,090.91
	Asistente	1	persona	S/. 1,500.00	\$454.55	S/. 1,500.00	\$5,454.55
	Personal Vigilante	1	Persona	S/. 1,000.00	\$303.03	S/. 1,000.00	\$3,636.36
	Obreros	2	Personas	S/. 1,000.00	\$303.03	S/. 2,000.00	\$7,272.73
4 Envace							\$38.79
	Costales de Maya (25 de Kilos)	320	Unidades	S/. 0.10	\$0.03	S/. 32.00	\$9.70
	Diseño de la etiqueta/ impresión	320	Diseño	S/. 0.30	\$0.09	S/. 96.00	\$29.09
5 Gastos de Exportación							\$174.38
	Envío de documentos	1	Doc	S/. 180.00	\$54.55	S/. 180.00	\$54.55
	Certificado de origen	1	Doc	S/. 50.00	\$15.15	S/. 50.00	\$15.15
	Certificado Fitosanitario	1	Doc	S/. 150.00	\$45.45	S/. 150.00	\$13.77
	Agente de Aduanas	1	Contenedor	S/. 300.00	\$90.91	S/. 300.00	\$90.91
6 costo de Embalaje							\$203.64
	Atados de costal	320	Unidades	S/. 0.10	\$0.03	S/. 32.00	\$9.70
	Servicio de Estiva	320	Unidades	S/. 2.00	\$0.61	S/. 640.00	\$193.94
7 costo de TIC							\$7,969.70
	Creación y diseño pagina Web	1	Unidad	S/. 2,000.00	\$606.06	S/. 2,000.00	\$606.06
	Alojamiento Web	1	Unidad	S/. 150.00	\$45.45	S/. 150.00	\$45.45
	Mantenimiento de la Web	1	Unidad	S/. 150.00	\$45.45	S/. 150.00	\$45.45
	Participación en Feria	1	Unidad	S/. 2,000.00	\$606.06	S/. 2,000.00	\$7,272.73
8 Gasto de Servicio							\$1,818.18
	Telefono/internet	1	Mes	S/. 100.00	\$30.30	S/. 100.00	\$363.64
	Luz	1	Mes	S/. 350.00	\$106.06	S/. 350.00	\$1,272.73
	Agua	1	Mes	S/. 50.00	\$15.15	S/. 50.00	\$181.82
9 Gastos Administrativos							\$516.36
	Escritorio	2	Unidades	S/. 50.00	\$15.15	S/. 100.00	\$30.30
	Silla	4	sillas	S/. 30.00	\$9.09	S/. 120.00	\$36.36
	Estante	1	Estante	S/. 150.00	\$45.45	S/. 150.00	\$45.45
	Computadoras	1	computador	S/. 1,300.00	\$393.94	S/. 1,300.00	\$393.94
	Papeles	2	millares	S/. 8.00	\$2.42	S/. 16.00	\$4.85
	Archivadores	12	Unidades	S/. 1.50	\$0.45	S/. 18.00	\$5.45
Total						S/. 16,411.27	\$52,062.64

Figura 20 Presupuesto

Fuente: Elaboración propia

5.9 Diagrama de Gantt

Para elaborar el diagrama de Gantt se establecieron fechas referenciales según el promedio de días que tomarían llevar a cabo las actividades, estas pueden variar de acuerdo a la realidad y decisión de la empresa exportadora.

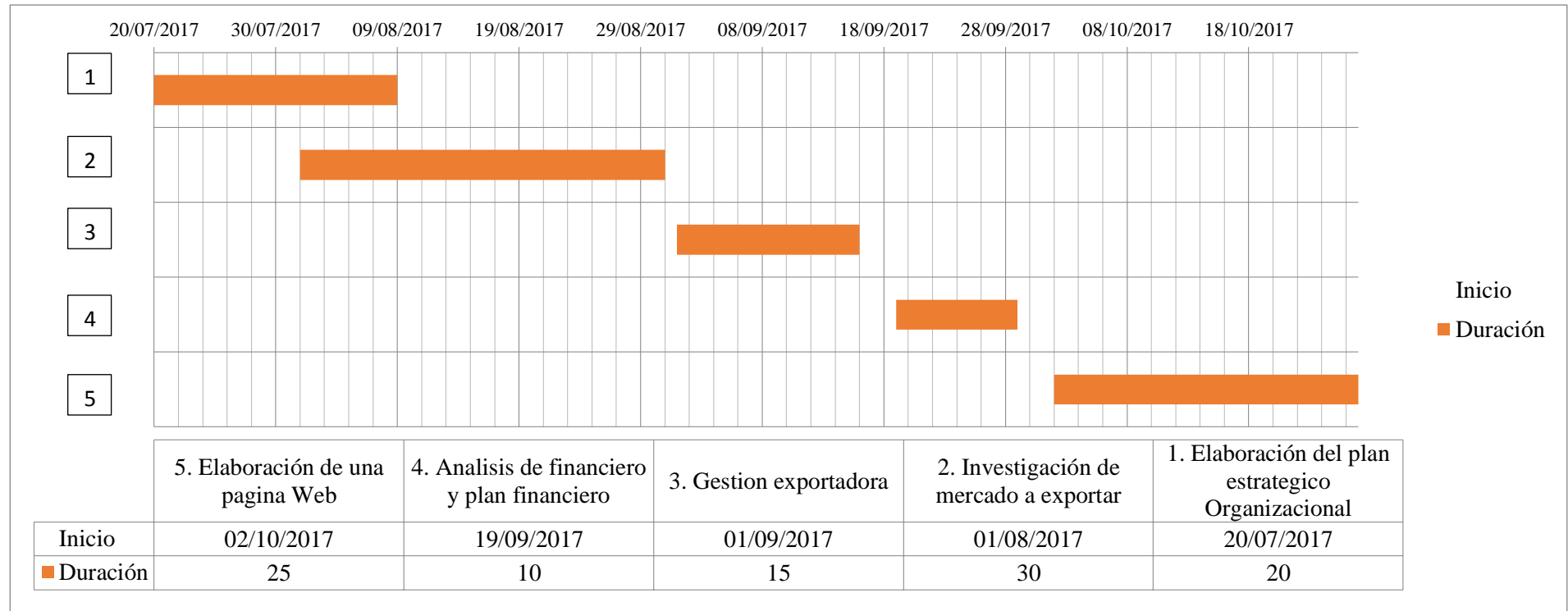


Figura 21 Diagrama de Gantt

Fuente: Elaboración propia

5.10 Flujo de caja en un plazo de cinco años considerando tres escenarios

El flujo de caja es proyectado a cinco años, considerando tres escenarios.

Escenario optimista

Se realizó la evaluación del flujo de caja ante un posible escenario optimista, y los resultados se muestran en la siguiente figura.

K (tasa de crecimiento) de ingresos	8.0%					
Promedio de ingresos 2015-2016 venta local	\$36,363.64					
Promedio de ingresos a partir del 2017 venta para exportación	\$63,030.30					
Precio por Kilo EXW	\$7.88					
K de gastos	3.0%					
% Margen de Comisión 1er año	21%					
COK	10%					
INGRESOS	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$63,030.30	\$68,072.73	\$73,518.55	\$79,400.03	\$85,752.03
TOTAL INGRESO						
GASTOS						
Costo de Producción		\$15,455	\$15,918.18	\$16,395.73	\$16,887.60	\$17,394.23
Gasto de Mercadería		\$432.51	\$445.48	\$458.85	\$472.61	\$486.79
Mano de Obra y personal		\$25,454.55	\$26,218.18	\$27,004.73	\$27,814.87	\$28,649.32
Pago Costos Fijos		\$1,818	\$1,872.73	\$1,928.91	\$1,986.78	\$2,046.38
Pago Gastos Administrativos		\$516.36	\$531.85	\$547.81	\$564.24	\$581.17
Costo de Envase y embalaje		\$242.42	\$249.70	\$257.19	\$264.90	\$272.85
Gastos Publicitarios		\$696.97	\$717.88	\$739.42	\$761.60	\$784.45
Participación en feria		\$7,272.73	\$7,490.91	\$7,715.64	\$7,947.11	\$8,185.52
Gastos de Exportación		\$174.38	\$179.61	\$185.00	\$190.55	\$196.27
TOTAL GASTOS		\$52,063	\$53,625	\$55,233	\$56,890	\$58,597
FLUJO DE CAJA	-\$52,063	\$10,967.66	\$14,448.20	\$18,285.29	\$22,509.77	\$27,155.07

Figura 22 Flujo de caja - escenario optimista

Fuente: Elaboración propia

En la figura 22 se indica el flujo de caja en un escenario optimista que muestra una rentabilidad alta después de aplicada la propuesta.

Escenario probable

Se realizó la evaluación del flujo de caja ante un posible escenario probable, y los resultados se muestran en la siguiente figura.

K (tasa de crecimiento) de ingresos	6.0%					
Promedio de ingresos 2015-2016 venta local	\$36,363.64					
Promedio de ingresos a partir del 2017 venta para exportación	\$63,030.30					
Precio por Kilo EXW	\$7.88					
K de gastos	3.5%					
% Margen de Comisión	21%					
COK	10%					
INGRESOS	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$63,030.30	\$66,812.12	\$70,820.85	\$75,070.10	\$79,574.31
TOTAL INGRESO						
GASTOS						
Costo de Producción		\$15,455	\$15,995.45	\$16,555.30	\$17,134.73	\$17,734.45
Gasto de Mercadería		\$432.51	\$447.64	\$463.31	\$479.53	\$496.31
Mano de Obra y personal		\$25,454.55	\$26,345.45	\$27,267.55	\$28,221.91	\$29,209.68
Pago Costos Fijos		\$1,818	\$1,881.82	\$1,947.68	\$2,015.85	\$2,086.41
Pago Gastos Administrativos		\$516.36	\$534.44	\$553.14	\$572.50	\$592.54
Costo de Envase y embalaje		\$242.42	\$250.91	\$259.69	\$268.78	\$278.19
Gastos Publicitarios		\$696.97	\$721.36	\$746.61	\$772.74	\$799.79
Participacion en feria		\$7,272.73	\$7,527.27	\$7,790.73	\$8,063.40	\$8,345.62
Gastos de Exportacion		\$174.38	\$180.48	\$186.80	\$193.34	\$200.11
TOTAL GASTOS		\$52,063	\$53,885	\$55,771	\$57,723	\$59,743
FLUJO DE CAJA	-\$52,063	\$10,967.66	\$12,927.28	\$15,050.04	\$17,347.31	\$19,831.22

Figura 23 Flujo de caja escenario probable

Fuente: Elaboración propia

En la figura 23 se puede apreciar un escenario probable en la exportación de pecana con una inversión menor inversión y con altos valores de rentabilidad.

Escenario pesimista.

Se analizó los distintos costos en un escenario pesimista, para verificar cómo se comportan ante un evento negativo y los resultados se pueden apreciar a continuación.

K (tasa de crecimiento) de ingreso	5.0%					
Promedio de ingresos 2015-2016 venta local	\$36,363.64					
Promedio de ingresos a partir del 2017 venta para exportación	\$63,030.30					
Precio por Kilo EXW	\$7.88					
K de gastos	4.0%					
% Margen de Comisión	21%					
COK	10%					
INGRESOS	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$63,030.30	\$66,181.82	\$69,490.91	\$72,965.45	\$76,613.73
TOTAL INGRESO						
GASTOS						
Costo de Producción		\$15,455	\$16,072.73	\$16,715.64	\$17,384.26	\$18,079.63
Gasto de Mercadería		\$432.51	\$449.81	\$467.80	\$486.51	\$505.97
Mano de Obra y personal		\$25,454.55	\$26,472.73	\$27,531.64	\$28,632.90	\$29,778.22
Pago Costos Fijos		\$1,818	\$1,890.91	\$1,966.55	\$2,045.21	\$2,127.02
Pago Gastos Administrativos		\$516.36	\$537.02	\$558.50	\$580.84	\$604.07
Costo de Envase y embalaje		\$242.42	\$252.12	\$262.21	\$272.69	\$283.60
Gastos Publicitarios		\$696.97	\$724.85	\$753.84	\$784.00	\$815.36
Participacion en feria		\$7,272.73	\$7,563.64	\$7,866.18	\$8,180.83	\$8,508.06
Gastos de Exportacion		\$174.38	\$181.36	\$188.61	\$196.15	\$204.00
TOTAL GASTOS		\$52,063	\$54,145	\$56,311	\$58,563	\$60,906
FLUJO DE CAJA	-\$52,063	\$10,967.66	\$12,036.67	\$13,179.95	\$14,402.06	\$15,707.80

Figura 24 Flujo de caja - escenario negativo

Fuente: Elaboración propia

En la figura 24 se aprecian los datos en un escenario de datos pero con resultados positivos para el negocio de exportación de pecana al mercado de China , aun en el peor de los casos el negocio genera rentabilidad.

5.11 Viabilidad económica de la propuesta

La viabilidad del proyecto comparado en los tres posibles escenarios se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 18

Evaluación del proyecto en tres escenarios

Resumen del escenario	Optimista	Probable	Pesimista
K (tasa de crecimiento) de ingresos	8.0%	6.0%	5.0%
K (tasa de inflación) de egresos	3.0%	3.5%	4.0%
Celdas de resultado:			
VAN	\$ 38, 496.90	\$ 26, 735.70	\$ 20, 022.65

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 18 se aprecia la viabilidad de la propuesta el cual se basa en el indicador Valor Actual Neto (VAN), en los tres escenarios, se obtiene rentabilidad que permitirá realizar la exportación pecana al país de China, esta propuesta traerá mayor beneficio a los productores de Ica.

5.12 Validación de la propuesta

Para la validación de la propuesta se consultó a dos expertos en comercio internacional, quienes cuentan con amplia experiencia en el rubro de exportaciones, ya que se desempeñan en empresas que realizan de esta actividad.

1. Dra. Carmen Isabel Silva Pariamachi, quien actualmente labora como gerente en la empresa Novotrans, dirigiendo las gestiones de embarque y Aduna, atendiendo a clientes que solicitan enviar a sus productos a diversos destinos de mundo.
2. Dr. Luis Miguel Calle Salazar, quien se encuentra labrando como Gerente General en la empresa A. Hartrodt Aduana, dirigiendo las gestiones como agencia de Aduana, para el retiro y envío de mercadería. Es responsable de firmar todos los documentos para los tramites y aval de los exportadores e importadores frente a Aduana de otros países.

CAPITULO VI

DISCUSIÓN

6.1. Discusión – Diagnóstico Final

El presente estudio realizado el cual lleva por título Oferta exportable de pecana al país de China 2017 finalizó adecuadamente, luego de haber llevado a cabo la investigación conjuntamente con una propuesta de solución brindando los aspectos necesarios y adecuados que se deben tomar en cuenta durante el proceso de exportación una vez que se toma la decisión. Asimismo, la propuesta pretende facilitar el proceso de exportación al momento de incursionar el mercado, al igual debe aprovechar las oportunidades que nos brinda el mercado exterior, atendiendo la demanda del mercado con las cantidades solicitadas actualmente, la cual contiene altos valores nutricionales para el cuidado de la salud de las personas, aporta los nutrientes necesarios para una dieta sana en la mesa de los consumidores, uno de los países demandantes de este tipo de producto es el mercado de China, quienes consumen la pecana, según lo indicado por las empresas exportadoras del producto a este país; asimismo es valorado por su sabor y nutrientes.

Por otro lado los expertos entrevistados indicaron que es adecuado realizar la exportación de pecana teniendo presente que el producto es apreciado por su presentación natural es decir con su cascara natural.

En consecuencia, las empresas deben de aprovechar estas oportunidades ya que no es necesario procesar el producto para el envío, actualmente la empresas que exportan reciben un mejor pago del producto, envían toda su producción al exterior, casa empresa que exporta realiza la gestión una vez al año, ya que el producto solo se cosecha una vez al año durante los meses de Mayo, junio y Julio, el producto se exporta solo una vez al año para cada empresa. Por lo antes mencionado es necesario que los productores que venden sus productos localmente primero se formalicen y luego organizar todas las actividades de su empresa.

De acuerdo con la teoría de la organización, nos dice que las empresas conformadas por personas buscan un objetivo en común, para ello es importante organizar y delegar las actividades de la organización y poder alcanzar el objetivo común, cada miembro de la empresa cumple con los delegado, toda la organización no puede estar a cargo de una sola persona, a través de la delegación de actividades, con el tiempo le permitirá al personal especializarse en esa tarea y realizar dicho trabajo en menos tiempo haciéndolo más eficiente, la actividad de delegar se encuentra indicada en nuestra propuesta, el cual sugiere contar con un administrador, personal de seguridad y obreros, los cuales podrían variar si se cambia de producto, es necesario que cada persona se encuentre debidamente capacitada en la función que desempeñara para agilizar los procesos de la exportación.

La propuesta exportable de pecana está compuesto por un conjunto de actividades relacionadas entre sí, los cuales empiezan con la producción de la pecana y terminan con la exportación del producto al mercado exterior. Este conjunto de actividades con lleva a un conjunto llamado sistema, el cual permite a la organización señalar las tareas generales a través de un análisis global, a lo particular, donde se unifica de manera sistemática. Esta teoría nos habla del sistema abierto por la interacción con el ambiente externo, por ejemplo en la exportación de pecana al mercado de China la empresa ha de interactuar con diferentes elementos que se encuentran fuera de su entorno interno como el sistema de Aduana, agentes y embarcadores de exportación quienes suman a las actividades del proceso de exportación, así como también los gustos y preferencias del mercado exterior, en este caso China gusta mucho del producto en su estado natural libre de persevante , siendo una tendencia que los exportadores deben de tomar en cuenta a la hora de ingresar el producto al mercado exterior, la propuesta se indica acerca del proceso de preparación

del producto para su exportación y también acerca del trámite que se debe realizar para obtener el certificado fitosanitario emitido por SENASA.

El proceso que el exportador debe seguir se encontrará plasmado en la propuesta exportable, el cual será el inicio del camino que debe seguir para llevar con éxito las negociaciones internacionales, en Perú solo existen pocas empresas que exportan volúmenes considerables de Pecana al exterior, esto según datos de SIICEX y la Camara de Comercio de Lima; sin embargo, existen diversas empresas dedicadas a la producción de pecana, pero muchas de estas solo atienden la demanda local, estas empresas no ingresan al mercado internacional por diferentes motivos, como el desconocimiento o temor, sin embargo la propuesta será una herramienta que los guiará como empresarios a tener un panorama más claro y sobre todo direccionado a las actividades que involucra la exportación de su producto, además permite que las empresas no estén desorientados en los cambios constantes que afronta el mercado.

La teoría de administración por objetivos indica que los objetivos son una guía para la realización de las actividades al mismo tiempo muchos gerentes utilizan a los objetivos para evaluar el desempeño del personal, para ello todas las áreas debe estar involucradas en el cumplimiento de los objetivos. Parte importante de lo se propone a seguir para alcanzar el éxito en el comercio internacional, son los objetivos los que indican hacia donde se quiere llegar.

Por otro lado el Perú debe de aprovechar mejor las oportunidades que se le presenta en el exterior, el Perú cuenta con más de mil hectáreas de plantación de pecana las cuales se encuentran principalmente en Ica, esta región cuenta con el clima adecuado, para la plantación de este producto, para continuar con el desarrollo y al aumento de producción del producto, el estado debería apoyar al productor en ello,

principalmente facilitándoles la obtención del agua para riego, y desarrollar un sistema de seguridad que les ayude a evitar el robo de la pecana, existen varios casos en que los productores son víctimas y saquean el producto del mismo árbol.

Asimismo en el departamento de Ica se encuentra las principales empresas exportadoras del producto, durante la investigación se pudo visitar varias haciendas y fundos que producen el producto y no están constituidas como empresa y no tienen los conocimientos adecuados. Los países que producen el mismo bien, como EEUU y México son especialistas en la producción, el Perú debería tomarlo como ejemplo y ayudar a los productores para su especialización y aumento de producción, aprovechando los recursos que tiene sobre todo la región de Ica.

Para la exportación del producto se ha analizado el mercado de China por ser este uno de los países con capacidad adquisitiva y por tener una cultura de consumo de productos naturales, además por contar con demanda de producto saludables nutritivos y con acuerdos comerciales como el TLC que permitan exportar el producto a un arancel cero, además se investigó las exportaciones del producto a China y se encontró que el producto se exporta en un mejor precio en comparación a la venta de local, por tanto se determinó que la venta del producto es más rentable si se exporta, siempre que se realice vía marítima ya que el volumen y peso de la cantidad a exportar es mayor y sería muy caro realizarlo vía aérea, las exportaciones de este producto a China se realizan vía marítima, asimismo es importante resaltar que la cascara natural del producto lo protege el producto durante el tiempo de transito de exportación.

Para la búsqueda de un cliente estratégico en China, tener en cuenta, que se debe promocionar el producto a través de internet, pagina web y redes sociales. como alternativa adicional gestionar la búsqueda a través de la embajada de China, una vez

contacto con el cliente se recomienda enviar cartas de presentación y muestras del producto para puedan constatar la calidad del producto.

CAPITULO VII
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

7.1 Conclusiones

Primero Una propuesta exportable es un documento que sirve como guía para desarrollar las distintas actividades de forma organizada a través de tareas a seguir en el proceso para que los gerentes o representantes de la empresa cuenten con los conocimientos y desarrollen habilidades para actuar en el entorno de cambio que se pudieran presentar en el mercado internacional, los mismos que se pueden presentar como oportunidades o amenazas en cuanto a los competidores del mercado; asimismo el plan permite establecer las responsabilidades de forma organizada dentro de la empresa para agilizar procesos.

Segundo. Es importante la claridad de las actividades a desarrollar dentro del proceso de exportación el cual vital para alcanzar el éxito dentro del comercio internacional y al mismo tiempo minimizará los riesgos y la vulnerabilidad ante los cambios y amenazas que se puedan producir en cuanto a los competidores y del mercado.

Tercero. En la actualidad seis empresas exportan el producto en grandes volúmenes, existiendo según datos de SICEX y la Cámara de comercio de Lima, pese a que nuestro país cuenta con varios productores que del producto que venden localmente, muchos de los productores no incursionan en la venta internacional por falta de conocimientos.

Cuarto. Para la exportación de pecana es importante considerar el financiamiento como alternativa el cual podrá servir como apoyo al productor si en caso se necesitará más capital para la producción.

Quinto. La elaboración de la presente investigación en el ámbito global se enfocó en los conocimientos extraídos de fuentes primarias a través de encuestas y entrevistas así como la revisión de información secundaria de organismos internacionales y locales dedicadas al análisis del sector exportación y comercio internacional, se contó con la participación y apoyo de expertos en producción y exportación de pecana, así como profesionales en negocios internacionales, quienes brindaron información y sugerencias para su desarrollo.

7.2 Sugerencias.

Primero La necesidad de contar con una propuesta exportable que permita guiar al productor durante el proceso de exportación hacia un fin para que la empresa exportadora alcance resultados óptimos dentro del comercio internacional. El objetivo de la propuesta es la exportación de pecana al mercado de China así como incrementar los ingresos del exportador y el volumen de exportación, aprovechando los recursos de Ica.

Segundo Aprovechar las oportunidades del mercado internacional, es decir la demanda de productos de valor nutritivo, al mismo tiempo crecimiento del sector agrícola y sobre todo cuando el producto no necesita ser

procesado, en tal sentido es necesario que los productores cuenten con una propuesta exportable que los guíe para ingresar a mercados grandes como China que cuenta con capacidad adquisitiva y población demandante de productos que contribuyan al cuidado de su salud.

Cuarto Se deben aprovechar herramientas tecnológicas de conectividad para la promoción y la venta de productos, al mismo tiempo captar e incrementar contactos con el fin de vender el producto y posicionarlo en el mercado destino hoy en día muchos se conectan desde su teléfono móvil, con los cuales se pueden contactar con aplicaciones gratuitas, solo es cuestión de organizarse y brindarle la importancia adecuada.

Tercero. El estudio de mercado en China debe continuar es uno de los países con más habitantes y mercados donde colocar el producto, se debe desarrollar un estudio acerca del mercado de China para potenciar la ventas y promoción del producto. Si en caso se requiera una exportación de mayor cantidad, el productor deberá considerar asociarse con otros productores para cubrir la demanda.

Quinto Hoy en día las redes sociales son el medio ideal para promocionar el producto, ya no es necesario tener una oficina física, lo ideal es tener una página dinámica que a su vez sea interactiva y muestre el producto y demás información propios de la pecana y su lugar de origen. Es importante mantener siempre la comunicación con el cliente esto ayudar a reformar la relaciones comerciales y brinda una mayor seguridad al cliente.

CAPÍTULO VIII

REFERENCIAS

- Aguilar, A. S. (2004). *Capacitación y desarrollo del personal*. Mexico DF: Limusa.
- Alfredo Mendiola, C. A., & Chuica, S. (2014). *Factores críticos de éxito para la creación de un mercado alternativo de emisión de valores para las pymes en el Perú*. Lima: ESAN.
- Alvarez, C. E. (s.f.). *Metología Diseo y desarrollo de proceso de investigación*. Colombia: Nomos S.A.
- APEC. (2006). *Formalización y financiamiento de la Mype: La experiencia de la región APEC*. Lima: Secretaria de APEC.
- Ball, D., & McCulloch, W. (1996). *Negocios Internacionales introducción y aspectos esenciales* . Madrid: Mosby - Doyma .
- Ballesteros Román, A. (2001). *Comercio Exterior teoría y práctica*. Madrid: F.G. Graf, SL.
- Barrera, J. H. (2000). *Holistica, Metodología de la Investigacion*. Caracas: Fundacion Sypan.
- Bastos Boubeta, A. I. (2006). *Promoción y publicidad en el punto de venta. Tecnicas de animación del punto de venta y la promoción on line*. Vigo: Ideas propias.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investiación* . Bogotá: Prentice Hall.
- Canales Cerón, M. (2006). *Metodología de la investigación social* . Santiago de Chile: LOM.
- Chiavenato, I. (1999). *Introducción a la teoría general de la administración* . Bogota: Mc Graw Hill.

- Chiavenato, I. (2011). *Introducción a la teoría general de la administración* . México D.F.: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (s.f.). *Introducción a la teoría General de la Administración* (Septima ed.). Mexico: Mcgrw-Hill /Interamericana.
- Chile, M. d. (2001). *Curso Frutales de nuez no tradicional: Macadamia, pistacho, pecano. Curso Frutales de nuez no tradicional: Macadamia, pistacho, pecano.*
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan , D. (2013). *Negocios internacionales ambientes y operaciones. Juarez: Pearson educación.*
- DESCO. (2009). *Normas legales para la promoción y formalización de la micro y la pequeña empresa.* Lima: Biblioteca Nacional del Perú.
- emprendimiento, E. d. (septiembre de 2007). *Guía de Constitución y formalización de empresa.* Lima.
- Enrique G. Apaza C., V. H., & M., E. L. (2012). *El mercado, formas de financiamiento.* Juliaca: Biblioteca Nacional del Perú.
- Eslava, J. d. (2012). *Pricing: Nuevas estrategias de Precio.* Madrid: ESIC.
- Exportadores, A. A. (2014). *GUIA PRACTICA DEL EXPORTADOR.* Lima: J & D Grafic S.R.L Ltda.
- Freire Rubio, M. T., Alonso Neira, M. Á., Blanco Jiménez, F. J., & Blanch Roca, M. G. (2004). *Cuestiones básicas de Macroeconomía aplicada.* Madrid: ESIC Editorial .
- Godratt, E. M. (1997). *La Carrera* (Granica ed.). Buenos Aires.
- Guzman, J. R. (1997). *El Marketing.* Madrid: Acento.

- Hall, R. H. (1985). *Organizaciones estructura y proceso*. New York: Prentice/ Hall internacional.
- Harold Koontz, H. W. (2012). *Administración un perspectiva global y empresarial* . Mexico D.F.: McGraw Hill.
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* . Mexico D.F: Mc Graw Hill.
- Huamán, J. K. (2011). *Articulación empresarial y formalización* . Lima: Biblioteca Nacional del Perú.
- Hurtado De Barrera, J. (2000). *Metodología de la Investigación*. Caracas: Sypal.
- Hurtado De Barrera, J. (2010). *Guía para la comprensión Holística de la ciencia* . Caracas : Sypal.
- Kafka, F. (2013). *Analisis de Producto*. Lima: Universidad del Pacifico.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1997). *Mercadotecnia para hoteleria y turismo*. Mexico D.F.: Pearson Educación.
- Kotler, P., John, B., & James, M. (2004). *Marketing para turismo*. Madrid: Pearson .
- Lerma Kirchner, A. E., & Máquez Castro, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. Mexico D.F: Cengage Learning.
- Mincetur. (2008). *Comercio Exterior*. Lima .
- MINCETUR. (2014).Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).
- Nagui Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la investigación* . Mexico D.F.: Limusa.

- Nathan Associates Inc. (2009). *Finanzas y financiamiento*. Lima: Usaid Perú Mype competitiva.
- Nogales, A. F. (2004). *Investigación y Técnicas de Mercado*. Madrid: Esic.
- Palomino, M. (s.f.). *Como Aceder a los créditos Pymes*. Lima: Palomino E.R.I.L.
- Parreño, S. J., Ruiz, C. E., & Casado, D. A. (2006). *Los instrumentos del marketing*. San Vicente: Gamma.
- Pipoli de Butron, G. (2003). *El marketing y sus aplicaciones a la realidad peruana*. Lima: Universidad del Pacífico.
- PROMPERU. (2013). *Manual de competitividad para el comercio exterior*.
- Promperu. (2016). *Manual de Documentos de Exportación*. Lima: Promperu.
- PROMPERU. (16 de Noviembre de 2016). *SIICEX Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior*. Obtenido de SIICEX
- Rodríguez, S. H. (2011). *Introducción a la Administración*. Mexico D.F: Mc Graw-Hill Companies, Inc.
- Roque Pavon, A., & Pierdant de la Mora, P. (1996). *Prácticamente como exportar*. Mexico D.F.: Plaza y Valdés.
- Rugman, A., & Hodgetts, R. (1997). *Negocios internacionales un enfoque de administración estratégica*. Mexico D.F.: McGraw - Hill.
- Sampieri, D. R. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). Mexico D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sampieri, R. H. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAWHILL/INTERAMERICANA EDITORES, SA.

- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D.F: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sánchez Carlessi, H., & Reyes Meza, C. (1996). *Metodología y diseños en la investigación científica*. Lima: Mantaro.
- SENATI. (Octubre de 1994). *Gestión Empresarial. El éxito de su empresa depende de usted*. Lima.
- Vargas Cordero, Z. R. (2009). *La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica*. Sistema de Información Científica Redalyc.
- Vega, R. F. (2016). *Gestión Gerencial y la Pérdida de la certificación faritrade en la asociación de recolectores orgánicos de la nuez Amazónica del Perú 2011*. Lima.
- Vizcarra, O. R. (2014). *Negociaciones comerciales y contratos internaciones*. Lima: CEPMA PROESAD.

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de la investigación

Título de la Investigación: Oferta Exportable de pecanas al mercado de china 2017		
Planteamiento de la Investigación	Objetivos	Justificación
Formulación del problema. ¿Cómo llevar a cabo la oferta exportable al mercado de China?	<p>Objetivo general</p> <p>Realizar una propuesta exportable de pecana al mercado de China 2017</p> <hr/> <p>Objetivos específicos</p> <p>Diagnosticar el estado actual de la exportación de pecanas al mercado de China 2017.</p> <hr/> <p>Categorizar los fundamentos de la exportación y el producto y las demás categorías apriorísticas y emergentes.</p> <hr/> <p>Diseñar una propuesta exportable viable de Pecana al mercado de China 2017.</p> <hr/> <p>Validar los instrumentos de investigación para a la muestra y la propuesta exportable través de juicios de expertos.</p> <hr/> <p>Evidenciar la viabilidad del estudio a través de imágenes tomadas durante la investigación.</p>	<p>La investigación Holística me permite analizar de manera general a través de la investigación cualitativa y cuantitativa, el cual permitirá al empresario exportador poder aplicarlo para su crecimiento.</p> <p>Aporta a las teorías y conocimientos que explican los negocios internaciones; así como las políticas de calidad del mercado exterior.</p>
Sintagma: Enfoque:	Tipo y diseño	Muestra e instrumentos
Holístico- Mixto	Proyectiva Transversal	Muestra: Instrumentos : Cuestionario y entrevista

Anexo 2: Matriz metodológica de categorización

Objetivo general	Objetivos específicos	Categorías	Sub Categorías	Unidad de análisis	Técnicas	Instrumentos
Realizar una propuesta exportable de pecana al mercado de China 2017	Diagnosticar el estado actual de la exportación de pecanas al mercado de China 2017.		Proceso de exportación	Productores y exportadores	Entrevista	Guía de entrevista
	Categorizar los fundamentos de la exportación y el producto y las demás categorías apriorísticas y emergentes					
	Diseñar una propuesta exportable de pecana al mercado de China 2017.		Requisitos y Documentación			

	<p>Validar los instrumentos de investigación para a la muestra y la propuesta exportable a través de juicios de expertos.</p>	<p>Oferta Exportable</p>	<p>Promoción</p>	<p>Productores residente de Ica</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p>
	<p>Evidenciar la viabilidad del estudio a través de imágenes tomadas durante la investigación</p>		<p>Negociación</p>			

Anexo 3 Matriz operacional de la categoría: Oferta Exportable

Matriz operacional de la categoría: Oferta Exportable						
Categoría	Definición conceptual	Indicadores	Preguntas		Entrevista	
OFERTA EXPORTABLE			Cuestionario			
Subcategorías						
Proceso de Exportación	Procedimientos previos de la empresa para el envío de la mercancía, como realizar investigación de mercado, conocimientos previos del mercado destino, financiamiento, producción y desarrollo del producto	Investigación	p.1	1. ¿Tiene usted conocimiento que el Perú exporta la Pecana al país de China?	p.1	¿De acuerdo a su experiencia que factores considera influyente en la compra de pecana de los ciudadanos residentes de China?
		Permisos	p.2	2. ¿Tiene usted conocimiento acerca de los permisos para exportar Pecana al país de China?	p2	¿Podría indicarnos que documentación es requerida para exportar Pecana a China?
Requisitos y Documentación	Son Los documentos comerciales necesarios para llevar la exportación. Además del certificado fitosanitario del producto que acredita la calidad del producto	Tramite	p.3	3. ¿Estaría dispuesto a realizar la inversión para obtener los permisos para exportar pecana al país de China?		

Promoción	Es la acción de promover, iniciar el impulso de un proceso que con llevar a mejorar las condiciones del producto, englobando publicidad, patrocinio para las ventas	Mercado	p.4	4. ¿A qué país se exporta pecana? (marca una alternativa)	p.3	¿En su opinión que países son los que requieren más de este producto?
		Publicidad	p.5	5. ¿Sería recomendable que el gobierno peruano, fomentara mayor información sobre exportaciones, realizando conferencias o seminarios gratuitos?	p.4	¿Qué apoyo debería brindar el estado y el gobierno regional a los productores de Ica para promover la exportación de sus productos?
			p.6	6. ¿Tiene conocimiento sobre la APEC?		
Producto	Es la razón de ser de la empresa, se desarrolla de acuerdo a las necesidades del Cliente	Cantidad	p.7	7. ¿Cuántos kilos de pecana aproximadamente cosechan al año?	p.5	¿Cuáles son las cantidades que suelen importar los compradores de pecana en China y a qué precio?
		Costos	p.8	8. ¿A qué precio vende el Kilo de pecana?		
Negociación	En una empresa comercializadora de productos/ mercancías el contrato de compraventa permitirá transmitir la	Estado	p.9	9. ¿Los ingresos que perciba de la pecana cubren la inversión y superan sus expectativas?	p.6	¿En su opinión los productores de pecana en Ica mejorarían sus ingresos si venden sus productos al mercado internacional?

	mercadería a cambio de un precio en beneficio de ambos.		p.10	10. ¿Usted recibe apoyo del estado para producir la pecana?	p.7	¿Considera que el estado permite que la población de Ica tenga acceso al agua el cual indispensable para el cultivo?
		Empresa	p.11	11. ¿Quiénes son sus principales clientes?	p.8	¿Para iniciar la Venta a las empresas importadoras de pecana en China cuál sería su recomendación?

Anexo 4 Instrumento Cuantitativo

A través de la presente encuesta se pretende obtener información acerca de los comercializadores de pecana de los productores del departamento de Ica.

- 1. ¿Tiene usted conocimiento que el Perú exporta la Pecana al país de China?**
 - a) Si estoy enterado
 - b) No estoy Enterado

- 2. ¿Tiene usted conocimiento acerca de los permisos para exportar Pecana al país de China?**
 - a) Si estoy enterado
 - b) No estoy Enterado

- 3. ¿Estaría dispuesto a realizar la inversión para obtener los permisos para exportar pecana al país de China?**
 - a) Si estoy dispuesto
 - b) No estoy dispuesto

- 4. ¿A qué país se exporta pecana? (marca una alternativa)**
 - a) China b) Estados Unidos

 - c) Italia d) Alemania

- 5. ¿Sería recomendable que el gobierno peruano, fomentara mayor información sobre exportaciones, realizando conferencias o seminarios gratuitos?**
 - a) Si es recomendable
 - b) No es recomendable

- 6. ¿Tiene conocimiento sobre la APEC?**
 - a) Si tengo conocimiento
 - b) No tengo conocimiento

- 7. ¿Cuántos kilos de pecana aproximadamente cosechan al año?**
- a) Menos de 5 mil kilos
 - b) Entre 5 mil y 10 mil Kilos
 - c) Entre 11 mil y 15 mil Kilos
 - d) Más de 16 Kilos
- 8. ¿A qué precio vende el Kilo de pecana?**
- a) S/ 15
 - b) S/ 18
 - c) S/ 20
 - d) S/ 22
 - e) S/ 24
- 9. ¿Los ingresos que perciba de la pecana cubren la inversión y superan sus expectativas?**
- a) Si cubre la inversión
 - b) Si cubren la inversión y superan las expectativas
 - c) No cubren la inversión.
- 10. ¿Usted recibe apoyo del estado para producir la pecana?**
- a) Si cubren la inversión y superan las expectativas
 - b) No cubren la inversión
- 11. ¿Quiénes son sus principales clientes?**
- a) Personas Naturales
 - b) Empresas
 - c) Clientes Internacionales

Anexo 5 Matriz operacional de la categoría: Oferta Exportable

Matriz operacional de la categoría: Oferta Exportable						
Categoría	Definición conceptual	Indicadores	Preguntas		Entrevista	
OFERTA EXPORTABLE			Cuestionario			
Subcategorías						
Plan de Exportación	Procedimientos previos de la empresa para el envío de la mercancía, como realizar investigación de mercado, conocimientos previos del mercado destino, financiamiento, producción y desarrollo del producto	Investigación	p.1	1. ¿Tiene usted conocimiento que el Perú exporta la Pecana al país de China?	p.1	¿De acuerdo a su experiencia que factores considera influyente en la compra de pecana de los ciudadanos residentes de China?
		Permisos	p.2	2. ¿Tiene usted conocimiento acerca de los permisos para exportar Pecana al país de China?	p2	¿Podría indicarnos que documentación es requerida para exportar Pecana a China?
Requisitos y Documentación	Son Los documentos comerciales necesarios para llevar la exportación. Además del certificado fitosanitario del producto que acredita la calidad del producto	Trámite	p.3	3. ¿Estaría dispuesto a realizar la inversión para obtener los permisos para exportar pecana al país de China?		

Promoción	Es la acción de promover, iniciar el impulso de un proceso que conlleva a mejorar las condiciones del producto, englobando publicidad, patrocinio para las ventas	Merca do	p.4	4. ¿A qué país se exporta pecana? (marca una alternativa)	p.3	¿En su opinión que países son los que requieren más de este producto?
		Publici dad	p.5	5. ¿Sería recomendable que el gobierno peruano, fomentara mayor información sobre exportaciones, realizando conferencias o seminarios gratuitos?	p.4	¿Qué apoyo debería brindar el estado y el gobierno regional a los productores de Ica para promover la exportación de sus productos?
			p.6	6. ¿Tiene conocimiento sobre la APEC?		
Product o	Es la razón de ser de la empresa, se desarrolla de acuerdo a las necesidades del Cliente	Cantid ad	p.7	7. ¿Cuántos kilos de pecana aproximadamente cosechan al año?	p.5	¿Cuáles son las cantidades que suelen importar los compradores de pecana en China y a qué precio?
		Costos	p.8	8. ¿A qué precio vende el Kilo de pecana?		
Negocia ción	En una empresa comercializadora de productos/ mercancías el contrato de compraventa permitirá transmitir la mercadería a cambio de un precio en beneficio de ambos.	Estado	p.9	9. ¿Los ingresos que perciba de la pecana cubren la inversión y superan sus expectativas?	p.6	¿En su opinión los productores de pecana en Ica mejorarían sus ingresos si venden sus productos al mercado internacional?
			p.10	10. ¿Usted recibe apoyo del estado para producir la pecana?	p.7	¿Considera que el estado permite que la población de Ica tenga acceso al agua el cual es indispensable para el cultivo?

		Empre sa	p.1 1	11. ¿Quiénes son sus principales clientes?	p.8	¿Para iniciar la Venta a las empresas importadoras de pecana en China cuál sería su recomendación ?
--	--	-------------	------------------	--	------------	---

Anexo 6: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos

Primer experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Sr. Mg. (Dr.)
Fernando Nolazco Labajos

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto.

Estimado docente, es grato dirigirme a usted y presentar para su evaluación y opinión el instrumento titulado “Encuesta Para La Evaluación acerca de la producción de pecana en la ciudad de Ica” El mismo que permitirá recopilar los datos con el objetivo de realizar una propuesta exportable de pecana al mercado de China.

Agradezco anticipadamente la deferencia y su opinión el mismo que será valioso para replantear el instrumento o continuar con el proceso de recopilación de datos.

Atentamente.



Firma

Linda Katherine Tarmeño Alvarado
D.N.I: 44402939

Adjunto:

1. Matriz de investigación
2. Matriz metodológica de categorización
3. Definición conceptual de la categoría y sub categorías
4. Fichas de validez de instrumentos

CERTIFICADO DE VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Fernando Alai Nolasco Labajos identificado con DNI Nro 40086182 Especialista en Mitología de la Tiv Actualmente laboro en la Universidad César ubicado en Lima procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

- Coherencia:** El ítem tiene relación lógica con el indicador y la dimensión/sub categoría.
- Relevancia:** El ítem es parte importante para medir el indicador y la dimensión/sub categoría.
- Claridad:** La redacción del ítem permitirá comprender a la unidad de análisis.
- Suficiencia:** La cantidad de ítems es suficiente para responder al indicador y la dimensión/sub categoría.


Mg. Fernando A. Nolasco Labajos
 Catedrático de Pre y Post Grado
 Especialista en Investigación Científica

Nro	CATEGORIA OFERTA EXPORTABLE	Coherencia				Relevancia				Claridad				Suficiencia				Puntaje	Observaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	¿ Tiene usted conocimientos que el Perú exporta la Pecesca al país de China?				✓				✓				✓				✓	16	
2	¿ Tiene usted conocimiento acerca de los permisos para exportar Pecesca al país de China?				✓				✓				✓				✓	16	
3	¿Estaría dispuesto a realizar la inversión para obtener los permisos para exportar pecana al país de China?				✓				✓				✓				✓	16	
4	¿ A que país exporta pecana?				✓				✓				✓				✓	16	
5	¿Sería recomendable que el gobierno peruano, fomentará mayor información sobre exportaciones, realizando conferencias o seminarios gratuitos?				✓				✓				✓				✓	16	
6	¿Tiene conocimiento sobre la APEC?				✓				✓				✓				✓	16	

Segundo experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Sr. Mg. (Dr.)
Luis Miguel calle salazar

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto.

Estimado docente, es grato dirigirme a usted y presentar para su evaluación y opinión el instrumento titulado “Encuesta Para La Evaluación acerca de la producción de pecana en la ciudad de Ica” El mismo que permitirá recopilar los datos con el objetivo de realizar una propuesta exportable de pecana al mercado de China.

Agradezco anticipadamente la deferencia y su opinión el mismo que será valioso para replantear el instrumento o continuar con el proceso de recopilación de datos.

Atentamente.



Firma

Linda Katherine Tarmeño Alvarado
D.N.I: 44402939

Adjunto:

1. Matriz de investigación
2. Matriz metodológica de categorización
3. Definición conceptual de la categoría y sub categorías
4. Fichas de validez de instrumentos

CERTIFICADO DE VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Luis Miguel Calle Salazar identificado con DNI Nro 42100656 Especialista en Aduanas Actualmente laboro en A. Hartrodt ubicado en Lima, Perú procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Coherencia: El ítem tiene relación lógica con el indicador y la dimensión/sub categoría.

Relevancia: El ítem es parte importante para medir el indicador y la dimensión/sub categoría.

Claridad: La redacción del ítem permitirá comprender a la unidad de análisis.

Suficiencia: La cantidad de ítems es suficiente para responder al indicador y la dimensión/sub categoría.

Nro	CATEGORIA OFERTA EXPORTABLE	Coherencia				Relevancia				Claridad				Suficiencia				Puntaje	Observaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	¿ Tiene usted conocimientos que el Perú exporta la Pecana al país de China?				x				x				x				x	16	
2	¿ Tiene usted conocimiento acerca de los permisos para exportar Pecana al país de China?				x				x				x				x	16	
3	¿Estaría dispuesto a realizar la inversión para obtener los permisos para exportar pecana al país de China?			x				x				x				x		12	
4	¿ A que país exporta pecana?			x				x				x				x		12	
5	¿Sería recomendable que el gobierno peruano, fomentará mayor información sobre exportaciones, realizando conferencias o seminarios gratuitos?				x				x				x				x	16	
6	¿Tiene conocimiento sobre la APEC?				x				x				x				x	16	
7	¿Cuántos Kilos de pecana aproximadamente cosecha al			x		x						x				x		12	

	año?																			
8	¿A qué precio vende el kilo de pecana?				X			X				X				X				16
9	¿Los ingresos que percibe de la pecana cubren la inversión y superan sus expectativas?				X			X			X				X					16
10	¿Usted recibe apoyo del estado para producir la pecana?				X			X			X				X					16
11	¿Quiénes son sus principales Clientes?				X			X			X				X					16

(Si el puntaje obtenido esta entre 1 y 2 el experto debe de sugerir los cambios).

Y después de la revisión opino que el instrumento Si No debe de ser aplicado:

Sugerencias:

1.Debe de añadir..... dimensión/sub categoría:
.....
2.Debe añadir..... ítems en la dimensión/sub categoría:
.....
3. Cumple con los indicadores de evaluación establecidos:..... *Si cumple*

Es todo cuanto informo;



 LUIS MIGUEL CALLE SALAZAR

Tercer experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Sr. Mg. (Dr.)
Esteban Barco Solari

Presente

Asunto: Validación de instrumentos a través de juicio de experto.

Estimado docente, es grato dirigirme a usted y presentar para su evaluación y opinión el instrumento titulado “Encuesta Para La Evaluación acerca de la producción de pecana en la ciudad de Ica” El mismo que permitirá recopilar los datos con el objetivo de realizar una propuesta exportable de pecana al mercado de China.

Agradezco anticipadamente la deferencia y su opinión el mismo que será valioso para replantear el instrumento o continuar con el proceso de recopilación de datos.

Atentamente.



Firma

Linda Katherine Tarmeño Alvarado
D.N.I: 44402939

Adjunto:

1. Matriz de investigación
2. Matriz metodológica de categorización
3. Definición conceptual de la categoría y sub categorías
4. Fichas de validez de instrumentos

CERTIFICADO DE VALIDEZ POR JUICIO DE EXPERTOS

Yo, ESTEBAN A. BARCO SOLARI identificado con DNI Nro 02867613 Especialista en COMERCIO EXTERIOR Actualmente laboro en ubicado en procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Coherencia: El ítem tiene relación lógica con el indicador y la dimensión/sub categoría.

Relevancia: El ítem es parte importante para medir el indicador y la dimensión/sub categoría.

Claridad: La redacción del ítem permitirá comprender a la unidad de análisis.

Suficiencia: La cantidad de ítems es suficiente para responder al indicador y la dimensión/sub categoría.

Nro	CATEGORIA OFERTA EXPORTABLE	Coherencia				Relevancia				Claridad				Suficiencia				Puntaje	Observaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	¿ Tiene usted conocimientos que el Perú exporta la Pecana al país de China?				/				/				/				/	16	
2	¿ Tiene usted conocimiento acerca de los permisos para exportar Pecana al país de China?				/				/				/				/	16	
3	¿Estaría dispuesto a realizar la inversión para obtener los permisos para exportar pecana al país de China?				/				/				/				/	16	
4	¿ A que país exporta pecana?				/				/				/				/	16	
5	¿Sería recomendable que el gobierno peruano, fomentará mayor información sobre exportaciones, realizando conferencias o seminarios gratuitos?				/				/				/				/	16	
6	¿Tiene conocimiento sobre la APEC?				/				/				/				/	16	

7	¿Cuántos Kilos de pecana aproximadamente cosecha al año?				/			/			/			/	16
8	¿A qué precio vende el kilo de pecana?				/			/			/			/	16
9	¿Los ingresos que percibe de la pecana cubren la inversión y superan sus expectativas?				/			/			/			/	16
10	¿Usted recibe apoyo del estado para producir la pecana?				/			/			/			/	16
11	¿Quiénes son sus principales Clientes?				/			/			/			/	16

(Si el puntaje obtenido esta entre 1 y 2 el experto debe de sugerir los cambios).

Y después de la revisión opino que el instrumento Si No debe de ser aplicado:

Sugerencias:

1. Debe de añadir.... dimensión/sub categoría:
.....
2. Debe añadir..... ítems en la dimensión/sub categoría:
.....
3. Cumple con los indicadores de evaluación establecidos:..... *Si cumple*.....

Es todo cuanto informo;


Firma

Anexo 7 Ficha de Validación de la propuesta

Primer Experto

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: ...OFERTA EXPORTABLE DE PECANA AL PAIS DE CHINA

Nombre de la propuesta: GUIA DE EXPORTACIÓN DE PECANA

Yo, Silva Pariamachi Carmen Isabel identificado, con DNI Nro ...10373447..... Especialista en ADMINISTRACION Y NEGOCIOS Actualmente laboro en NOVOTRANS LOGISTICA Y CARGA Ubicado en ...SAN MIGUEL.....Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.**Relevancia:** Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.**Construcción gramatical:** se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

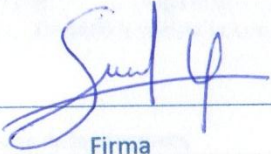
Nº	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	X		X		X			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	X		X		X			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	X		X		X			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación aplicada proyectiva	X		X		X			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	X		X		X			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	X		X		X			
7	La propuesta tiene un plan de acción e intervención bien detallado	X		X		X			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	X		X		X			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	X		X		X			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	X		X		X			



Y después de la revisión opino que:

1. Existe suficiencia en la investigación y en la propuesta planteada por el investigador
2.
3.

Es todo cuanto informo;


Firma

1	La propuesta de investigación es pertinente y relevante			
2	La propuesta tiene un enfoque metodológico claro			
3	La propuesta de investigación es viable			
4	La propuesta de investigación tiene un impacto social			

Segundo Experto

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: ...OFERTA EXPORTABLE DE PECANA AL PAIS DE CHINA

Nombre de la propuesta: GUIA DE EXPORTACIÓN DE PECANA

Yo, Luis Miguel Calle Salazar identificado con DNI Nro 42100656, Especialista en Especialista en Aduanas Actualmente laboro en A. Hartrodt ubicado en Lima, Perú Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	X		X		X			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	X		X		X			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	X		X		X			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación aplicada proyectiva	X		X		X			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	X		X		X			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	X		X		X			
7	La propuesta tiene un plan de acción e intervención bien detallado	X		X		X			
8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	X		X		X			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	X		X		X			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	X		X		X			

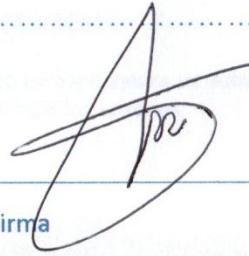


Y después de la revisión opino que:

1. La propuesta es pertinente, acorde con la línea de investigación
2. Es factible y viable
3.

Es todo cuanto informo;

Firma



Anexo 8 Propuesta Exportable

PROPUESTA EXPORTABLE DE PECANA AL PAIS DE CHINA 2017



INTRODUCCIÓN

La presente propuesta exportable de pecana al mercado de China tiene como objetivo brindar información para llevar a cabo el proceso de exportación, así como indicar los pasos a seguir de forma clara y precisa para el desarrollo de la exportación.

Para este proceso se tomó en cuenta la exportación de pecana en su estado natural la cual se exportará en sacos de malla ya que es la presentación solicitada por el país, de acuerdo a los reportes de la exportación de este producto..

Los puntos importantes que se detallaran en la presente propuesta son: la clasificación arancelaria del producto a exportar con el fin de evaluar si cuenta con medidas impositivas, así como la evolución de las exportaciones de los últimos 5 años, por otro lado se procederá a realizar la selección de mercado de acuerdo al valor FOB exportado en los últimos 5 años y otros aspectos de importancia, Luego se detallara la documentación necesaria para la exportación, documentos comerciales de embarque, permisos y/o certificados necesarios según el mercado al cual se dese ingresar, cabe resaltar que en esta guía se consideró el mercado de China, luego se procedió a describir los principales puertos del país a exportar; asimismo, se detalla información acerca del proceso para la preparación del producto en mención previo al exportación.

En decir se a través de la guía se brindara información básica para llevar a cabo la exportación de pecana al país de China.

I. Clasificación Arancelaria del Producto.

Es un código numérico que clasifica la mercancía en el comercio internacional, mediante la denominación numérico los agentes clasifican el producto y al mismo tiempo pueden identificar si el producto está sujeto al pago de impuestos, derechos, regulaciones no arancelarias y otros.

Para exportar o importar es necesario conocer la partida arancelaria del producto ya que debemos conocer las regulaciones y restricciones no arancelaria que existe del producto, para que así la empresa pueda tomar las medidas correspondientes.

En el caso de la exportación pecana con cascara su partida arancelaría se conforma de la siguiente forma de acuerdo al directorio de partida arancelaria:

Partida	Descripción Arancelaria
0802.90.00.00	LOS DEMAS FRUTOS DE CASCARA, FRESCOS O SECOS, INC. SIN CASCARA O MONDADOS

Fuente Propia

Para entender mejor los números designados a esta partida pasaremos los primeros Numeros:

08 = CAPÍTULO 8 - FRUTAS Y FRUTOS COMESTIBLES; CORTEZAS DE AGRIOS (CÍTRICOS), MELONES O SANDÍAS.

02 = LOS DEMÁS FRUTOS DE CÁSCARA FRESCOS O SECOS, INCLUSO SIN CÁSCARA O MONDADOS.

90 = LOS DEMÁS FRUTOS DE CÁSCARA.

Las restricciones que tiene el producto para la entrada o salida del país se puede apreciar dentro del porta de la Sunat y el cual nos muestra que no tiene restricciones, ni prohibiciones.

Restricciones y Prohibiciones para el ingreso y salida al país de las mercancías de la Subpartida Nacional 0802.90.00.00						
REGIME N	MERCANCÍA		CONTROL	VIGENCIA		BASE LEGAL
	COD.	DESCRIPCION		DESDE	HASTA	
40	1	Fruto,Varios,Solo especies CITES,Fruto al estado natural	SERFOR (EX-DGFFS O INRENA)	01/10/2015	31/12/9999	Ley 29763,DS 018 y 019-2015-MINAGRI
41	1	Fruto,Varios,Solo especies CITES,Fruto al estado natural	SERFOR (EX-DGFFS O INRENA)	01/10/2015	31/12/9999	Ley 29763,DS 018 y 019-2015-MINAGRI
60	1	Fruto,Varios,Solo especies CITES,Fruto al estado natural	SERFOR (EX-DGFFS O INRENA)	01/10/2015	31/12/9999	Ley 29763,DS 018 y 019-2015-MINAGRI
18	1	Fruto,Varios,Solo especies CITES,Fruto al estado natural	SERFOR (EX-DGFFS O INRENA)	01/10/2015	31/12/9999	Ley 29763,DS 018 y 019-2015-MINAGRI
10	1	Fruto,Varios,Solo especies CITES,Fruto al estado natural	SERFOR (EX-DGFFS O INRENA)	01/10/2015	31/12/9999	Ley 29763,DS 018 y 019-2015-MINAGRI
20	1	Los demás frutos de cáscara, incluso sin ella, para siembra	SENASA (MINAG)	06/01/2017	31/12/9999	DLg1059;DS018-2008-AG;RD50-2016- MINAGRI- SENASA- DSV
81	1	Los demás frutos de cáscara, incluso sin ella, para siembra	SENASA (MINAG)	06/01/2017	31/12/9999	DLg1059;DS018-2008-AG;RD50-2016- MINAGRI- SENASA- DSV
18	1	Los demás frutos de cáscara, incluso sin ella, para siembra	SENASA (MINAG)	06/01/2017	31/12/9999	DLg1059;DS018-2008-AG;RD50-2016- MINAGRI- SENASA- DSV
70	1	Los demás frutos de cáscara, incluso sin ella, para siembra	SENASA (MINAG)	06/01/2017	31/12/9999	DLg1059;DS018-2008-AG;RD50-2016- MINAGRI- SENASA- DSV
80	1	Los demás frutos de cáscara, incluso sin ella, para siembra	SENASA (MINAG)	06/01/2017	31/12/9999	DLg1059;DS018-2008-AG;RD50-2016- MINAGRI- SENASA- DSV
EXONERACION DE CERTIFICADO DE INSPECCION				NO APLICA		

Figura Restricciones y prohibiciones

Fuente: SUNAT

II. Estudio de Mercado

Importaciones de China

En la siguiente figura observamos en primer lugar el total de importaciones por año por países en Dólares, observamos que primer lugar tenemos a EEUU como el primer importador, en segundo lugar tenemos al país de China el cual desde el año 2012 importa el 20% del total de la importaciones, el año 2013 representa el 15%, en el año 2014 el 22%, en el año 2015 el 24% y en el año 2016 el 26%, estos resultados nos indican que el consumo anual de China se incrementa desde año 2014 en un 2% en relación al consumo anual.

En cuanto al consumo propio del país anual, en comparación de año 2013 con el 2014 se incrementó en 50%, en cuanto al año 2014 en comparación con el año 2015 incrementó en 22%, y en relación del 2015 con el 2016 incrementó 20%.

Estos resultados nos dicen que la pecana en China es cada año más solicitada existe un mayor consumo con tendencia a incrementarse, por lo que es una gran oportunidad para dirigir nuestro producto a este país.

Unidad : Dólar Americano miles					
Importadores	valor importada en 2012	valor importada en 2013	valor importada en 2014	valor importada en 2015	valor importada en 2016
Mundo	1,542,842.00	1,797,311.00	1,806,883.00	1,957,146.00	2,142,482.00
Estados Unidos de América	371,649.00	337,155.00	461,524.00	521,069.00	664,924.00
China	308,373.00	259,138.00	388,612.00	474,308.00	567,875.00
Alemania	94,764.00	124,852.00	103,867.00	144,349.00	140,938.00
Países Bajos	68,261.00	82,095.00	71,297.00	84,770.00	102,003.00
Canadá	75,204.00	64,602.00	69,853.00	76,384.00	87,473.00
Italia	87,393.00	102,415.00	98,726.00	91,277.00	84,569.00
Reino Unido	61,312.00	62,877.00	66,492.00	60,024.00	76,879.00
Francia	37,391.00	40,499.00	37,366.00	39,745.00	46,386.00
India	70,231.00	121,317.00	104,795.00	67,276.00	36,931.00
España	27,792.00	37,898.00	33,159.00	36,775.00	31,356.00
Israel	18,901.00	23,789.00	24,717.00	23,606.00	25,573.00
Arabia Saudita	15,773.00	20,230.00	25,519.00	26,905.00	24,894.00
Bélgica	14,718.00	16,687.00	18,900.00	17,750.00	22,873.00
Australia	21,893.00	20,654.00	18,465.00	19,475.00	22,339.00
Suiza	11,450.00	19,329.00	19,636.00	16,550.00	17,076.00
Austria	13,546.00	17,086.00	17,279.00	14,360.00	16,706.00
Singapur	19,737.00	17,059.00	22,100.00	20,065.00	14,683.00
Suecia	7,454.00	10,286.00	12,015.00	10,823.00	10,480.00
Japón	9,918.00	8,002.00	8,041.00	10,647.00	10,147.00
Emiratos Árabes Unidos	7,339.00	8,529.00	7,624.00	7,209.00	10,138.00
Dinamarca	7,583.00	7,347.00	9,684.00	7,644.00	8,849.00
Taipei Chino	6,729.00	6,135.00	8,823.00	7,633.00	8,761.00
Corea, República de	3,431.00	4,029.00	5,365.00	5,946.00	7,934.00
Bangladesh	19,671.00	16,569.00		47,050.00	7,821.00
Túnez	226.00	340.00	412.00	184.00	6,344.00
México	10,940.00	9,500.00	4,236.00	3,909.00	5,630.00
Portugal	7,211.00	7,670.00	7,877.00	3,082.00	5,321.00
Grecia	5,729.00	5,230.00	7,180.00	6,385.00	4,946.00
Tailandia	3,634.00	3,397.00	3,020.00	3,572.00	4,756.00
Malasia	5,772.00	9,104.00	6,078.00	7,109.00	4,705.00
Irlanda	1,765.00	2,848.00	3,823.00	4,061.00	4,409.00
Polonia	1,005.00	2,732.00	2,193.00	3,333.00	3,912.00
Noruega	3,027.00	4,298.00	4,544.00	4,020.00	3,620.00
Lituania	1,589.00	2,810.00	3,840.00	2,883.00	3,483.00
Finlandia	3,244.00	3,216.00	3,119.00	2,946.00	3,243.00
República Checa	988.00	14,623.00	1,953.00	2,091.00	3,065.00
Rusia, Federación de	1,874.00	4,780.00	2,553.00	1,030.00	2,921.00
Nueva Zelanda	3,289.00	2,782.00	3,535.00	3,303.00	2,810.00
Kuwait	3,152.00	2,788.00	1,750.00	2,514.00	1,989.00

Figura Consumo anual de pecana a nivel mundial

Fuente: Trade map

Exportaciones de Perú

Los principales destinos de exportación de pecana con cascara desde el año 2012 al 2015 según la Sector Alimentos y Bebidas – CCEX de la Cámara de Comercio de Lima (2017) son: China que empezó a importar 535.65 toneladas 2012 y para años 2013 aumento su importación en 749.91 manteniendo un promedio de venta hasta el año 2016 de 740 toneladas anuales. El segundo país al que se exporta es Alemania, en el año 2012 se exportó 17.3 tonelada para el siguiente año 2013 se exportó 22 tonelada, para los siguientes años hubo incremento de exportación, para el año 2016 se exportó 32.4 toneladas siendo el más alto. Los demás países han importador el producto pero muy esporádicamente y en poca cantidad como es el caso de Canadá y Colombia, otros países como Panamá y reino Unido han dejado de importar el producto. En cuanto ha Estado Unidos quien es el primer productor y consumidor del producto en el año 2012 realizó su primera compra de 1.64 toneladas, las demás importaciones del país fueron mínimas a partir del 2013 al 2016 ya que importaron poca cantidad en calidad de muestra.

En resumen se aprecia que China es el país que más demanda el producto en toneladas representando el 95% de las exportaciones de la pecana peruana, en segundo lugar se encuentra Alemania con una participación del 3% como se puede aprisionar en la siguiente tabla.

Nº	País	Peso Neto (Tn)				
		2012	2013	2014	2015	2016
	TOTAL	561.59	749.91	684.76	924.52	755.29
1	CHINA	535.65	727.86	640.08	893.07	722.85
2	ALEMANIA	17.3	22	29	30.24	32.4
3	ESTADOS UNIDOS	1.64	0.02	0.01	0.04	0.04
5	CANADA	4.08	-	-	1.1	-
6	COLOMBIA	-	-	15.67	-	-
7	ECUADOR	-	-	-	0.04	-
8	ITALIA	0.46	-	-	0.03	-
9	PANAMA	-	0.03	-	-	-
10	REINO UNIDO	2.46	-	-	-	-

Reporte de Exportación Anual en Toneladas

Fuente de Cámara de Comercio de Lima 2017

En el siguiente cuadro podemos apreciar casi los mismos datos que el anterior pero esta tabla representada en Dólares valor Fob, de acuerdo a estos montos China el país representa el 91%, en segundo lugar se encuentra Alemania con una participación del 7%

Nº	País	Valor FOB (US\$)				
		2012	2013	2014	2015	2016
	TOTAL	4101109.60	4519377.56	5258002.46	6213706.82	6226774.72
1	CHINA	3,767,177.00	4,143,777.56	4,562,597.46	5,716,074.82	5,672,190.72
2	ALEMANIA	289,705.00	373,600.00	492,450.00	493,731.00	554,364.00
3	ESTADOS UNIDOS	28,485.00	110.00	50.00	220.00	220.00
4	FRANCIA		1,890.00	180,705.00		
5	CANADA	7,768.00			3,066.00	
6	COLOMBIA			22,200.00		
7	ECUADOR				592.00	
8	ITALIA	1,491.70			23.00	
9	REINO UNIDO	6,482.90				

Reporte de Exportación Anual en USD

Fuente de Cámara de Comercio de Lima 2017

Ambos países no han dejado de importar el producto. Analizando los cuadros antes mencionados y en conjunto revisamos las dúas de las de las exportaciones

a China y Alemania, el precio de exportación por Kilo de pecana con cascara a China es de USD 7.5 dólares en promedio, y el precio de exportación a Alemania es de USD 17.50 dólares en promedio.

De acuerdo a los cuadros se puede apreciar que los mercados competitivos para realizar la exportación de pecana es China y Alemania, por tal razón procederemos a realizar el análisis de cada uno

III. Selección de Mercado

Para realizar la selección de mercado se evalúan diferentes aspectos.

Cuadro . Análisis de selección de Mercado.

Economías	China	Alemania
Dimensión de mercado Población	1.371.220.000	81.413.145
Crecimiento previsto de Mercado PBI per cápita USD	7.820	45.790
Apertura de un negocio Ranking Doing business	7	17
Idioma comercial	Ingles	Ingles
Tiempo para exportar	26	16
Costo para exportar USD	175	150

Fuente: Doing Business

Documentos comerciales para Exportación	China	Alemania
Factura Comercial / Packing list	SI	SI
Certificado de Origen	SI	SI
Certificado Fito Sanitario para exportación (Senasa)	SI	SI
Certificados ISO 9000 ISO 1400	NO	SI

Elaboración propia

Fuente: Siisex Perú

En el cuadro comparativo se puede apreciar a los 2 países, el cual Alemania tiene un ingreso más alto que China, sin embargo China posee más población de mercado en comparación con el otro país, asimismo para exportar el producto a Alemania se requiere adicional contar con Certificados ISO 9000 que certifica el proceso y procedimiento en la cadena de valor de los productos además del certificado ISO 1400 que certifica la relación con la problemática ambiental, en Alemania están muy comprometidos con el medio ambiente y prefieren un producto que cumpla con estas regulaciones. Para que una empresa cuenta con ambas certificaciones debe realizar una inversión de tiempo y dinero adicional, adecuar todos sus procesos de producción, calidad y trabajo acorde a las normas, lo cual conllevaría mucho tiempo para una empresa que recién este incursionando en el mercado internacional, esta opciones sería ideal implementarla siempre que la empresa cuente con los recursos para llevarla a cabo.

Continuando con el análisis del mercado en ambos países el producto es muy apreciado sin embargo el país que más demanda tiene de este producto es China y además en este país no requiere contar con la certificación ISO.

Por lo antes analizado se decide realizar la exportación de pecana al país de China, por ser la opción más beneficiosa para los productores que incursionen en la exportación, asimismo el precio de exportación pecana por Kilo a China es USD 8.00 , el cual viene a hacer un 75% adicional en comparación al precio que el productor vende el kilo localmente. S/ 15.00 (USD 4.50).

China.

China es la segunda potencia económica del mundo, el primer exportador y posee las reservas de cambio más elevadas, está integrada por 5 El territorio está dividido en 22 provincias, 5 regiones autónomas, 4 municipalidades y 2 regiones administrativas especiales (Hong Kong y Macao) su población es alrededor de 1 billón 300 mil habitantes, el idioma oficial es el Chino Mandarín , su capital es Pekín., en este país existen diferentes religiones, siendo el budismo, el taoísmo, el confucianismo y la religión tradicional china

Está considerado como el sexto importador mundial, los principales mercados proveedores de este país según datos del año 2016 son: Unión Europea con una participación de 12%, ASEAN 12% Corea del Sur 10%, Japón 9%, Taiwán 9% , Estados Unidos 9%, Alemania 5%, Australia 4%.

Los principales productos importados han sido: equipos de telecomunicaciones (8,3%), confección femenina (8,1%), informática hardware (4,5%), química orgánica (4,4%), y calzado (4%). (informe Gobierno de China ICEX)

Por otro lado mostramos un cuadro con el informe acerca de la evolución de los principales indicadores de este país.

Cuadro. Variables económicas de China

Evolución de los Indicadores Macroeconómicos					
Indicadores de crecimiento	2013	2014	2015	2016	2017 (e)
Crecimiento real del PBI (%)	7,8	7,3	6,9	6,6e	6,2
PIB per cápita (USD)	7.081	7.719	8.141	8.261	8.929
Tasa de inflación (%)	2,6	2,0	1,4	2,1e	2,3

Fuente: World Economic Outlook Database, 2015 Santander trade portal

Como se puede apreciar en el cuadro el PBI es creciente, lo cual implica que la riqueza de ese país es positiva, dando como resultado una capacidad mayor de consumo creciente a su población, tiene una tasa de inflación moderada, lo que quiere decir que este país cuenta con capacidad adquisitiva de productos, los cuales son importados de países como el nuestro, este país presenta una oportunidad de ofrecer productos.

Otro punto que debemos considerar es la facilidad de hacer negocios en China, en consecuencia se ha de analizar el Ranking de Doing Business, el cual muestra en el puesto 11 lo que significa un nivel alto.

IV Preparación del producto para exportación

Cosecha de pecana

Previo al iniciar la cosecha se debe colocar a los pies del árbol y a su alrededor hasta donde alcances las ramas del árbol base de tela o plástico para que toda el fruto caiga en la alfombra mientras se cosecha, ya que el árbol es muy alto para la cosecha se suele utilizar un equipo llamado Vareador Campagnola el cual ayuda a desprender el fruto del árbol, el procedimiento se realizar tal y como se muestra en la siguiente imagen:



Recolección de Pecana

Una vez que todos los árboles fueron cosechados se procede a recolectar en envases de plástico listos para su siguiente proceso como se muestra en la siguiente imagen



Selección y Limpieza

Luego pasamos a seleccionar las pecanas que se encuentran óptimas para la venta, al mismo tiempo se procede a limpiarlas, las personas encargadas de realizar la función deben colocar los frutos que estén listos y limpios en otros recipientes.



Proceso de Secado

Una vez completado el proceso anterior, adecuamos un espacio donde el sol ilumine, procedemos a colocar las pecanas como se ve en la siguiente imagen, de tal forma que queden extendidas para su secado, estas pueden ser colocadas en una mesa o en el suelo sobre una tela encima del producto se debe adecuar paredes y techo de malla racel, para que el sol no caliente el producto directamente ya que una temperatura muy alta podría quebrar la cascara que protege el producto. El techo debe estar a una distancia de un metro, asimismo se debe supervisar el producto durante el día, y al mismo tiempo voltear el producto para que seque totalmente, el tiempo de secado dura 2 a 3 días.



Almacenamiento

Una vez que el producto haya pasado por el proceso anterior, se debe almacenar colocándolo en sacos de malla, cada saco de pecana tiene un peso de 25 kg. Son colocados en estos sacos para que el producto siempre este ventilado. Los sacos deben ser colocados en un Almacen ventilado y sobre todo que haya sido debidamente aseado, para así evitar cualquier contaminación al producto.



Inspección para Certificación

Una vez que el producto está listo, se procesa a realizar el trámite para que el inspector de Senasa inspeccione el producto para la entrega de la certificación fitosanitaria.



IV. Documentación

Documentos Comerciales

En el comercio internacional se utilizan diversos documentos, pero se ha de tomar en cuenta los principales:

Carta de presentación. Este documento sirve para la presentación de la empresa.
Exportadora.

Lima, August 30, 2017

Mr:
Mr.
China

Dear Sir:

I am pleased to extend a cordial greeting on behalf of Familiy Jhongs S.A.C and introduce ourselves to you as a company engaged in the marketing and production of pecan nuts.

We are in search of a strategic distributor of our product in your country, with the aim of exporting our product. We have received information through the Chinese embassy, about which you are engaged in the sale of this product.

Our company offers you the high quality product, it meets the sanitary certificate for export, at a competitive price.

If your company has interest in our products, we will be willing to send you sample of it for your evaluation, we will be attentive if you want more information about them.

Thank you very much; We are at your disposal

Yours sincerely,

Katherine Tarmeño
manager

Figura: Carta de presentación

Fuente: propia

Solicitud de cotización. Este documento es emitido cuando el posible importador lo solicita con el fin obtener diferentes alternativas y comparar precios, asimismo evaluar si cumpla con las características que solicita, hoy en día se realiza vía correo electrónico, por lo general cuando el importador cuenta con más de una cotización elegirá el que mejor se ajuste a su requerimiento, los factores que pueden influir son precio, tiempo y calidad.

September 5, 2017

Dear:

Ms. Katherine Tarmeño
Family Jhongs S.A.C
Lima Peru

Greetings to you, we have received your letter, it is very interesting about the product and your company.

We know about the property of the product, since in our country is very consumed, we know about its properties.

That's why we want to know more about the FOB price that you sell, for the amount of eight thousand kilos initially.

I look forward to hearing from you soon.

Yours sincerely

Mr.

Figura: Solicitud de cotización

Fuente: propia

Cotización por empresa exportadora.

En este documento la empresa exportadora realizará la mejor propuesta a comparación de sus competidores, para ello debe de tener en cuenta variables de costo, tiempo y garantía.

Lima, August 30, 2017			
Mr. China			
Dear:			
We appreciate your response and request, below the detailed quote;			
Quantity	Unit	Unit price	Total price
8,000 KG	320 bags of 25 KG	\$200 bags	per \$ 64,000
This offer is valid for 15 days			
The delivery time is approximately 40 days after receiving your purchase order.			
Without further ado, we appreciate your attention; We will wait for your confirmation response.			
Yours sincerely			
Katherine Tarmeño Manager			

Figura: cotización

Fuente: propia

Solicitud de muestra (comprador).

Es un documento emitido por el importador con el objetivo de solicitar una muestra del producto a adquirir, el exportador debe de enviar una muestra referencial del producto que ofrece para la exportación; asimismo, el certificado y fotos.

September 5, 2017

Ms. Katherine Tarmeño

Family Jhongs S.A.C

Lima Peru

Dear

We have received your quotation, we want to request you sample of the product as well as the following.

Certificate

Photos

We are waiting for our request to continue our negotiation

Yours sincerely

Mr.

Figura Solicitud de muestra

La factura comercial (modelo)

Es un documento emitido que el exportador, con el fin de indicar las condiciones de la venta, el cual sirve como comprobante de pago para la, también sirve como contrato ya que detalla las condiciones del envío.

10/05/2003		COMMERCIAL INVOICE / Factura Comercial				Page 1 of / de 1	
Company Name / Nombre de la compañía: Cia. Manufacturera Intl.		Invoice / Factura Comercial #: 006					
		Reference No. / No. Orden: AA-006BB-8					
		FedEx Express Air Waybill / Guía Aérea: 40069368891					
Ship From / Envío de				Ship To / Envío a			
Name / Nombre: Marco Mariani		Name / Nombre: R & W Manufacturing / Mr. Jose Martinez					
Address / Piso 2		Address / Dirección: 117587 Scenic Drive					
City, State, Zip / Ciudad, C. Postal: Buenos Aires (1006) Argentina		City, State, Zip / Ciudad, C. Postal: Miami, Florida 33555 USA					
Phone / Teléfono: 555-555-5555		Fax: 555-555-5522		Phone / Teléfono: 111-888-5555		Fax: 111-888-5522	
Third Party Shipment / Envío a Tercera Persona				Check One / Seleccione uno:			
Name / Nombre:		<input type="checkbox"/> CIF		Country of Export / País de Exportación: Argentina			
Address / Dirección:		<input type="checkbox"/> FOB		Country of Manufacture / País de Fabricación: Argentina			
City, State, Zip / Postal:		<input type="checkbox"/> C&F		Country of Destination / País de Destino: USA			
Phone / Teléfono:				Currency / Moneda: US Dollars			
Package Information / Información del (los) Paquete(s)							
Qty / Cantidad	Unit of Measure / Unidades	Type of Pkgs. / Tipo de Paquete	No. of pkgs / No. de Paquetes	Unit Value / Valor Unitario	Commodity Descriptio n / Descripción del Prod ucto	Weight / Peso	Total Value / Valor Total
30	Ea.	Box	3	7.5	Parts and accessories for photographic cameras. - 9006.9 harmonized code	75 Lb	225
45	Ea.	Box	5	10.5	Cameras with through- the-lens viewfinder, for roll film of a width not exceeding 35 mm, not cinematographic. - 9008 harmonized code	80 Lb	500
Total Number of Packages / Número total de Paquetes:			8		Total	155 Lb	725

Signature of shipper/exporter / Firma del Remitente

Date / Fecha:

Fuente: PROMPERU

Packing list (modelo)

Es un documento que va junto con la factura comercial, en este documento se declara las medidas, cantidades y descripción de la carga, a fin de poder clasificar la carga ante Aduana, compañía de seguros, transportista y el comprador. Su contenido debe de coincidir con lo indicado en la factura comercial



PERU GIFT MARKET SRL
 Av. Francisco Pizarro 1450, Lima Peru
 Phone: (511) 4845263 / 981526341
www.perugiftmarket.com
 email: informes@perugiftmarket.com

PACKING LIST

COMMERCIAL INVOICE No. 9876 **DATE: 15 March, 2015**
CUSTOMER'S ORDER No. AG18765

INVOICE TO: **CONSIGN TO:**
 AMERICAN GIFTS LTD The same
 1375 INDUSTRY AVENUE, TAMPA FLORIDA
 33675, UNITED STATES
 TELEPHONE: 987-109652, FAX 987-876230

Bulk	PKG type	Description	Net weight Kg	Gross weight Kg	Total Net weight Kg	Total Gross weight Kg	Total Cubic m3
4	Wooden cases	Hand-Knitted wool floor rugs two colors (red and blue) 2.0 metres x 1.0 metre 105cm x 105cm x 125cm Tariff reference: 5701100000	144.00	154.00	576.00	616.00	5.51
4	Wooden cases	Hand-Knitted wool floor rugs two colors (red and blue) 2.3 metres x 1.2 metres 125cm x 85cm x 125cm Tariff reference: 5701100000	124.00	134.00	496.00	536.00	5.31
4	Wooden cases	Hand-Knitted wool floor rugs two colors (red and blue) 3.0 metres x 1.5 metres 155cm x 105cm x 125cm Tariff reference: 5701100000	202.50	217.00	810.00	868.00	8.14
					1,882.00	2,020.00	18.96

Signed: _____

Fuente: Promperú

Documentos de Embarque – Transporte

Instrucciones de embarque, este documento es emitido por el exportador, donde se detalla con los datos de la carga, a base a este documento se genera la de exportación N° 40.

OPE-FO-005						LOGO DEL TRANSPORTISTA
Versión 3						
INSTRUCCIÓN DE EMBARQUE						
EXPORTACIÓN						Página 1 de 2
Nuestra Cotización:				Fecha:		
DATOS DEL EXPORTADOR:						
Nombre:						<input type="radio"/> Aéreo <input checked="" type="radio"/> Marítimo
Dirección:						
Teléfono:		R.U.C.				
Fax:		Nextel:				
Email:						
Contacto:						
DATOS DEL CONSIGNATARIO:						
Nombre:						
Dirección:						
Teléfono:		Fax				
Email:						
Contacto:						
NOTIFICAR:						
Nombre:						
Dirección:						
Teléfono:		Fax				
Email:						
Contacto:						
TRAMITES:						
FLETE CC:		PP				
<input type="checkbox"/> Corte de Guía	<input type="checkbox"/> EXW	<input type="checkbox"/> CPT	Mercancías Peligrosas: <input type="radio"/> Sí <input checked="" type="radio"/> No			
<input type="checkbox"/> Certificado de Origen	<input type="checkbox"/> FCA	<input type="checkbox"/> CIP				
<input type="checkbox"/> Visa Textil	<input type="checkbox"/> FOB	<input type="checkbox"/> DDU				
<input type="checkbox"/> Certificado Fitosanitario	<input type="checkbox"/> CFR	<input type="checkbox"/> DDP	UN _____			
<input type="checkbox"/> Trámite de Aduana Expo	<input type="checkbox"/> CIF		CLASE _____			
<input type="checkbox"/> Embalaje			GRUPO DE EMBALAJE _____			
<input type="checkbox"/> Consularización						
<input type="checkbox"/> Otros						
Aeropuerto/Puerto de Origen:			Destino Final:			
Fecha de Embarque:						
Carta de Crédito N°:						
N° de Bultos:	Tipo de Embalaje	Descripción	Dimensiones	Peso Bruto		
<input checked="" type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No		Transporte Local con Schenker		Fecha:		Hora:
				Dirección:		

Carta de Responsabilidad

Documento que indica que la mercadería a exportar no implica mercadería restringida o peligrosa.

CARTA DE RESPONSABILIDAD

Lima 10 de octubre del 2017

Señores
INTENDENCIA DE LA ADUANA CALLAO
Presente.-

Ref: Embarque de exportación Factura
Con destino a Hong Kong (China)

Estimados Señores:

Cumplimos con dirigirnos a ustedes con el propósito de comunicarles que la mercadería amparada en el documento de la referencia, la cual contiene:

Nombre del producto: Pecana

Subpartida arancelaria Nacional: 0802.90.00.00

Cantidad de Bultos: 320 sacos contiene cada uno 25 kilos del producto.

Peso Neto aproximado: 8000 kilos

Por lo tanto cumplimos en declarar que no contiene PRODUCTOS EXPLOSIVOS, APARATOS DESTRUCTIVOS, MERCANCIA CONSIDERADA COMO ILEGAL, PELIGROSA O RESTRINGIDA: especialmente NI DROGAS, NI NARCOTICOS, por lo que asumimos cualquier responsabilidad que se derivase en el improbable caso de existir cualquier tipo de irregularidad.

Así mismo, somos conscientes que esta mercancía está sujeta a los respectivos controles de seguridad y/o otras regulaciones gubernamentales.

Atentamente.

Katherine Tarmeño
Gerente

Fuente: PROMPERU

Reserva de Espacio (booking)

Documento por el cual el embarcador solicita reservación de espacio de la carga determinada en un buque

By :		Facsimile	
Date :			
Updated :			

BOOKING CONFIRMATION ADVICE/BOOKING NOTE

BEG NO. :	27801500494A	DATE:	05-03-2013
VESSEL :	RIO TANK / 011M (ACH)		
L.PORT :	CALLAO - DP WORLD CALLAO S.R.L.	ETA :	03-03-2013 20:00
		ETA :	04-03-2013 11:00
P.DISCH.:	SALBOA - PORT/FACILITY (PPC TERMINAL)	ETA :	09-03-2013 17:00
CONNECT :	APL QATAR / 0208P (CNY)	ETA :	14-03-2013 13:00
F.DISCH.:	NEW YORK, NY - MAHER TERMINAL	ETA :	22-03-2013 19:00
SHP:			

LIMA PE

PL. RCPT. :	CALLAO - DP WORLD CALLAO S.R.L.	MODE :	ODD / INCL
SVC :	CY / CY	HUB :	BLK :
CUTOFF :			
P.DLVRY :	TORONTO - CP RAIL STOBICOKE		
F.DEST. :	TORONTO - CP RAIL STOBICOKE		
STORAGE :	None Specified (Normal)		

COMMODITY:	CLAMS, FROZEN	TARF ITEM NO :	R/A
TTL PKG :		MGR (M3) :	
	WGT(KT) : 12,000		
PICKUP DT:		TRUCKER:	
VAS RMKS :			
RMKS :	INGRESO CONTENEDOR LLENO : TFP		
FRGT RMKS:			

Container: 20Reefer 8'6" x 1

TYPE	ABRV	SPECIAL REQ	EQP NO	MTY DISP LCN	TEMP	VENT
R2	20Reefer 8'6"	None			5C	Closed
			TEMP MIN.: 5C		TEMP MAX.: 5C	

* Please contact the local operation group for empty dispatch location.

Page 1

Fuente PROMPERU

Aviso de llegada

Es un documento que comunica al importador que la llegada de la mercancía y esta se encuentra lista para ser retirada o acordar su entrega, este documento es emitido por el operador de transporte.



NOTIFICACION DE LLEGADA MARÍTIMO (LCL)

Señores.: XXXXXXXXXXXXX
Pos.: 2845100481
Atn.: Dpto. de Importaciones **Fecha:** 07/03/13

Nos es grato informarles el arribo de su cargo como sigue:

FBL: 352-12-00155-352648	Vapor: BAHIA LAURA
Proveedor: FRUTA	Fecha llegada: 06/11/2012 por confirmar
Mercadería: S.T.C. 16 PACKAGES AROMA CHEMICALS HAZ CLASS 3 UN1993 PG III,	Puerto de embarque: Tilbury
Flete: Prepaid	Sobrestadía Libre:
Almacenaje Libre: 20 días	Almacén:
V*B*: -----	
Bultos / Peso: 1 Pallets con 475 kgs	

El pago de los gastos que a continuación detallamos deberá ser depositado en nuestra cuenta corriente.

BANCO

Handling	USD	118.00
Desconsolidación	USD	70.80
Transmisión	USD	29.50
Gastos Administrativos	USD	35.40
	TOTAL	253.70

Documentos recibidos con el embarque:

Documento	Original	Copia
Factura comercial	-	-
FBL	-	1
Póliza de seguro	-	-

Sin otro particular, quedamos de ustedes

Atentamente,

Fuente: PROMPERU

Conocimiento de Embarque (bill of lading – BL)

Título representativo de la mercancía, por lo cual el tenedor legítimo del conocimiento puede disponer de la misma

Intuitive Information System
 12041 NW 29th Place Sunrise, Florida 33323
 PH: 954 578 0722 FX: 954 578 0922

House Bill of Lading

2. EXPORTER: Principal or other licensee and address including ZIP Code

3. COMMODITY TO: _____

4. NOTIFY PARTY/INTERESTED PARTY CONSIGNEE: Name and address _____

5. DOCUMENT NUMBER: _____

6. B/L NUMBER: TPE-678542

7. FORWARDING AGENT (Name and address - if needed):
 BLUE SEA SHIPPING
 841 SANDHILL AVE
 CARSON, CA 90746

8. POINT OF ORIGIN OR FTY. NO. _____

9. DOMESTIC ROUTING POINT (BY AIR) _____

10. PLACE OF RECEIPT BY THE CARRIER _____

11. PLACE OF DELIVERY BY CARRIER: MIAMI

12. TYPE OF MOVE: DTP

13. CONTAINERIZED (Check Only): Yes No

MARKS AND NUMBERS (1) (2)	NUMBER OF PACKAGES (1) (2)	DESCRIPTION OF COMMODITIES (include all detail)	Gross Weight (2) (3)	Measurement (2) (3)
AS ADDRESSED	250 CTNS	COMPUTER PARTS	8096.001 Lbs 3654.178 Kg	47.173 CFT 1.305 CBM

14. EXPORTING CARRIER: MARCHEN MAERSK VOYAGE # 054W

15. PORT OF LOADING/EXPORT: LOS ANGELES

16. FOREIGN PORT OF UNLOADING: MIAMI

17. PLACE OF DELIVERY BY CARRIER: MIAMI

18. TYPE OF MOVE: DTP

19. CONTAINERIZED (Check Only): Yes No

THESE COMMODITIES TECHNOLOGY OR SOFTWARE WERE EXPORTED FROM THE U.S. IN ACCORDANCE WITH THE EXPORT ADMINISTRATION REGULATION. DIVERSION CONTRARY TO U.S. LAW IS PROHIBITED.

DECLARED VALUE: \$54,300.00 (READ CLASS E 23 HERE OF CONCERNING EXTRA FREIGHT AND CARRIER'S LIMITATIONS OF LIABILITY.)

FREIGHT RATES, CHARGES, WEIGHTS AND/OR MEASUREMENTS		PREPAID	COLLECT
SUBJECT TO COMBINATION			
OCEAN FREIGHT			\$395.00
MESSANGER			\$20.00
TRANSFER OF DOCUMENT FEE			\$45.00
FORM - OCCURRENCE	GRAND TOTAL	\$0.00	\$420.00

By: _____
 AGENT FOR THE CARRIER

MO: _____ DAY: _____ YEAR: _____

B/L No. TPE-678542

Fuente: PROMPERU

Carta porte

Es un documento que tiene el fin de acreditar que hay un contrato de transporte, se usa siempre cuando la vía por la que se mande el producto sea solo vía terrestre. este debe de contener los datos que identifiquen al cargador y porteador, datos de la persona que recibirá la mercancía, lugar y fecha de entrega del envío, lugar y plazo de entrega de envío al consignatario y la identificación del envío, similar al documento anterior.

ONCCA CONTROL GENERAL AGRICOLA del Estado Federal EMISOR		C.E.E. Nro		C.T.G. Nro		Fecha Carga: / /		Fecha Vencimiento: / /		
CARTA DE PORTE PARA EL TRANSPORTE AUTOMOTOR DE GRANOS										
1 DATOS DE INTERVENIENTES EN EL TRASLADO DE GRANOS										
Titular Carta Porte						CUIT Nro				
Intermediario						CUIT Nro				
Remitente comercial						CUIT Nro				
Cargador						Olicer Cereales S.A.		CUIT Nro		30-70356340-2
Representante/Entregador						Control Agrario *		CUIT Nro		23-18094290-4
Destinatario						LDC ARGENTINA S.A.		CUIT Nro		30-52671272-9
Destino						LDC ARGENTINA S.A.		CUIT Nro		30-52671272-9
Transportista						CUIT Nro				
Confección						CUIT/CUIL				
2 DATOS DE LOS GRANOS / ESPECIES TRANSPORTADOS										
Grano/Especie						Tipo		Cosecha		
La carga será pesada en destino						Declaración de Calidad		Peso Bruto (Kgrs.)		Observaciones
						Confirme		Peso Tara (Kgrs.)		
Kgrs. Estimados						Condiciones		Peso Neto (Kgrs.)		
PROCEDECENCIA DE LA MERCADERIA						Establecimiento				
Dirección						Localidad		Provincia		
3 LUGAR DE DESTINO DE LOS GRANOS										
Dirección						Ruta 21 km 278 - Cód. 21030		Localidad		GENERAL LAGOS
						Provincia		SANTA FE		
4 DATOS DEL TRANSPORTE										
Cambio				Pagar del Flete		Flete Pagado		Flete a Pagar		
Aceptado				Flete a Pagar		Flete a Pagar		Flete a Pagar		
Kms a recorrer				Tarifa		Flete del Remitente		Flete del Cliente		
5 DATOS A COMPLETAR EN EL LUGAR DE DESTINO Y DESCARGA										
Fecha Arribo		Hora		Peso Bruto (Kgrs.)		Observaciones:				
Fecha Descarga		Hora		Peso Tara (Kgrs.)						
Turno Nro				Peso Neto (Kgrs.)						
6 CAMBIO DEL DOMICILIO DE DESCARGA - DATOS DEL OPERADOR Y DOMICILIO PARA LA DESCARGA										
CUIT		Nombre o Razón Social				Localidad				
Domicilio										
Nro Planta (ONCCA)		Fecha								
Traslado ordenado por						Firma y sello del Representante o del Agente del Cliente del presente Documento				
Firma y Sello del Emisor		Firma y Sello del Destinatario/Entregador		Firma y Sello del Emisor		Firma y Sello del Destinatario/Entregador		Firma y Sello del Emisor		

* Entregador sugerido, completar con el mismo o con el que usted trabaje.

Fuente: Elaboración propia

Certificados.

Certificado de origen.

Acredita el origen de la mercancía a exportar con el fin de acogerse a los beneficios que tiene un acuerdo comercial como un TLC. Este documento puede ser emitido por la Cámara de Comercio de Lima, Sociedad Nacional de Industria y Adex.



CERTIFICADO DE ORIGEN
 ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN
 ASOCIACIÓN LATINO-AMERICANA DE INTEGRACIÓN

CERTIFICADO
 N° _____

PAÍS EXPORTADOR:		PAÍS IMPORTADOR:
N° de Orden (1)	NALADISA	DENOMINACIÓN DE LAS MERCADERÍAS

DECLARACIÓN DE ORIGEN
(Declaración Jurada)

DECLARAMOS que las mercaderías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial N° _____, cumplen con lo establecido en las normas de origen del Acuerdo (2) _____, de conformidad con el siguiente desglose:

N° de Orden	NORMAS (3)

FECHA:
 Razón social, sello y firma del exportador o producto: _____

OBSERVACIONES: _____

CERTIFICACIÓN DE ORIGEN

Certifico la veracidad de la presente declaración, que sello y firmo en la ciudad de:

A los: _____ [NO LLENAR]

 Nombre, sello y firma Entidad Certificadora

Notas: (1) Cada columna indica el orden en que se individualizan las mercaderías comprendidas en el presente certificado. En caso de ser subítema, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado, numerados consecutivamente.
 (2) Especificar si se trata de un Acuerdo de alcance regional o de alcance parcial, indicando número de registro.
 (3) En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercadería individualizada por su número de orden.

- El formulario no podrá presentar raspaduras, tachaduras o enmiendas.

Fuente: ADEX

Certificado Fitosanitario

Es emitido por SENASA, de acuerdo al Anexo 18 (Item 139) la partida arancelaria 0802.90.00.00 de pecanas esta sujeta a autorización de SENASA

Este documento se solicita a travez del sistema Vuce, se debe rellenar el formato SNS022 y realizar un pago de S/ 150, luego atravez del mismo sistema notifican la inspección del producto para luego emitir el certificado

ORGANIZACIÓN DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA DEL PERÚ		ORGANIZATION OF PLANT PROTECTION ORGANIZATION OF PERU	
			
CERTIFICADO FITOSANITARIO PHYTOSANITARY CERTIFICATE		N° 0508764	
ORGANIZACIÓN DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA DEL PERÚ		Expediente 1308-09982 ORGANIZACIÓN DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA ESTADOS UNIDOS (United States)	
DESCRIPCIÓN DEL ENVÍO - DESCRIPTION OF CONSIGNMENT			
Nombre y dirección del exportador - Name and address of exporter Prolongación Italia No. 1759, La Victoria, Lima - Perú		AVENDAÑO TRADING COMPANY S.A.C.	
Nombre y dirección declarativa del destinatario - Declarant name and address of consignee 71 West 25th Street New York, NY 10012 - USA		BRUNO SCHEIDT, LLC	
Número y descripción de bultos - Number and description of packages 1300 sacos de polipropileno x 25 lb cada uno		Marca distintiva - Distinguishing marks Lot # 137	
Lugar de Origen - Place of Origin PERÚ	Método de inspección declarada - Declared means of inspection Via Marítima	Punto de partida declarado - Declared point of entry NEW YORK	
Cantidad declarada y nombre del Producto - Name of product and declared quantity Quinua blanca en grano: 24,000.00 kg		Nombre científico de las plantas - Botanical name of plants Chenopodium quinoa	
<small> No se garantiza que los productos, plantas, animales o otros artículos mencionados en este certificado estén libres de plagas o enfermedades. El certificado es emitido en virtud de la información proporcionada por el exportador y el importador. El certificado no garantiza que los productos mencionados en él estén libres de plagas o enfermedades. El certificado no garantiza que los productos mencionados en él estén libres de plagas o enfermedades. El certificado no garantiza que los productos mencionados en él estén libres de plagas o enfermedades. </small>			
TRATAMIENTO DE DESINFESTACIÓN O DESINFESTACIÓN - DISINFESTATION AND/OR DISINFESTATION TREATMENT			
Fecha - Date _____		Tratamiento - Treatment _____	
Producto químico (ingrediente activo) - Chemical Product (active ingredient) _____			
Duración y temperatura - Duration and temperature _____		Concentración - Concentration _____	
DECLARACIÓN ADICIONAL - ADDITIONAL DECLARATION			
			
INFORMACIÓN ADICIONAL - ADDITIONAL INFORMATION			
Nombre del funcionario autorizado - Name of authorized official Ing. Rosa María Cusipuma León			
Lugar y fecha de expedición - Place and date of issuance Lima, 20 de Diciembre de 2013		18 de Diciembre de 2013	
EL SENASA, sus funcionarios y representantes declinan toda responsabilidad por el uso de este certificado.			
Este certificado ha sido elaborado por el Perú por Resolución Legislativa N° 27173 concordante a la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria de la FAO.			

Fuente: SENASA

Inconterms:

Es el contrato internacional que definirá la obligación de comprador y vendedor en cuanto a la entrega de la mercadería, los inconterms más usados son el EXW y FOB en estos productos.

INCOTERMS 2010 (ICC)	Modo de transporte M=Marítimo P=Polivalente	1. Licencias y certificados organismos país	2. Embalaje ordinario, verificación y control.	3. Carga sobre camión en domicilio vendedor.	4. Transporte interior país salida.	5. Formalidad aduaneras país salida.	6. Costes terminal puerto, aerpto. FCC, TIR	7. Transporte internacional Flete y recargos.	8. Seguro de transporte internacional	9. Costes terminal puerto, aerpto. FCC, TIR	10. Formalidad aduaneras país llegada.	11. Transporte interior país llegada	12. Descarga de camión domicilio comprador.	13. Licencias y certificados organismos país
EXW. Ex works Franco fábrica Domicilio vendedor	P	vendedor	vendedor	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador
FCA. Free carrier. Franco transportista. Fábrica o puerto o aeropuerto salida	P	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador
FAS. Free alongside ship Franco al lado del buque	M	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	comprador	*	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador
FOB. Free on Board. Franco a bordo. Puerto de salida.	M	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador
CPT. Carriage paid to. Tpte. pagado hasta. Lugar acordado destino.	P	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador
CFR. Cost and freight. Coste y flete. Puerto de llegada.	M	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador
CIP. Carriage and insurance paid to. Tpte y seg pagado hasta Lugar acordado destino.	P	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador
CIF. Cost, insurance and freight. Coste, seguro y flete. Puerto de llegada.	M	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	comprador	comprador	comprador	comprador	comprador
DAT. Delivery at terminal Entrega en terminal. Terminal de llegada	P	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	comprador	comprador	comprador	comprador
DAP. Delivery at place. Entrega lugar acordado Lugar convenido	P	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	comprador	vendedor	comprador	comprador
DDP. Delivery duty paid Entrega lugar acordado derechos pagados.	P	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	vendedor	comprador	comprador

Fuente: Promperú

Elaboración Propia

*1. Salvo FCA fábrica, donde la mercancía se entrega al transportista en el domicilio del vendedor.

*2. Salvo el transporte en el puerto de salida desde la zona de recepción hasta el muelle de carga, que es coste del vendedor.

*3. Salvo que la mercancía se entregue en un lugar situado fuera del país de llegada.

En todos los incoterms los costes y riesgos del vendedor coinciden en el mismo punto, salvo :

a) En CRF y CIF , donde el riesgo del vendedor finaliza al situar la mercancía a bordo del buque en el puerto de salida.

b) En CPT y CIP , donde el riesgo del vendedor finaliza al entregar la mercancía al transportista.

Puerto Principal

Las costas chinas se caracterizan por tener importantes puertos extendidos en todo su litoral. China cuenta con una amplia infraestructura portuaria, con un número superior a 350 puertos y sub puertos.

Aproximadamente el 57% de éstos se dedican a la actividad comercial internacional. Así mismo, la expansión marítima oscila entre un 100% y un 200% construyendo nuevos terminales con capacidad de almacenamiento de 8.000 container. Por su impacto comercial, su infraestructura y la afluencia de navieras internacionales, vale destacar los puertos de: Dalian (Noreste); Tianjin y Qingdao (Beijing y Norte de China); Shanghai (Este); Guangzhou, Shenzhen, Xiamen, Fuzhou, (China Meridional), Yantian y Yingkou,

Puerto de Shanghái

Uno de los más importantes del mundo. Es considerado la puerta de ingreso de mercadería a China. El puerto también se encuentra en una zona muy industrial de desarrollo.

Puerto de Dalian

Ubicado en el noroeste de China. Su infraestructura es ideal para el transporte internacional entre el sudeste asiático, Norte América y Europa.

Puerto de Guangzhou

Ubicado en la zona sur de China, es uno de los puertos que ha experimentado un gran crecimiento durante los últimos años y es considerado como el cuarto puerto más grande de la parte continental del China.

Puerto de Tianjin

Es uno de los puertos comerciales más importantes del norte de China, es la puerta de entrada a Beijing y a Tianjin. Se encuentra en la desembocadura del río Haihe, en la bahía de Bohai, en la costa china. Es el puerto artificial más grande y el puerto fluvial del mundo.

Puerto de Ningbo

Ubicado en el centro de la costa de China, posee unas condiciones naturales únicas que le permite ser uno de los puertos más importantes chinos, con rutas a prácticamente todos los principales puertos del mundo.

Puerto de Yantian

Situado en la bahía de Dapeng, cercano a Shenzhen, se encuentra a 23 millas náuticas de Kong Hong, y a 72 km. vía terrestre de Huizhou, en una zona de gran crecimiento económico y comercial.

Puerto de Xiamen

Emplazado en el río de Jiulong, este puerto es un punto de trasbordo para la comercial.

Es uno de los dos puertos comerciales más grandes a la cercana isla de Taiwán.

Fuente: Promperú

V. Empaque y Embalaje

Empaque

Family Jhongs S.A.C	FICHA TÉCNICA DE EMPAQUE	Envase, empaque y embalaje de la pecana
		

EMPAQUE	Bolsas de Malla
MEDIDAS	Ancho: 34 cm Largo : 53 cm profundidad : 25 cm
COLOR	Rojo
CALIDAD	Flexible, resistente y transpirables

Fuente: Elaboración propia

El empaque seleccionado es un saco de malla, a vez permite la visibilidad del producto con el fin de que el cliente pueda apreciar la forma, color y textura.


Para seleccionar este empaque se analizaron los siguientes criterios: Visibilidad del producto, empaque transpirable, dimensiones, calidad del empaque y la capacidad.

Embalaje

El producto no necesita ser embalado, su transporte en el costal de malla que lo contiene, continua en la misma presentación hasta llegar a destino, cabe resaltar que no va palitazado para ingresar los productos al container, con el fin de ahorrar espacio.

VI. Unitarización y contenedorización

Ficha técnica del contenedor seleccionado

FAMILY JHONGS	FICHA TÉCNICA DE CONTENEDOR		
NOMBRE DEL CONTENEDOR	CONTENEDOR		
DESCRIPCIÓN FÍSICA DEL CONTENEDOR	Mueble de carga para el transporte marítimo, aéreo y terrestre, es utilizado para trasportar mercadería pesada y perecedera, su fin es conservar la mercancía durante su traslado al exterior.		20 pies
			40 pies
CARACTERÍSTICAS	Tamaño	20 pies	40 pies
	Peso máximo	29, 500 kg	32, 500 kg
	Capacidad máxima	28, 500 kg	29, 000 kg
	Largo	6,060 mm	12,290 mm
	Ancho	2,430 mm	2,430 mm
	Alto	2,590 mm	2,590 mm

Fuente: Elaboración propia

Criterios de selección

Este tipo de contenedor es estándares para transporte cualquier productos.

Nos basaremos en las mediadas de nuestra carga y pesos para evaluar la mejor alternativa.

- Medidas de la carga por 8 mil Kilo (320 sacos) 320 sacos = 14.43 m³

Ahora evaluaremos la medida de los container

- Medida en M3 de container 20 pies = 38 m3
- Medida en M3 de container 40 pies = 77.35 m3

De acuerdo a la medida de nuestra carga y la medida de los container y pesos, seleccionamos el container de 20 pies para su exportación.

Paletización

En este caso no es necesario ya que nuestra mercadería por estar contenida en sacos, un detalle importante es que el contenedor debe estar internamente cubierto de papel kraft para evitar la contaminación del metal con los sacos.

