



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN PARA EL LIMÓN SUTIL DE  
LA EMPRESA DON PACKING S.A.C. TAMBOGRANDE HACIA EL  
MERCADO DE CHILE, AÑO 2016”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORA**

**MENDOZA CÓRDOVA, CLAUDIA ZULEMA.**

**ASESOR**

**DR. CASTILLO PALACIOS, FREDDY WILLIAM.**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**MARKETING**

**PIURA - PERÚ  
2016**

**PÁGINA DEL JURADO**

Sres. Jurados

---

Dr. Castillo Palacios Freddy William

Presidente

---

Lic. Lazo Sánchez Martín

Secretario

---

Lic. Seminario Venegas Alfredo

Vocal

## DEDICATORIA

La presente investigación está dedicada a Dios, quien inspiró mi espíritu para poder llegar a las conclusiones de esta investigación, por darme salud para lograr el primer objetivo en mi vida, a mi madre por ser las columnas de mi templo y siempre enseñarme con valentía y esfuerzo, por otro lado a mi padre por todo su apoyo incondicional y por todo el amor que me fortalece y a toda mi familia por apoyarme día a día.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco de manera única y especial a Dios, porque es gracias a él que pude llegar a este momento, por darme salud y bienestar, por cuidarme en cada paso que doy en mi vida y por ser el motor que me inspira a seguir adelante, a mis padres por darme su apoyo incondicional y consejos cuando más los necesite, a mi abuelo Zoilo Mendoza Urbina quien está y estará conmigo siempre en lo más profundo de mi corazón.

Asimismo a mi asesor Freddy Castillo Palacios, por su orientación para la elaboración de mi tesis y mi más sincero agradecimiento a la Empresa Don Packing S.A.C y a las empresas exportadoras de limón sutil, por otorgarme información necesaria para poder culminar mi trabajo de investigación.

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Claudia Zulema Mendoza Córdova con DNI N° 77467678, efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se mencionan en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Piura, 07 de Diciembre del 2016.

---

CLAUDIA ZULEMA MENDOZA CÓRDOVA

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Presento ante ustedes la tesis titulada “Estrategias de exportación para el limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C Tambogrande hacia el mercado de Chile, año 2016” con la finalidad de formular estrategias de exportación para el limón sutil de dicha empresa. El presente trabajo de investigación consta de los siguientes capítulos: en el capítulo I: Introducción, se describe la realidad problemática, los trabajos previos, las teorías relacionadas al tema, los problemas de la investigación, la justificación y por último los objetivos.

El Capítulo II: Método, da a conocer el diseño de la investigación, las variables y su Operacionalización, la población y la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, los métodos de análisis de datos y finalmente los aspectos éticos.

En el Capítulo III: Se dan a conocer los resultados arrojados a través de la aplicación de los instrumentos. En el Capítulo IV: Se discuten los diferentes resultados de los trabajos previos, se contrastan las teorías relacionadas al tema con los resultados obtenidos en la presente investigación, respectivamente y se desarrolla la propuesta de exportar limón sutil a Santiago de Chile.

En el Capítulo V: Se presentan las conclusiones de los objetivos específicos y objetivo general, asimismo en el capítulo VI se dan a conocer las recomendaciones de acuerdo a los resultados de las conclusiones, por otro lado en el capítulo VII, se presentan las referencias bibliográficas que sirvieron como base para el desarrollo de la presente investigación y finalmente en el capítulo VIII se presentan los anexos utilizados, respectivamente.

Este trabajo de investigación se presenta en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo. Esperando cumplir con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

La autora

## ÍNDICE DE CONTENIDO

.....	1
PÁGINA DEL JURADO .....	2
DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO .....	4
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	5
PRESENTACIÓN .....	6
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	7
ÍNDICE DE TABLAS .....	9
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	10
RESUMEN.....	11
ABSTRACT .....	12
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>13</b>
1.1. Realidad problemática .....	13
1.2. Trabajos previos .....	15
1.3. Teorías relacionadas al tema .....	20
1.4. Formulación del problema.....	27
1.4.1. Pregunta general .....	27
1.4.2. Preguntas específicas.....	27
1.5. Justificación del estudio.....	27
1.6. Objetivos .....	28
1.6.1. Objetivo general.....	28
1.6.2. Objetivos específicos .....	28
<b>II. MÉTODO .....</b>	<b>29</b>
2.1. Diseño de investigación.....	29
2.2. Variables, Operacionalización .....	29
2.3. Población y muestra.....	31
2.3.1. Población .....	31
2.3.2. Muestra .....	32
2.1. Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad. ....	32
2.1.1. Técnicas.....	32
2.1.2. Instrumentos.....	33
2.1.3. Validez.....	33

2.1.4. Confiabilidad.....	33
2.2. Métodos de análisis de datos .....	34
2.3. Aspectos éticos.....	34
<b>III. RESULTADOS .....</b>	<b>36</b>
3.1. Potencial de exportación del limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C hacia el mercado de Chile .....	36
3.2. Sistema de comercialización adecuado para la exportación del limón sutil .....	37
3.3. Determinación de la demanda de limón sutil .....	38
3.4. Evaluación de la oferta de limón sutil.....	39
3.5. Estrategias de exportación para el limón sutil de la empresa Don Packing hacia el mercado chileno. ....	40
<b>IV. DISCUSIÓN Y PROPUESTA .....</b>	<b>41</b>
4.1. Discusión .....	41
4.2. Propuesta.....	47
<b>V. CONCLUSIONES .....</b>	<b>62</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>63</b>
<b>VII. REFERENCIAS.....</b>	<b>64</b>
<b>VIII. ANEXOS.....</b>	<b>66</b>
Anexo 1. Instrumentos de recolección de datos.....	66
Anexo 1 A. Cuestionario aplicado a los responsables de las exportaciones en las empresas exportadoras de la competencia .....	66
Anexo 1 B. Cuestionario aplicado al responsable de las exportaciones en la empresa Don Packing SAC.....	68
Anexo 1C. Guía de entrevista a los responsables de marketing, de las empresas exportadoras de competencia de limón sutil hacia el mercado de Chile.....	70
Anexo 1D. Guía de análisis documental.....	71
Anexo 2. Validación y Confiabilidad del Cuestionario .....	72
Anexo 3. Resultados Complementarios .....	100
Anexo 4. Matriz de Consistencia .....	123
Anexo 5. Matriz de Instrumentos .....	124
Anexo 6. Acta de aprobación de originalidad de tesis.....	127
Anexo 7. Declaración de autoría.....	<b>128</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	30
Tabla 2. Tamaño de mercado chileno de limón sutil, requisitos para la exportación hacia Chile y capacidad de producción exportable de Don Packing SAC.....	36
Tabla 3. Número de intermediarios, tipo de intermediarios y costo del flete en el sistema de comercialización.....	37
Tabla 4. Tipo de segmentos, importancia de las características del mercado y cantidad demandada de limón sutil .....	38
Tabla 5. Principales ofertantes y cantidad ofertada de limón sutil hacia el mercado chileno .....	39
Tabla 6. Principales estrategias .....	40
Tabla 7. Presupuesto total para la propuesta .....	60
Tabla 8. Ingresos de la empresa Don Packing S.A.C .....	60
Tabla 9. Egresos de la empresa Don Packing S.A.C.....	60
Tabla 10. Relación Beneficio – Costo .....	60
Tabla 11. Ingresos y Egresos de los años 2014, 2015, 2016 y 2017.....	61
Tabla 12. Relación Costo - Beneficio .....	61

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Importaciones de limón sutil de Chile desde el mundo.....	115
Gráfico 2. Exportaciones de limón sutil hacia el mundo.....	116
Gráfico 3. Saldo comercial de limón sutil en Chile.....	116
Gráfico 4. Cantidad importada de limón sutil por parte de Chile. ....	117
Gráfico 5. Cantidad exportada de limón sutil por parte de Chile. ....	118
Gráfico 6. Precio al mercado de Chile .....	119
Gráfico 7. Precio en el mercado de Chile.....	120

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo proponer estrategias de exportación para el limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C al mercado chileno; a través del potencial de exportación, sistema de comercialización, determinación de la demanda y evaluación de la oferta. El tipo de estudio de la investigación según la finalidad fue aplicada, nivel descriptiva y la temporalidad fue transversal; mediante un diseño no experimental, ya que se identificó y se describió las características de las variables estudiadas para proponer estrategias de exportación. Las técnicas de análisis de datos fueron la encuesta aplicada al gerente de planta de la empresa objetivo y a las empresas exportadoras; la entrevista para los responsables de marketing y por último la guía de revisión documental para complementar el estudio del mercado. La población de estudio fue constituida por la empresa objetivo y siete empresas exportadoras de limón sutil y la muestra es igual a la población. Se concluyó que la empresa aún no tiene la experiencia exportadora de este cítrico, pero si depende de una serie de factores que deben ser completados simultáneamente, entre ellos tenemos la motivación de la empresa, el grado de compromiso con el objeto de salida, los recursos disponibles de la empresa, las características del sector y el producto, además se evidencia que cumple con el sistema de comercialización, ya que comercializará con mayoristas. Así mismo, cuenta con un nivel de demanda para exportar. Por otro lado, se analiza la oferta que tiene la empresa para el mercado.

**Palabras claves:** Estrategias de exportación, potencial de exportación, sistema de comercialización, demanda y oferta.

## ABSTRACT

The present research aimed to propose export strategies for the subtle lemon of the company Don Packing S.A.C to the Chilean market; Through export potential, marketing system, demand determination and supply assessment. The type of study of the research according to the purpose was applied, descriptive level and the temporality was transversal; Through a non-experimental design, since the characteristics of the studied variables were identified and described to propose export strategies. The techniques of data analysis were the survey applied to the plant manager of the target company and exporting companies; The interview for marketing managers and finally the document review guide to complement the market study. The study population was constituted by the target company and seven companies exporting subtle lemon and the sample is equal to the population. It was concluded that the company does not yet have the exporting experience of this citrus, but if it depends on a series of factors that must be completed simultaneously, among them we have the motivation of the company, the degree of commitment to the target, resources Available to the company, the characteristics of the sector and the product, in addition it is evidenced that it complies with the marketing system, since it will market with wholesalers. Likewise, it has a level of demand to export. On the other hand, it analyzes the offer that the company has for the market.

**Keywords:** Export strategies, export potential, commercialization system, demand and offer.

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

Piura es una región con una amplia gama de cultivos, entre ellos se tiene el limón, mango, plátano, algodón, arroz, etc., debido a su clima y suelo estos frutos tienen una gran demanda a nivel nacional e internacional, por lo tanto estos dos factores son de gran importancia que ayudan a incrementar la oferta exportable. (MINCETUR, 2004). Hoy en día, la oferta exportable de productos agroindustriales se ha incrementado, debido al clima y suelo, lo que ha permitido la apertura de ventas comerciales de diversos productos como espárragos, las paltas, el cacao, el ají paprika, entre otros; los cuales han ido apareciendo en los mercados internacionales, por su calidad. (COMEX PERÚ, 2012)

Según SIICEX (2014) la variedad de limón que se viene exportando en estos tiempos es la denominada sutil, siendo el favorito de los peruanos en la preparación de platos representativos como el cebiche, además este fruto es llevado al extranjero tanto en fruta fresca como en sus derivados, debido a que esta clase de limón ya tiene una demanda grande en el exterior, lo cual permite llevarla de manera exitosa. La variedad de limón Tahití aparece en el mercado extranjero en el año 2006, con un número de partida 0805502200 y desde se entonces se exporta esta variedad aunque en menor cantidad comprada con la variedad de limón sutil, pero con una gran perspectiva para el futuro. Asimismo, el principal comprador del limón sutil es el país de Chile. (COMEX PERÚ, 2012)

La exportación desde hace algunos años es una actividad clave que favorece a una decena de regiones en sus productos cítricos, se declara que Piura es la región que cuenta con una mayor variedad de limón y que se diferencia de otras regiones, gracias a aquellas zonas frutícolas como el Alto Piura, el lugar de Chulucanas y San Lorenzo (Tambogrande) ubicado a la margen derecha del río Piura, cuenta con una calidad de limón, debido a sus

tierras fértiles y clima. Tambogrande es una zona reconocida a nivel nacional, por sus principales frutos, los mismos que son el mango y el limón, dentro de los cuales se encuentra el limón sutil, que es de origen asiático; éste se diferencia por el color verde amarillento, pequeño, ácido y con semilla, este fruto tiene una serie de propiedades nutritivas y medicinales, asimismo, debido a su sabor, es un ingrediente esencial que se consume en diferentes platos de comida bebidas. Asimismo, debido a su producción en diferentes temporadas del año, este cultivo facilita a los productores de un flujo de ingresos seguros.

Dado este contexto favorable, es que la Empresa Don Packing S.A.C busca formular estrategias de exportación, la cual le permita exportar la variedad de limón sutil hacia el mercado de Chile, con la finalidad de lograr que su producción se destine en un 70% a nivel internacional y 30% hacia los mercados nacionales.

Morales (2007) indica que para exportar se requiere de motivación, compromiso y paciencia, porque no es fácil llegar a un mercado internacional con un producto cualquiera, por lo tanto se necesita de una serie de pasos, para poder disminuir los riesgos que existen de alguna u otra manera en los mercados internacionales.

Es por ello que con esta investigación se busca analizar los mercados, la empresa Don Packing S.A.C, quien aún no tiene un mercado amplio en el país de Chile, para formular e impulsar estrategias que le permitan exportar limón sutil, considerando la alta demanda en el mercado Chileno, lo cual favorece no sólo a esta fruta, sino también a otras variedades, pues contribuirá en crear una imagen más acertada que ayude a exportar otros productos de calidad para la atención de éste mercado, favoreciendo de esta manera la creación de un crecimiento sostenible para la empresa y para todo el sector agroindustrial del país y contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de miles de familias involucradas en el sector.

## 1.2. Trabajos previos

La presente investigación se fundamentó con antecedentes, los cuales son investigaciones realizadas con anterioridad a nivel internacional, nacional y local sobre estrategias de exportación y mercado; estos enriquecerán a la investigación. A continuación se detallan antecedentes relacionados a las variables ya señaladas:

Dentro de los antecedentes internacionales se consideró a Llumiquinga (2010), quien desarrolló una investigación para evaluar la factibilidad para crear una empresa de producción y comercialización de limón Tahití, a ubicarse en la provincia de Pichincha, sector Valle de los Chillos, Barrio Farjardo, en Quito. En ella el autor busca conocer la situación en la que se comercializa esta variedad de limón a nivel nacional y las características del mismo.

Dentro de las principales conclusiones se pueden mencionar que la demanda de limón en fresco en el mercado nacional e internacional, en particular en Estados Unidos y Europa, mantiene una tendencia creciente, por lo que existen perspectivas favorables para la producción de la fruta en el Ecuador. Habría oportunidades para exportar la producción de limón Tahití para el mercado estadounidense, y para el mercado europeo. Además teniendo en cuenta la cantidad de dinero o el monto de inversión, el lapso que se requiere para lograr cierta producción, y el corto plazo de la ventana de mercado, se recomienda llegar a un acuerdo con los intermediarios de la cadena de distribución y se debe de capacitar al talento humano para lograr una mayor producción y comercialización del limón Tahití y ganar muchas posibilidades de crecimiento.

Por otro lado, Roblero (2008) presentó una tesis en donde evalúa la exportación de limón persa y además, la situación de sector agrícola en México, en ella el autor busca evaluar la posibilidad de exportar esta variedad de limón, asimismo, su nivel de competitividad, situación de mercado, el marco en el que se mueven los productos agrícolas en el Tratado de Libre

Comercio para América Latina y el papel que juegan las grandes empresas trasnacionales que operan en México.

Como conclusión a la investigación se dio que el limón persa representa un gran potencial exportador en México, sin embargo este producto se mueve dentro de un marco legal en el que se deben revisar aspectos de suma importancia, ya que hoy la realidad, la mayor parte de productos agrícolas extranjeros gozan de una tasa cero en donde se benefician las grandes empresas trasnacionales. Además, cabe mencionar que la industria cítrica se diferencia por brindar productos frescos y procesado de calidad, conforme con los requerimientos del mercado nacional e internacional, asimismo como la tecnología de vanguardia empleada en sus plantaciones y procesos de post cosecha que cumple, y por mucho, con los estándares de calidad mundial.

Finalmente, se tomó en cuenta la investigación de Baires, Magaña & Paz (2006), denominada “Estudio de factibilidad para el cultivo del limón pérsico como alternativa de diversificación agrícola en la zona del municipio de Santiago Texacuangos, departamento de San Salvador”, perteneciente a la Universidad “Dr. José Matías Delgado” facultad de Economía “Dr. Santiago I. Barberena”. Su objetivo fue investigar las percepciones del mercado de Limón Pérsico en el país a través de los diferentes agentes económicos que intervienen de forma directa e indirecta en la producción y comercialización de dicho producto, haciendo énfasis en las actitudes de compra por parte de los principales distribuidores en el país en relación con precios, calidad y cantidades demandadas.

A partir de esta investigación se pudo concluir que la producción del limón pérsico, realizada con las mejores técnicas, puede dar como resultado un fruto con alta calidad, que puede satisfacer la demanda que se produce en el país, brindando con abastecimiento con limón fresco a los diversos puntos de venta, cumpliendo con las expectativas de los consumidores y así



creando una preferencia por fruta de alta calidad 100% salvadoreña, provocando una reducción en las importaciones.

Asimismo, se consideraron los antecedentes nacionales, tales como la investigación de Chávez & Juscamaita (2013) denominada “Estudio de Pre-factibilidad para la exportación de cacao en grano tostado al mercado estadounidense”, perteneciente a la Pontificia Universidad Católica del Perú – Lima; cuyo objetivo general fue determinar el nivel de pre-factibilidad para la exportación de cacao en grano tostado al mercado de Estados Unidos.

Las conclusiones más resaltantes fueron, donde el mercado estadounidense es el principal destino para el cacao en grano tostado de acuerdo a su carácter importador y su incremento en la demanda de este producto. El pedido de este plan será un 0.02% de la demanda anual de Estados Unidos, además tendrá un incremento de 5% anual, debido a que año tras año se tendrá un control permanente de los proveedores, sin embargo, los principales clientes del cacao tostado serán empresas productoras de chocolate, entre las principales tenemos a Hersey, Baker’s Chocolate y Ghiradeli Chocolate.

También se consideró la investigación de Uribe (2010) titulada: “Estudio de pre factibilidad de industrialización y exportación de uva al mercado de Estados Unidos” perteneciente a la Pontificia Universidad Católica del Perú. El objetivo general de esta investigación fue determinar la viabilidad técnica, económica y financiera de la instalación de una planta de empaque de uva Red Globe en el departamento de Piura (Valle del Alto Perú).

Esta investigación concluyó en que el análisis se inició con el estudio estratégico (permitirá dar un fundamento del entorno en el que se desarrollará el proyecto), el cual especificó, en el mercado de EE.UU, una ventana comercial óptima para la comercialización de uva en los meses de Noviembre, Diciembre, Enero y Mayo. Debido al alto consumo de fruta en el

mercado estadounidense y la eliminación de barreras para las exportaciones de fruta (TLC) han incrementado los volúmenes de las exportaciones peruanas, por lo cual se podrá como empresa exportar mayores cantidades y aprovechar al máximo los meses en los que la competencia no lo hace.

Además se consideró la investigación de Valenzuela & Terán (2013) llamada: “Estudio de Pre-Factibilidad de producción y exportación de conservas de papa a China Y España; para optar el título de Ingeniero Industrial, perteneciente a la Pontificia Universidad Católica del Perú. El objetivo general fue realizar un estudio que determine la pre- factibilidad para la producción y exportación de conservas de papa al mercado Asiático de China y el mercado Europeo Español. La investigación demuestra la importancia de incremento de la capacidad de exportaciones de papa, hoy en día, indica la gran evaluación internacional de este producto y la obligación de exportar cierto producto en las mejores muestras para una exhibición interesante para los consumidores con mayor valor agregado. Por lo tanto, esta investigación está dirigida con la finalidad de determinar la viabilidad económica, mercante y la capacidad de la producción y exportación de conservas de tentáculos de papa a China y España.

Mientras que en el ámbito local se consideró la investigación realizada por Gallo & López (2005) titulada: “El cultivo del limón sutil en el departamento de Piura. Estudio de caso: Agro-Exportación de limón sutil a los Estados Unidos”, para optar el título de Economista, para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, perteneciente a la Universidad de Piura (UDEP); cuyo objetivo general fue estudiar el sector del limón Sutil en el departamento de Piura, y sus posibilidades de exportación hacia Estados Unidos.

En esta investigación se determinó un estudio minucioso del sector del Limón Sutil en Piura, donde se debe mencionar que existe una sobreoferta en los meses de verano en Piura, presentando además las

oportunidades de exportación de otros cítricos alternativos a USA, asimismo se efectúa una comparación de la rentabilidad de USA con México, Europa y Asia, concluyendo que USA es la mejor alternativa para exportar el Limón Sutil debido su rentabilidad, sus gustos, y a los latinos en ese país.

De la misma manera se tomó en cuenta la investigación elaborada por Briceño (2009) denominada: “Diseño y Formulación de estrategias en la exportación de mango como medidas de previsión para afrontar la crisis de la campaña 2009-2010 en la Empresa Nor Agro Perú S.A”, perteneciente a la Universidad César Vallejo – Piura; cuyo objetivo general fue realizar un análisis y diseño de estrategias para afrontar cualquier crisis durante la exportación de mango en la Empresa Nor Agro Perú S.A. durante la campaña 2009 -2010; mediante una metodología de investigación de tipo descriptiva y exploratoria.

Se concluyó en hay una concordancia directa entre la capacitación y productividad, es por ello que esto hace que el sector se fortalezca o se debilite de acuerdo al nivel de participación que tenga cada una de estas. Asimismo, se ha visto hasta cierto punto por la calidad de fruta que se obtienen de los productores pequeños.

Para finalizar, se consideró la investigación de Ruiz (2009) titulada: “Determinación de la oferta exportable de banano orgánico desde el departamento de Piura hacia Europa para el año 2010”, perteneciente a la Universidad César Vallejo – Piura; cuyo objetivo fue determinar la oferta exportable de banano orgánico desde el departamento de Piura hacia los mercados europeos. La investigación concluyó que los requerimientos de calidad para el ingreso de banano orgánico a Europa son: contar con certificación orgánica emitido por una certificadora y contar con la certificación de Globalgap.

### 1.3. Teorías relacionadas al tema

Dentro de la teoría considerada, se tomaron en cuenta a diferentes autores, de los cuales fueron considerados algunos de sus conceptos, pensamientos y teorías, los mismos que sirvieron como marco teórico para apoyar el desarrollo de la presente investigación. En primer lugar se empleó la primera variable la cual es Estrategias de exportación, que cuenta con diferentes definiciones:

Según Tazijan (2013) define que la estrategia es la determinación de las metas y objetivos de largo plazo de la organización, y la aceptación de caminos de operación y de asignación de recursos con la finalidad de lograr dichas metas.

Por otro lado, se puede definir a la estrategia como el conjunto de decisiones consecutivas e indispensables que deben analizar y tomar una decisión con respecto a una empresa para lograr su objetivo principal (García, 2012).

Del mismo modo una estrategia es una clave práctica que permite conocer más mercados, donde operan competidores exitosos; asimismo el desarrollo de una estrategia ayuda a definir los objetivos de exportación, el hecho de tomar en consideración las estrategias de exportación claramente definidas, le brindará a las empresas exportadoras una ventaja competitiva y a la vez logran a una amplia gama de proveedores. Además, una empresa logra competitividad estratégica, cuando formula con éxito una estrategia.

Según Tamarit (2011) el marketing directo se convirtió en el elegido como una estrategia, debido a que las empresas se dieron cuenta que la única manera de competir era registrar a mercados más pequeños, sin embargo el nicho de mercado empezó en la década de los '80, haciéndose más cierto en los '90, donde las ventas en nichos ofrecen una gama insuficiente de ciertos productos, pero una selección más profunda, en el cual; algunos compiten en calidad y otros en el precio.

Lerma y Márquez (2010) indican que la exportación la definen como la función fundamental dentro del comercio internacional y radica en distribuir los productos o servicios fuera de los márgenes territoriales de cierto país a que corresponde el donante; unido con las importaciones relaciona el concepto de negocios internacionales. Además de conservar un negocio de alcance internacional sustituye oportunidades y riesgos, y un grupo de actividades que nos ayuda a extender en el contexto global.

Según Claver y Quer (2000), la exportación presenta una característica importante de que la producción debe mantenerse centralizada en el país de origen, por ello que se abastecen el resto de mercados internacionales a través de transacciones comerciales.

De acuerdo Daniels, Radebaugh y Sullivan (2007), en su investigación realizada, las características de los exportadores dan como resultado las siguientes conclusiones básicas:

La probabilidad de ser un exportador se incrementa con el tamaño de la organización, el cual está definido por los ingresos. A intensidad de las exportaciones, es decir, el porcentaje de ingresos totales que provienen de las exportaciones no se correlacionan de antemano con el tamaño de la empresa; por lo tanto cuando mayor sea el porcentaje de las exportaciones con relación a los ingresos totales mayor será la intensidad.

Para Angelelli y Moori (2001) al referirse a la actividad exportadora, definen que la estrategia de exportación es una estrategia global del negocio, que se agrupa de una activa solidificación de los clientes externos y de búsqueda de nuevas oportunidades comerciales, justificadas en ventajas competitivas específicas de las diferentes empresas.

Clever & Quer (2000) citan a Hill & Jones quienes explican que la estrategia de exportación muestra una serie de ventajas, así como, evita el coste de establecer operaciones de fabricación en el país anfitrión; permite la obtención de economías de escala, al tener una producción agrupada que posteriormente es enviada a otros mercados nacionales.

Asimismo entre sus desventajas encontramos existencia de economías de locación de otros lugares del exterior, existencia de altos costes de transporte, que pueden aumentar la exportación; existencia de barreras arancelarias, que también es otro factor que pueden hacerla cara y arriesgada; al igual problemas con agentes locales a los que se haya delegado actividades de marketing y que pueden importunar sus intereses correspondientes.

El diseño de una estrategia de exportación puede ayudar a los gerentes a evitar los costosos errores. Una estrategia exitosa de exportación e importación debe tener en cuenta cada elemento de la cadena de transacción (Daniels, J., Radebaugh, L., y Sullivan, D. 2007).

Para establecer una estrategia de exportación exitosa, la gerencia debe evaluar el potencial de exportación de la empresa examinando sus oportunidades y recursos. Antes que nada, la empresa necesita determinar si existe un mercado para sus bienes y servicios. Después debe asegurarse de que cuenta con la suficiente capacidad de producción para entregar los bienes y servicios a los clientes extranjeros.

Según García (2012), el potencial de exportación no depende directamente de la experiencia exportadora, ni tampoco solo del sector de actividad de la empresa. Depende de una serie de factores que deben ser completados simultáneamente. Entre ellos tenemos las motivaciones de la empresa; El grado de compromiso con el objeto de salida; Los recursos disponibles de la empresa; Las características del sector y el producto; Las barreras del sector y de los mercados objetivos.

Para que la empresa logre el éxito debe de obtener asesoría experta en exportación; la mayoría de los gobiernos proporcionan asistencia a sus empresas domésticas, aunque el grado de compromiso varía entre países. Conforme aumenta el alcance del plan de exportación de una empresa, ésta probablemente deseará contar con la ayuda especializada de bancos, abogados, expedidores de fletes, empresas de manejo de exportaciones,

empresas comercializadoras de exportación y de otros apoyos; seleccionar un mercado o mercados, esta parte clave de la estrategia de exportación se puede realizar pasiva o activamente y formular e implantar una estrategia de exportación.

La empresa Don Packing S.A.C ha seleccionado el mercado de Chile para exportar la variedad de limón sutil, ya que es el cítrico demandado por los chilenos. Sin embargo el potencial de exportación es una dimensión que hace referencia a tener en claro las razones por las cuales la empresa está interesada a exportar a los mercados internacionales, además se deben aprovechar al máximo las oportunidades de los mercados.

Para elaborar la estrategia de exportación consiste en analizar y tomar decisiones que forma el negocio internacional de la exportación con el objeto de prevenir los posibles riesgos que pueden ocasionar y así evitar equivocaciones y costes innecesarios

Con respecto a la segunda dimensión, el sistema de comercialización se refiere a la cadena de intermediarios que existe en cada país y en el mercado para llegar hasta los clientes finales. Su estructura y márgenes de intermediación varían en cada mercado exterior al que la empresa exporte. La estructura del sistema de comercialización se refiere al número de niveles existentes entre el fabricante-exportador y el cliente final, pudiendo ser directo cuando no hay intermediarios, e indirecto, cuando los hay (García, 2012).

Por otro lado podemos definir a la dimensión de comercialización como el plan de exportación que abarca en aquellas decisiones de mercado que la empresa debe analizar y tomar para satisfacer las preferencias del mercado exterior al que ha decidido dirigirse y así conseguir en mercados exteriores y exportar (García, 2012).

En cuanto a los tipos de exportación, se estima la exportación indirecta o pasiva, a lo que Claver y Quer (2000) indicaron que en la exportación indirecta o pasiva, la empresa toma la iniciativa de buscar una

oportunidad de exportación; donde esta se limita a producir y vender y finalmente como hace con los clientes locales, es como si la empresa no realiza ninguna exportación, ya que la problemática exterior está en manos de un intermediario localizado en el país de origen, que puede ser de varios tipos, como: Comprador extranjero, Bróker, Comerciante, la casa exportadora, Agente, Consorcio de exportación, Trading Company.

Por otro lado, la exportación directa o activa; la empresa entra en contacto con intermediarios o compradores finales en el extranjero, haciéndose cargo de todos los aspectos burocráticos, logísticos y financieros de la exportación. Si la empresa tiene muy poco compradores en el país chileno, puede que el propio director de exportación o algunos representantes de la organización viajen para negociar los pedidos (Claver y Quer, 2000).

En cuanto a la segunda variable de la investigación, Mercado; para Collazos (2009) mercado es aquel que abarca el examen de la demanda del producto o servicio, y tiene por finalidad responder a cuestiones fundamentales: ¿Qué producir? ¿Para quién producir? ¿En qué cantidad y calidad producir? ¿Cómo comercializar y distribuir el producto? ¿A qué precios colocar el producto? etc.

Asimismo Mankiw (2009) define que el mercado es un grupo de compradores y vendedores de un designado bien o servicio, donde indica que los compradores determinan la demanda del producto y los vendedores denominan la oferta, por lo tanto el mercado son los consumidores reales de nuestro producto que será ofrecido al mercado de Chile por su calidad.

Según Kotler (2004) el producto es todo aquello que se puede ofrecer al mercado designado para su atención, adquisición o consumo y ofrecerles el producto en buenas condiciones y así satisfacer un deseo o una necesidad. Por ello el producto es el medio del que acondiciona una empresa para satisfacer las necesidades de los consumidores.



El limón aurantifolia fresco en Perú es conocido como limón sutil, limón común o limón criollo. Este producto contiene semillas y es de forma globosa, cáscara delgada; y al madurar es de color verde amarillento. Su pulpa es verde y a la vez jugosa que posee un típico sabor ácido y aromático, su origen es de sudeste de Asia, se suele consumir antes de la maduración, ya que tiene un alto contenido en vitaminas C y ácido cítrico.

Baca señaló que: *“Mercado es el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”*

Según Mincetur (2013), indicó que para un mercado objetivo se debe analizar de manera detallada lo siguiente: nivel de demanda del país, estabilidad económica, medios o facilidades de transporte, experiencias de otras empresas del país para poder garantizar la viabilidad de las exportaciones y beneficios o barreras comerciales.

Lerma y Márquez (2010), indicaron que el mercado es espacio físico o conceptual donde se realizan o desean realizar las transacciones comerciales, lo cual incluye al conjunto de compradores o posibles compradores, sus necesidades, capacidad de compra, usos y costumbres, canales de distribución y segmentación, y a los competidores. El concepto de mercado internacional corresponde a un lugar ubicado en uno o varios países distintos al país del oferente.

En relación a los elementos del mercado; Rosales (2000) definió la demanda como: “son las distintas alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios, manteniendo constantes en un tiempo determinado” (pág.25).

De acuerdo con la teoría, la demanda es la cantidad de bienes y servicios que son adquiridos a un precio en un determinado momento, en esta oportunidad Chile es el mercado que adquiere el limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C en un determinado periodo. Además de la cantidad demandada de un producto o servicio depende demasiado del

precio que se le otorga, debido al ingreso de los consumidores, la cantidad demandada de un bien aumenta al bajar el precio del producto.

Mincetur (2013), detalló que una demanda aparente se refiere a la demanda estimada para un período establecido y se elabora cuando existen cero datos de la demanda histórica, basándose la estimación en datos anuales de producción, exportación, importación y stock del bien en estudio.

Andrade (2005) determinó que "oferta es el conjunto de propuestas de precios que se realizan en el mercado para la venta de bienes o servicios". Agregando ésta definición, afirmó que en el lenguaje de comercio, se usa la expresión estar en oferta para indicar que por un cierto tiempo una variedad de productos tiene un precio más bajo del normal, para así impulsar su demanda.

La oferta es la cantidad de bienes y servicios; en esta oportunidad la empresa Don Packing S.A.C ofrecerá limón sutil hacia el mercado de Chile a un precio en un determinado tiempo. Sin embargo para determinar el nivel de la oferta, se establece que el precio es una de las condiciones fundamentales, además la empresa busca obtener ganancias al ofrecer este producto de calidad.

La oferta es un elemento para el mercado, la cual le permitirá determinar los indicadores de manera concreta para que la empresa Don Packing S.A.C logre el éxito.

Con respecto a SIICEX (2015) la República de Chile es un país de América, que está ubicado en el extremo sudeste de América del Sur que limita por el Norte con Perú, al noroeste con Bolivia, al este con Argentina y al oeste con Océano Pacífico. Su capital es Santiago y sus principales ciudades, Valparaíso, Concepción, La Serena, Antofagasta, Temuco, Talca, Rancagua, Puerto Montt e Iquique, su población es de 18 millones de habitantes, cuenta con índices de calidad de vida, crecimiento económico, desarrollo humano, globalización y PBI per cápita que están entre los más altos de Latinoamérica.

El año 2014, el PBI chileno tuvo un incremento modesto (2,0%) debido a la caída de los precios del cobre, así como por el debilitamiento del consumo y la inversión privada. Sin embargo, se espera que a partir de este año la economía de Chile crezca a mayor ritmo (2,7% en 2015), impulsada por el aumento del gasto público y mayores exportaciones. Además se estima que el PBI de Chile se incrementará constantemente en los próximos años, y alcanzará 4,0% anual en el mediano plazo. El 60% de las personas que habitan en este país tienen entre 15 y 64 años; mientras que el 88,9% son blancos y no indígenas, y el 9,1% mapuches. Su idioma es el español y la moneda el peso chileno.

#### **1.4. Formulación del problema**

##### **1.4.1. Pregunta general**

¿Qué estrategias de exportación permitirán guiar la comercialización de limón sutil de la Empresa Don Packing S.A.C hacia el mercado de Chile?

##### **1.4.2. Preguntas específicas**

1. ¿Cuál es el potencial de exportación de limón sutil de la Empresa Don Packing S.A.C hacia el mercado de Chile, año 2016?
2. ¿Cuál es el sistema de comercialización adecuado para la exportación del limón sutil en el mercado de Chile para la empresa Don Packing S.A.C, año 2016?
3. ¿Cuál es el nivel de demanda de limón sutil en el mercado de Chile para la empresa Don Packing S.A.C, año 2016?
4. ¿Cuál es el nivel de la oferta de limón sutil en el mercado de Chile, año 2016?

#### **1.5. Justificación del estudio**

La presente investigación se justifica teóricamente, dado a que se ha desarrollado en base a las teorías de los negocios internacionales, específicamente basada en el marco teórico sobre las estrategias de

exportación, y la formulación de éstas son aplicables para guiar la comercialización de limón Sutil de la empresa Don Packing S.A.C.

La investigación también se justifica de manera metodológica porque muestra una metodología para realizar un análisis interno y externo de la empresa Don Packing S.A.C. y las empresas de exportación de competencia del limón Sutil.

Finalmente esta investigación se justifica de manera práctica, debido a que tiene principales propósitos para determinar las estrategias de exportación, ya que a esta empresa le beneficiará, tanto en interior como lo exterior, obteniendo una mayor rentabilidad, por la calidad de su producto, gracias a las estrategias bien definidas, la empresa Don Packing S.A.C. logrará una exportación exitosa.

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. Objetivo general**

Proponer estrategias de exportación para el limón sutil de la Empresa Don Packing S.A.C - Tambogrande hacia el mercado de Chile, año 2016.

### **1.6.2. Objetivos específicos**

- 1) Medir el potencial de exportación del limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C hacia el mercado de Chile, año 2016.
- 2) Identificar el sistema de comercialización adecuado para la exportación del limón sutil en el mercado de Chile para la empresa Don Packing S.A.C., año 2016.
- 3) Determinar la demanda de limón sutil en el mercado de Chile, año 2016.
- 4) Evaluar la oferta de limón sutil en el mercado de Chile, año 2016.

## II. MÉTODO

### 2.1. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental, ya que no se efectuará manipulará intencional a las respuestas de lo investigado en relación a los indicadores propuestos y es transversal, porque el recojo de los datos se realiza en un mismo periodo de tiempo.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) se trata de una investigación descriptiva, que se refiere a la descripción sobre las características, cualidades internas y externas, propiedades y rasgos esenciales de los hechos y fenómenos de la realidad estudiada.

Finalmente se trata de una investigación con un enfoque mixto ya que se combinará instrumentos cuantitativos (encuestas) como cualitativos (entrevistas y guía documental) para recolectar la información.

### 2.2. Variables, Operacionalización

La presente investigación tiene dos variables: estrategias de exportación y mercado.

- **Variable 1: Estrategias de Exportación**

De acuerdo a Angelelli & Moori (2001) al referirse a la actividad exportadora, la estrategia de exportación es una estrategia global del negocio, que se acompaña de una activa consolidación de los clientes externos y de búsqueda de nuevas oportunidades comerciales, basadas en ventajas competitivas específicas de las empresas.

- **Variable 2: Mercado**

Según Baca, citado por Jouve y Arias (2011) señaló que el mercado es el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizarlas transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
V1:Estrategias de Exportación	De acuerdo a Angelelli & Moori (2001) indica que la estrategia de exportación es una estrategia global del negocio, que se acompaña de una activa consolidación de los clientes externos y de búsqueda de nuevas oportunidades comerciales, basadas en ventajas competitivas específicas de las empresas.	Potencial de exportación	Se evaluará el potencial de exportación de la empresa Don Packing S.A.C examinando sus oportunidades y recursos a través de encuestas y entrevistas.	Tamaño de mercado	Nominal
				Requerimientos de exportación	Nominal
				Capacidad de producción exportable	Nominal/razón
		Sistema de comercialización	Se establecerá cuál es el número de niveles existentes entre el fabricante-exportador, para lo cual se empleará una guía de entrevista.	Número de intermediarios	Razón
				Tipos de intermediarios	Nominal
				Costos de fletes	Razón
V2:Mercado	Según Baca, citado por Jouve y Arias (2011) señala que el mercado es el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.	Demanda	Se evaluará el nivel de la demanda del limón sutil del mercado de Chile, a través de guías de revisiones documentales para determinar los tipos de segmentos, las características y la cantidad demandada del país.	Tipos de segmentos	Nominal
				Características del mercado	Nominal
				Cantidad demandada	Nominal
		Oferta	Operacionalmente se evaluará el nivel de la oferta del limón sutil del mercado de Chile, a través de guías de revisiones documentales para determinar el nivel de exportaciones e importaciones del país.	Principales ofertantes	Nominal
				Cantidad ofertada	Nominal

## **2.3. Población y muestra**

### **2.3.1. Población**

La unidad de análisis permitirá identificar quien será medido y quienes nos brindarán la información adecuada para resolver las incógnitas presentadas. Las unidades de análisis de la investigación están constituidas por la empresa Don Packing S.A.C. y las empresas exportadoras de competencia que exportan limón sutil desde Piura sólo al mercado de Chile; de acuerdo a la partida arancelaria 0805502100 de antemano esta investigación está relacionada con el mercado objetivo, por ello que se toma solamente las siete empresas que exportan este cítrico al mercado chileno, más no a otros mercados.

- **Responsable de la exportación hacia el mercado chileno de la Empresa Don Packing S.A.C**

Una de las poblaciones de esta investigación será el responsable de exportaciones de la empresa Don Packing S.A.C. del distrito de Tambogrande de la provincia de Piura (donde se realizó la presente investigación). En este caso la unidad de análisis fue el gerente de marketing.

- **Responsables de la exportación de las Empresas exportadoras de limón sutil desde Piura hacia el mercado chileno.**

Otra población investigada fueron los responsables de la exportación de éste producto en las empresas exportadoras de limón sutil desde Piura hacia el mercado chileno, siendo la unidad de análisis el gerente, responsable de marketing o jefe de planta de cada una de las empresas. Estas empresas se identificaron verificando la exportación de productos bajo la partida arancelaria 0805502100, que corresponde al limón sutil, las mismas que son siete:

1. Agroexportaciones Machu Picchu S.R.L

2. Limones Piuranos S.A.C
3. Agroexportaciones LUVAC E.I.R.L
4. Agronegocios Gerónimo S.R.L
5. Pasiche Peña Karina
6. Servicios F & S S.A.C
7. Vertical Fruit S.A.C

### **2.3.2. Muestra**

Siendo las poblaciones en estudio pequeñas, no se ha considerado muestreo, sino que se trabajó un censo con cada una de ellas, es decir se incluyeron todas las unidades de análisis para el recojo de datos.

## **2.1. Técnicas, instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.**

### **2.1.1. Técnicas**

**Encuesta:** En la investigación se utilizó esta técnica, con la que se midió el potencial de exportación, el sistema de comercialización, la demanda y la oferta de la empresa Don Packing S.A.C y a las empresas exportadoras de limón Sutil al mercado de Chile.

**Entrevista:** Esta técnica es importante en el proceso de investigación, estará en base a las variables de estrategias de exportación; y sus respectivos indicadores; se aplicó al responsable de las exportaciones de la empresa Don Packing SAC y su objetivo fue determinar los elementos de la ficha técnica del producto, el potencial de exportación y el sistema de comercialización.

**Revisión Documental:** Es una técnica para complementar a la segunda variable que estará en base al Mercado, y sus dimensiones demanda y oferta; cuyo objetivo es describir las características del mercado chileno, los tipos de segmentos, cantidad demandada, principales ofertantes y cantidad ofertada.



### 2.1.2. Instrumentos

- **Cuestionario:** Es un instrumento cuantitativo que se determina para medir o registrar diferentes sucesos y contextos.
- **Guía de entrevista estructurada:** esta guía se aplicó a los responsables de exportación de la empresa
- **Guía de revisión documental:** que permitió recopilar información sobre los tipos de segmentos, características de mercado y la cantidad demandada u ofertada de limón sutil en el mercado de Chile.

### 2.1.3. Validez

Para determinar la validez de los instrumentos, éstos fueron sometidos a la revisión cuidadosa y crítica de expertos, los cuales verificaron que:

- Los instrumentos presentan congruencia, es decir existe una relación lógica con los diferentes ítems, que deben estar relacionados con respecto a las dimensiones y variables de estudio de la presente investigación.
- Los instrumentos son pertinentes al tipo y a la naturaleza de la investigación.
- Los instrumentos favorecen la demostración de las hipótesis que se constituyen en la investigación.
- Los instrumentos revelan consistencia de tal formato que cada ítem sea escrito y relacionado totalmente con cada uno de los indicadores.
- Los instrumentos son competentes para comprender totalmente las dimensiones para cada variable de esta investigación.

### 2.1.4. Confiabilidad

Confiabilidad del instrumento: se acudió al estadístico, el cual argumentó que los instrumentos no necesitaban confiabilidad, debido

a que son preguntas heterogéneas, sin embargo son aplicables para los fines de recojo de datos en la presente investigación.

## **2.2. Métodos de análisis de datos**

Para el análisis de datos se realizó un análisis estadístico descriptivo de los resultados obtenidos por el cuestionario (instrumento cuantitativo), aplicado a los gerentes de marketing de la Empresa Don Packing S.A.C y las empresas exportadoras de limón sutil de competencia, de antemano se utilizó este tipo de análisis para representar mediante cuadros y gráficos para los resultados en el orden en el cual se plantean los objetivos específicos. El procesamiento de datos recogidos se llevó a cabo mediante el paquete estadístico SPSS versión 21 y el programa Excel para Windows.

Para el análisis de datos de los resultados recopilados por la guía de revisión documental y la guía de entrevista (instrumentos cualitativos) aplicada las gerentes de las empresas de competencia, se llevó a cabo un análisis de interpretación literal, refiriéndose a datos cualitativos con el objetivo de valorar el concepto de los resultados obtenidos, resolviendo las incógnitas de la investigación.

## **2.3. Aspectos éticos**

Para el desarrollo de esta investigación, se considerarán los siguientes principios éticos en la aplicación de instrumentos, análisis y otros (teorías relacionadas, antecedentes, marco conceptual).

- El respeto por la propiedad intelectual, ya que la información que ha sido considerada para fundamentar la realidad problemática, antecedentes, teorías relacionadas y marco conceptual.
- El respeto a la privacidad y el anonimato de los individuos que participan en el estudio.
- Autenticidad y honestidad, ya que no se emplearán los datos obtenidos de la investigación, sino que se interpretarán según la realidad de manera objetiva.

- Responsabilidad en el manejo de la información recolectada tratándose de empresas privadas exportadoras de limón sutil al mercado de Chile.

### III.RESULTADOS

El presente capítulo tiene como objetivo mostrar los resultados de estrategias de exportación para el limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C Tambogrande hacia el mercado de Chile en el año 2016.

#### 3.1. Potencial de exportación del limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C hacia el mercado de Chile

**Tabla 2. Tamaño de mercado chileno de limón sutil, requisitos para la exportación hacia Chile y capacidad de producción exportable de Don Packing SAC**

<b>Tamaño de mercado chileno de limón sutil</b>			
	<b>Año 2013</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>
Exportaciones	1 m USD	1 m USD	113 m USD
Importaciones	253 m USD	400 m USD	715 m USD
<b>Saldo comercial</b>	<b>-252 Tm</b>	<b>-399 Tm</b>	<b>-602 Tm</b>
<b>Tasa de crecimiento</b>		<b>58%</b>	<b>51%</b>
<b>Requisitos para la exportación hacia Chile</b>			
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	
Certificaciones	<b>4</b>	<b>57.1</b>	
Controles de calidad	<b>2</b>	<b>28.6</b>	
Envasado y etiquetado	<b>1</b>	<b>14.3</b>	
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100.0</b>	
<b>Capacidad de producción exportable (TM) de Don Packing SAC</b>			
Total de Hectáreas disponibles	20		
Rendimiento máximo por hectárea alcanzado (kg/Ha)	De 7,000 a 14,000		
Rendimiento promedio por hectárea (kg/Ha)	10,500		
Capacidad de producción exportable (Kg)	210,000		
<b>Capacidad de producción exportable (TM)</b>	<b>210</b>		

Fuente: Guía de análisis documental (Trademap), Encuesta aplicada a los responsables de las exportaciones de las empresas exportadoras y Entrevista aplicada al responsable de las exportaciones Don Packing SAC

La tabla anterior, muestra los valores del saldo comercial de Chile, para el caso del limón sutil, en miles de dólares durante los últimos tres años, en el cual se observa, que en el año 2013 obtuvo un saldo de -253 miles de dólares, mientras que en el año 2014 el saldo aumentó a 400 miles de dólares, al igual que para el año 2015 aumentó el saldo a -602 miles de dólares. Ello está representando el consumo del limón sutil, es decir el tamaño de mercado chileno de limón sutil y demuestra que éste se ha venido incrementando en más de 50% cada año. Asimismo, se

aprecia que los requisitos que exige el mercado para el ingreso del producto de mayor importancia son las certificaciones (57,1 %), pues permiten cumplir con los requisitos técnicos establecidos, los controles de calidad (28.6%), y el envasado y etiquetado (14.3%). Finalmente se puede observar que la empresa Don Packing cuenta con 20 Ha disponibles para el cultivo de limón sutil, y el rendimiento que alcanzan fluctúa entre 7,000 a 14,000 kg/Ha, cuyo promedio es de 10,500Kg/Ha, con lo que se determina una producción exportable de 210 TM por cada cosecha.

### 3.2. Sistema de comercialización adecuado para la exportación del limón sutil

La tabla siguiente presenta el número de intermediarios que intervienen al momento de exportar el producto, está comprendida entre 1 – 2 intermediarios en un 71.4% y 3 – 4 intermediarios en un 28.6%, las cuales son los más acertados para realizar las funciones de distribución, los cuales son los más acertados para realizar el plan de negocio.

**Tabla 3. Número de intermediarios, tipo de intermediarios y costo del flete en el sistema de comercialización**

<b>Número de intermediarios</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
1-2 Intermediarios	5	71.4
3-4 Intermediarios	2	28.6
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>
<b>Tipos de intermediarios</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Mayoristas	7	100
Minoristas	0	
Agentes comerciales, comisionistas o corredores	0	
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>
<b>Costo del flete</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
S/10000-S/14000	4	57.1
S/15000-S/19000	3	42.9
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de las exportaciones de las empresas exportadoras

Asimismo, se determinó que el tipo de intermediarios que presenta al momento de exportar el limón sutil son mayoristas (100%). Los intermediarios mayoristas se caracterizan por vender a los detallistas, las principales funciones que lleva a cabo un mayorista son: compra y almacena en grandes cantidades del producto, transporta las mercancías, entre otros. Por otro lado, se determinó que el mayor costo de flete por tonelada de limón sutil consta de S/. 10000-14000 debido a la ubicación o localización de cada empresa.

### 3.3. Determinación de la demanda de limón sutil

**Tabla 4. Tipo de segmentos, importancia de las características del mercado y cantidad demandada de limón sutil**

<b>Tipo de segmento</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Demográfico	7	100
Geográfico	0	
Psicográfico, comportamiento	0	
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>
<b>Importancia de las características del mercado</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
De acuerdo	4	57.1
Totalmente de acuerdo	3	42.9
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>
<b>Cantidad demandada</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
20-29 toneladas	2	28.6
30-39 toneladas	1	14.3
40-49 toneladas	1	14.3
50- a mas toneladas	3	42.9
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de las exportaciones de las empresas exportadoras

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada se determinó que el 100% considera el segmento demográfico, debido que este tipo de segmentación permite considerar todas las características que sean relevantes para crear un perfil del consumidor. Se determinó también que las características del mercado son muy importantes debido a que está compuesto de vendedores y compradores que vienen a representar la oferta y la demanda, además se realizan relaciones comerciales de

transacciones de mercancías. Se observa también que cada empresa tienen su volumen de exportación por campaña, debido al volumen de las ventas por clientes que es mayor, que utilizan para introducirlos en nuevos procesos de producción, el mercado compra en mayor cantidad para asegurarse un determinado stock, mientras la relación entre el proveedor del mercado de negocios y su cliente-empresa sea más cercana se logra una mayor producción. El volumen de exportación por campaña es un factor muy importante para cada empresa exportadora, que permite conocer la rentabilidad máxima si la hubiese.

### 3.4. Evaluación de la oferta de limón sutil

**Tabla 5. Principales ofertantes y cantidad ofertada de limón sutil hacia el mercado chileno**

Principales ofertantes	Rendimiento (Kg/Ha)	Rendimiento promedio	Hectáreas	Cantidad ofertada
Pasiche Peña Karina Agronegocios Gerónimo	3500Kg - 7000Kg	5,250	10	52,500
Agroexportaciones Luvac Servicios F&S Vertical Fruit	7000Kg - 14000Kg	10,500	7	73,500
Machu Picchu Limonos Piuranos.	14000Kg - 15750Kg	14,875	15	223,125
<b>Total</b>				<b>771,750</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los jefes de planta de las empresas exportadoras

La tabla anterior muestra el rendimiento de cada empresa exportadora de limón sutil hacia el mercado de Chile, se puede apreciar que las empresas con mayor producción son Servicios F&S y Limones Piuranos, asimismo, se muestra que existe un total de 771,750 kg de limón sutil disponible para la exportación hacia el mercado chileno. Machu Picchu con 15 hectáreas oferta 223,125 kg debido a que cada hectárea opta por 14875 kg de limón sutil, debido al riego que emplean en este caso es el riego por goteo. Por otro lado Servicios F&S con 40 hectáreas oferta 73500kg debido al rendimiento promedio de 10500 kg por hectárea, en este caso se observa gran diferencia de hectáreas de limón, pero existe un factor que es el riego tecnificado en este caso es el riego por gravedad que emplean que es el más favorable, asimismo la poda que realizan y los fertilizantes que usan por planta.

### 3.5. Estrategias de exportación para el limón sutil de la empresa Don Packing hacia el mercado chileno.

**Tabla 6. Principales estrategias**

Incrementar el volumen de exportación indirecta de limón sutil hacia el mercado de Chile.	Abastecimiento oportuno de limón sutil de calidad óptima. Personal capacitado para la actividad exportadora. Información especializada, actualizada y difundida. Sistema de normalización y certificación de la calidad.
Asociatividad con productores o agricultores para aumentar la capacidad de producción de la empresa objetivo.	Diálogo eficaz y permanente entre sector privado y público.
Desarrollar una táctica competitiva como productores contraestacionarios.	Difusión sostenida y accesible nivel nacional de temas de comercio exterior.
Incremento de la publicidad enfatizando las características diferenciadoras del limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C.	Para captar mayor demanda de limón sutil es necesario dar a conocer la calidad de limón, lo cual exige trabajar para lograr una calidad estandarizada.

Fuente: Elaboración propia

Una estrategia es una clave práctica que permite conocer más mercados, donde operan competidores exitosos; asimismo el desarrollo de una estrategia ayuda a definir los objetivos de exportación, el hecho de tomar en consideración las estrategias de exportación claramente definidas, le brindará a las empresas exportadoras una ventaja competitiva y a la vez logran a una amplia gama de proveedores. Además, una empresa logra competitividad estratégica, cuando formula con éxito una estrategia. Asimismo las estrategias de exportación, la cual le permitirá exportar la variedad de limón sutil hacia el mercado de Chile, logrando un 70% a nivel internacional y un 30% seguir comercializando hacia los mercados nacionales. Debido a los resultados de esta investigación, el mercado potencial para esta empresa será Chile, ya que es un país demandado por los frutos cítricos, que es el limón, cuyo nombre original es *citrus aurantifolia*, más conocida a nivel internacional como limón sutil, por su color, tamaño, sabor y además es el limón que nace con semilla.



## IV. DISCUSIÓN Y PROPUESTA

### 4.1. Discusión

Esta investigación tuvo como propósito estudiar y analizar el mercado chileno, con el fin de proponer estrategias de exportación para el limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C, permitiendo al jefe de planta conocer estrategias para una exportación con éxito hacia el mercado chileno. Después de analizar y exponer los resultados encontrados se procederá a contrastarlo con investigaciones similares en el contexto conceptual y metodológico. En base a esto, se procederá a analizar cada una de las dimensiones para conocer la percepción de la empresa objetivo, y determinar el nivel de demanda que existe en el mercado chileno. De acuerdo al primer objetivo específico relacionado al potencial de exportación del limón sutil de la empresa objetivo tenemos que para el estudio del determinante se clasificó esta dimensión en medir el potencial que favorecen la exportación las cuales fueron: el tamaño del mercado, requerimientos de exportación y capacidad de producción exportable de la empresa Don Packing y de las empresas exportadoras.

Según García (2012) el potencial de exportación no depende directamente de la experiencia exportadora, ni tampoco solo del sector de actividad de la empresa. Depende de una serie de factores que deben ser completados simultáneamente. Entre ellos tenemos las motivaciones de la empresa; el grado de compromiso con el objeto de salida; los recursos disponibles de la empresa; las características del sector y el producto; las barreras del sector y de los mercados objetivos. Los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados a la empresa Don Packing S.A.C y a las empresas exportadoras se tiene que las características que favorecen la exportación están basadas por el porcentaje de tamaño de mercado el cual es que se estima en un 100% para realizar un plan de negocio en el mercado chileno, por otro lado las empresas exportadoras tienen el porcentaje de requerimientos que exige el mercado el cual es de 57.1% que representan las certificaciones para el ingreso del producto, asimismo la empresa cuenta

con la capacidad de producción, debido a los fertilizantes, al riego tecnificado, además a la herramienta que utilizan para la poda.

Estos resultados de un análisis del potencial de exportación nos muestra otros aspectos y factores los cuáles servirán para direccionar mejor las exportaciones y saber con más exactitud la situación del mercado al cual se dirige el producto, ya que en el ámbito internacional según el estudio realizado por Robledo (2008), quién abordó la investigación denominada “La exportación de limón persa y la situación de sector agrícola en México”, argumenta que el potencial de exportación en cuanto a la economía mundial que trabaja hoy en día en un marco de interrelación más estrecha de lo que se pensaba y en la que los países subdesarrollados tienen pocas posibilidades de competir eficazmente con los más industrializados. Sin embargo Reino Unido cuenta con un potencial creativo y abundante en recursos naturales. Tal es el caso de la agricultura y en especial de los productos cítricos. Si bien es cierto no se cuenta con procesos y tecnología de punta para competir con otros países más avanzados, también es cierto que se han tomado las medidas pertinentes para avanzar con pasos concretos hacia nuevos niveles de productividad.

En lo que se refiere al segundo objetivo específico, relacionado con el sistema de comercialización se refiere a la cadena de intermediarios que existe en cada país y en el mercado para llegar hasta los clientes finales. Su estructura y márgenes de intermediación varían en cada mercado exterior al que la empresa exporte. La estructura del sistema de comercialización se refiere al número de niveles existentes entre el fabricante-exportador y el cliente fina, pudiendo ser directo cuando no hay intermediarios, e indirecto, cuando los hay (García, 2012). Tenemos entonces que la cantidad de intermediarios que interviene al momento de exportar es de uno a dos intermediarios que representa el 71.4% en las empresas exportadoras las cuales son los más acertados para realizar las funciones de distribución del producto. Para ello dentro de la empresa Don Packing S.A.C el tipo de intermediario que realizará un plan de negocio son los mayoristas, el cual es el más indicado para generar mayores ingresos, asimismo los costos de flete

por toneladas es de S/. 10000 – S/. 14000 que representa de un 57.1% para que el producto llegue al mercado chileno, en buenas condiciones.

La empresa cumple con el compromiso de contratos con los intermediarios para la comercialización de este producto, ofreciendo al mercado de Chile un producto de calidad. Por otro lado el sistema de comercialización es como el plan de exportación que abarca en aquellas decisiones de mercado que la empresa objetivo analiza para satisfacer las preferencias del mercado a través de los intermediarios. Este análisis se ve reemplazado por el estudio realizado en el ámbito internacional por el investigador Llumiquinga (2010), argumenta que el sistema de comercialización a nivel nacional es un factor importante para dar a conocer la problemática existente en la actualidad en la comercialización de este producto y llegar a un acuerdo con los intermediarios de la cadena de distribución y se debe capacitar al talento humano para lograr una óptima producción y comercialización de limón sutil y ganar muchas oportunidades de crecimiento.

Con respecto al tercer objetivo específico relacionado con la demanda del limón sutil en el mercado de Chile, Mincetur (2013), define como demanda aparente a aquella que es estimada para un periodo establecido y se elabora cuando no existen datos de la demanda histórica, basándose la estimación en datos anuales de producción, exportación, importación y stock del bien en estudio; además nos muestra que para analizar un mercado objetivo de manera detallada se sabe tener en cuenta lo siguiente: nivel de demanda del país, estabilidad económica, medios o facilidades de transporte, experiencias de otras organizaciones del país para poder garantizar la viabilidad de las exportaciones y beneficios y finalmente las barreras comerciales.

Según los resultados obtenidos en la investigación de acuerdo a la demanda de limón sutil en el mercado chileno se determinó que las importaciones de limón sutil en Chile tienen una tendencia irregular debido en gran proporción a la crisis económica que se presentó entre dichos años, pero que en el 2015 se observa una gran recuperación similar a lo importado

2011. Por otro lado existe un déficit en el saldo comercial de limón sutil en Chile, lo que indica que el valor de las exportaciones es inferior al de las importaciones, lo cual se observa que existe una gran demanda de limón sutil en este país. Así mismo la cantidad importada de limón sutil por parte de Chile se viene recuperando con respecto a los últimos tres años, puesto que el año 2015 se observa 2, 898,778 toneladas, lo cual demuestra que existe un amplio mercado para este producto. El precio del limón sutil en el mercado de Chile tuvo una tendencia irregular debido también en gran proporción a la crisis financiera que ocurrió en los últimos cinco años.

Estos resultados de un análisis de la demanda nos muestra otros aspectos y factores los cuáles servirán para direccionar mejor las exportaciones y saber con más exactitud la situación del mercado al cual se dirige el producto, ya que en el ámbito local según el estudio realizado por Llumiquinga (2010) quien presentó la investigación titulada “Estudio de factibilidad para la creación de una Empresa dedicada a la producción y comercialización de limón Tahití, ubicada en la provincia de Pichincha, sector Valle de los Chillos, Barrio Farjardo.”, para optar el grado de Ingeniero Comercial, perteneciente a la Universidad Politécnica Salesiana de Quito. Esta investigación tiene como objetivo dar a conocer la problemática existente en la actualidad en la comercialización de este producto a nivel nacional y las características del mismo.

Con relación al cuarto objetivo específico, relacionado con la oferta; el otro elemento del mercado la oferta es definido por Sapag & Sapag (2008) que es el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios. Claro está, que el comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores; un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese producto. En cuanto a la oferta se argumenta que es el nivel de exportaciones de países productores y las ventajas de producto, en este caso el limón sutil tiene una gran diferencia en el mercado chileno, el cual es reconocido como el limón común, además ya que contiene un índice de acidez del 5 al 6%, la relación SST (sólidos solubles total/acidez) es de 1.5.

Por lo tanto el porcentaje de acidez del limón es muy importante, cumple con una característica primordial para poder procesarlo y es utilizado en los diferentes rubros.

Tenemos entonces que la cantidad ofertada por parte de las empresas exportadoras, su rendimiento que han alcanzado las tierras de cultivo por hectárea es de 3500kg - 7000kg que representa en un 42.9% de índice porcentual, debido a las herramientas que emplean para obtener una mayor producción, además las empresas ofrecen un producto de calidad hacia el consumidor final. Este análisis se ve reemplazado por el estudio realizado a nivel internacional por el investigador el Mg. Robledo Gálvez Omar Nelfo de la Escuela Superior de Comercio y Administración Unidad Santo Tomas. Teniendo como objetivo general identificar las objetivamente las posibilidades del limón persa como producto agrícola de exportación, asumiendo los niveles de competitividad, la situación del mercado en el que se mueven los productos agrícolas en el tratado de Libre Comercio para América Latina y el papel en que juegan las grandes empresas transnacionales que operan en México.

También se pueden tomar estudios analizados en el ámbito nacional como Chávez Castillo R y Justamaita Sánchez Martín J, luego a Uribe Jiménez C, asimismo se presenta estudios en el ámbito local como el de Gallo & López. y Briceño J. Todos estos estudios revocan en la variable mercado gracias al análisis que realizan en este caso al mercado de Chile argumentando que es el mejor destino para cualquier producto agroindustrial, además gracias al alto consumo de la fruta en el mercado chileno, a la eliminación de barreras para las exportaciones (TLC) y a los gustos y preferencias por parte de los chilenos.

En referencia al objetivo general, proponer estrategias de exportación para el limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C Tambogrande, año 2016. Para Angelelli & Moori (2001), si una empresa está diseñando una propuesta para exportar productos cítricos, debe tener los conocimientos exactos acerca de un plan de exportación y estar bien informado de

estrategias globales del negocio, además de ser optimista de realizar una exportación, ya sea porque tiene la capacidad de tomar decisiones ante cualquier oportunidad comercial, justificadas en ventajas competitivas específicas de las diferentes empresas. En la presente investigación las dimensiones de las estrategias de exportación están dadas por el potencial de exportación y sistema de comercialización. Los resultados de la investigación favorecen la propuesta de esta herramienta a la empresa, puesto que se evidencia que el nivel de demanda es favorable para realizar un plan de negocio hacia el mercado chileno, además para establecer una estrategia de exportación exitosa, la gerencia debe evaluar el potencial de exportación de la empresa, evaluando sus oportunidades y recursos.

## **4.2. Propuesta**

### **1. Introducción**

El limón criollo también denominado limón aurantiifolia o limón sutil, es un fruto de forma globosa de color verde amarillento al madurar y cáscara delgada. Su pulpa verde y jugosa posee un característico sabor ácido aromático, y es un fruto con semillas. En cuanto a la región Piura, el limón sutil tiene una gran demanda a nivel nacional e internacional, es por ello que esta presenta factores relevantes como el clima y el suelo, el cual es ideal para producir durante todo el año, siendo una ventaja sobre los otros países exportadores, sin embargo estos factores son de gran importancia que ayudan a incrementar la oferta exportable. (MINCETUR, 2004)

El limón se ha convertido en uno de los más representativos de la gastronomía peruana, y su mayor demanda en el mercado es de fruta fresca, este fruyo tiene numerosos usos ya sea en pastelería, perfumería, industria de refrescos, tragos, detergentes, forraje y limpieza de ropa. Por lo tanto este producto nos presenta oportunidades de negocio, la cual debe ser aprovechada al máximo, además el limón sutil cumple con los requisitos establecidos por mercados internacionales, como el calibre, porcentaje de acidez y el nivel de calidad de este fruto es alto; gracias a que en la etapa de cultivo se hace uso de insumos orgánicos lo cual permite tener un producto de calidad, también al uso de riego tecnificado y finalmente la poda es un factor importante e indispensable para una buena cosecha.

Por ello, la presentación para el limón sutil es esencialmente importante, debido a que este cítrico deberá envasarse de tal manera que el producto quede debidamente protegido, además los materiales utilizados en el interior del envase deberán ser nuevos y de calidad, y así evitar cualquier daño externo o interno al producto. Sin embargo su madurez, es un factor primordial; apto para resistir 30 a 45 días de temperatura de 5° C. Asimismo todos los cítricos tienen un alto valor nutricional, especialmente la naranja, el limón y la mandarina son ricos en vitamina C.

Por otro lado la empresa objetivo tiene la capacidad adecuada para realizar una exportación al mercado chileno, debido a los fertilizantes, herramientas que utilizan para la poda y además al riego tecnificado, factores importantes para obtener una producción óptima. Asimismo, las empresas que ya incursionan en mercados internacionales como Chile, donde su participación en las exportaciones es mayor, debido a la producción de este cítrico en la región, especialmente en el distrito de Tambogrande, pero a pesar de ello las organizaciones tienen fortalezas en cuanto a capacidad de gestión, apoyo financiero, incursión en canales indirectos, cuentan con promociones a través del canal de distribución, el sistema de comercialización, las buenas relaciones públicas, aunque su gran dificultad es que tienen una baja capacidad logística para el transporte de la fruta.

Con respecto a los mercados internacionales especialmente Chile sus condicionantes internos son favorables para iniciar la exportación, debido a que existe un buen porcentaje de latinos en los diversos estados lo cual permite tener una mejor acogida de productos agroindustriales, además su economía es la primera del mundo y es el país con más volúmenes de importaciones de productos agrícolas a nivel mundial. Por lo tanto, las estrategias de exportación son indispensables para tomar las decisiones progresivas y encadenadas, analizando el orden adecuado de las mismas para cualquier producto, de manera que se conozca a fondo; tanto el país exportador, el producto o servicio, los mercados, las operaciones y los riesgos. Llevando de esta manera una idea precisa y clara, de la posición que se quiera tener como país u organización en el mercado chileno.

## **2. Objetivos de las estrategias o propuestas**

### **2.1 Objetivo general:**

Diseñar una propuesta de estrategias para exportación de limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C a la provincia de Santiago de Chile.



## 2.2 Objetivos específicos

- Identificar factores internos y externos de la empresa Don Packing S.A.C que favorezca la exportación de limón sutil a la provincia de Santiago de Chile.
- Especificar las actividades de cada responsable de marketing para que han de servir para lograr una exportación exitosa.
- Analizar las estrategias de exportación para el limón sutil.
- Detallar el coste y la posibilidad de cada una de las estrategias de exportación para lograr el éxito.

## 3. Justificación

Las propuestas están sustentadas en los instrumentos aplicados a la empresa objetivo y a las empresas exportadoras para especificar la manera de cómo se realiza un plan de negocio o exportación. El fundamento de diseñar estrategias para exportación del limón sutil es para guiar a la empresa objetivo, a las empresas exportadoras y futuros exportadores de limón, para que tomen buenas decisiones óptimas y concretas y así puedan llegar al mercado meta u objetivo sin ningún problema, ya sean riesgos que afecten durante la exportación. Las estrategias de exportación tienen distintas decisiones, entre ellas; estudiar la actividad de negocio que va a exportar, ya sea en diferenciación en pequeños segmentos y costos , además elegir el mercado o país al cual se va a regir, la manera de exportar o los canales de distribución que se van a emplear con la finalidad de llegar al consumidor.

Todas las estrategias tienen la finalidad de llevar a cabo una exportación de la empresa Don Packing S.A.C ya que va a permitir una exportación exitosa para esta empresa, evitar cualquier riesgo posible. Asimismo la importancia de originar estrategias para la exportación establece que serán una ventaja para que la empresa objetivo u otras empresas o futuros productores y exportadores de productos agroindustriales, puedan cogerlas como alusión y sigan avanzando como

empresas de alto prestigio en el mercado mejorando la economía, ya sea familiar y nacional o internacional. Con estas razones se afirma la necesidad de proponer estrategias de exportación para el limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C.

#### 4. Análisis FODA

ANÁLISIS FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p style="text-align: center;"><b>ANÁLISIS INTERNO</b></p> <p style="text-align: center;"><b>ANÁLISIS EXTERNO</b></p>	<p><b>F1:</b> Existencia de limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C que cumple con los requerimientos del mercado de Chile</p> <p><b>F2:</b> La empresa objetivo tiene la capacidad de producir limón sutil durante todo el año</p> <p><b>F3:</b> Adecuado nivel de calidad para el cultivo del cítrico</p> <p><b>F4:</b> El tamaño del mercado es favorable para la empresa objetivo</p>	<p><b>D1:</b> Unidades de transporte indeterminadas para el despacho de su producto hacia puerto de envío hacia su destino correspondiente</p> <p><b>D2:</b> Bajo nivel de producción en campañas en la empresa objetivo</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<p><b>O1:</b> Existencia de eventos que fomentan la producción o rendimiento del producto</p> <p><b>O2:</b> Buenas relaciones con distribuidores o mayoristas en el mercado nacional, que promueve los diferentes usos del limón sutil</p> <p><b>O3:</b> Buena valoración del limón sutil de la empresa objetivo hacia el mercado de Chile</p> <p><b>O4:</b> Alta demanda de limón sutil en el mercado de Chile y existencia de Tratados que benefician la exportación</p>	<p style="text-align: center;"><b>F1 y O4</b></p> <p>Incrementar el volumen de exportación indirecta de limón sutil hacia el mercado de Chile.</p>	<p style="text-align: center;"><b>D2 y O1</b></p> <p>Asociatividad con productores o agricultores para aumentar la capacidad de producción de la empresa objetivo.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<p><b>A1.</b> Cercanía geográfica de Colombia hacia Chile, siendo éste el primer productor de limón sutil</p> <p><b>A2.</b> Alta participación de Colombia en las importación de limón sutil de Chile, durante primavera</p>	<p style="text-align: center;"><b>F2 y A2</b></p> <p>Desarrollar una táctica competitiva como productores contraestacionarios.</p>	<p style="text-align: center;"><b>D2 y A2</b></p> <p>Incremento de la publicidad enfatizando las características diferenciadoras del limón sutil de la empresa objetivo.</p>

## **5. Análisis del entorno competitivo**

### **Rivalidad existente:**

En este sector la rivalidad es excepcional porque la empresa Don Packing S.A.C tiene 7 empresas de competencia que exportan limón sutil al mercado de Chile. De hecho estas empresas cuentan con la capacidad de producción, sin embargo Don Packing S.A.C resalta porque es una planta de alto prestigio y es diferenciado por su buena calidad de limón, ya sea a su porcentaje de calibre.

### **Amenaza de productos sustitutos:**

#### **Sustitutos en el mercado de consumo**

- **El limón Tahití**

También llamado limón persa o limón sin semillas, hoy en día es el mayor competidor del limón sutil, en Perú se exporta casi un 90% de limón persa y sólo un 10% de limón sutil, a pesar de que el limón sutiles el más producido en Perú.

- **El limón Amarillo**

El sustituto más importante del limón sutil y del Tahití es el limón amarillo, el país de Argentina es el principal productor de limón amarillo, con un crecimiento firme en las exportaciones.

### **Amenaza de entrada de nuevos competidores:**

Actualmente los países competidores en la región son Brasil, para el mercado europeo, y México, para el mercado de Estados Unidos. Les siguen en importancia Guatemala, Colombia, El Salvador, Honduras, Venezuela, Ecuador y República Dominicana (en Estados Unidos); España, Italia, Egipto e Israel (en el continente europeo) y Kenya (en África).

**Poder de negociación de proveedores:**

Aquí se encuentran los pequeños agricultores de limón en sus diversas variedades, los cuales venden directamente a las empresas exportadoras o mediante intermediarios, los cuales hacen llegar el producto a la empresa, teniendo estos un margen de ganancia diferente a lo de los agricultores, debido a que a ellos aceptan el precio en campo.

**Poder de negociación de clientes:**

Se puede decir que el poder de negociación de los clientes si existe, debido a que los mercados internacionales fijan sus precios de acuerdo a los requisitos, ya sea en calidad y volúmenes.

**6. Mercado meta**

El mercado meta elegido es el mercado de Santiago de Chile, este último tiene 7, 314,176 habitantes.

### 7. Estrategias de marketing

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	DESCRIPCIÓN	TÁCTICAS	PROGRAMA	CRONOGRAMA						RESPONSABLE	COSTO	VIABILIDAD	MECANISMO DE CONTROL						
					Dic		Ene		Feb						Mar		Abr		May	
					1	2	1	2	1	2					1	2	1	2	1	2
Identificar factores internos y externos de la empresa Don Packing S.A.C que favorezca la exportación de limón sutil a la provincia de Santiago de Chile.	<b>Estrategia FO: Incrementar el volumen de comercialización</b>	La estrategia de incrementar el volumen de exportación es muy importante para poder cubrir la demanda que existe en el mercado internacional, cumpliendo con todos los requisitos exigidos por el mercado además de poder lograr un producto que sea apto para la exportación.	Fomentar el cultivo del limón sutil en la empresa Don Packing S.A.C a través de charlas.	Motivación a los agricultores para llevar a cabo el sembrado del producto.										Gerente general y encargado de calidad	S/. 800.00	Implementar la estrategia de incrementar el volumen de producción es viable debido a que las empresas cuentan con los suficientes recursos económicos y humanos para poder realizarla, además al implementar esta estrategia se tendrán grandes beneficios en cuanto a la nueva cantidad de producto en la región cumpliendo con la demanda del mercado internacional.	Aumento de la producción			
				Tener 60 hectáreas por parte de los agricultores													S/. 100.00	Aumento de cultivos en la región		
				Siembra de cultivo													S/. 3,335.00	Cumplimiento con la demanda internacional		

<p>Especificar las actividades de cada responsable de marketing para que han de servir para lograr una exportación exitosa.</p>	<p><b>Estrategia FA: Desarrollar una estrategia competitiva como productores</b></p>	<p>La estrategia más segura es ser contra estacionarios en la oferta ante el principal proveedor como es Colombia, programando cosechas para poder abastecer el mercado norteamericano entre febrero y abril. Dado que la fluctuación del precio es bastante alta, debido a la sobre oferta de este grande productor mundial de limón Tahití durante casi todo el año. Por ello es necesario que agricultores y empresas exportadoras trabajen de la mano para lograr cosecha en meses de poca oferta por parte de México.</p>	<p>Estar atento a posibles cambios en los mercados internacionales.</p>	<p>Conocer el periodo de cosecha de la competencia</p>							<p>Ingenieros encargados de calidad y exportación internacional.</p>	<p>S/. 800.00</p>	<p>Implementar la estrategia de ser contraestacionarios es viable debido a que la empresa cuenta con los suficientes recursos económicos y humanos para poder realizarla, además al implementar esta estrategia se tendrán grandes beneficios en cuanto al valor del producto en el mercado internacional, debido a que se entrará en fechas de baja producción por parte del proveedor principal para Chile, como lo es Reino Unido, logrando un mayor precio y obteniendo mejor rentabilidad para las empresas exportadoras.</p>	<p>Productos de buena calidad</p>
---	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	-------------------	--	-----------------------------------

				Preparar los cultivos para la época en que se quiera cosechar								S/. 1,000.00		Producción optima en fechas establecidas
				Tener claras las fechas de entrega								S/. 1,500.00		Envíos en fechas indicadas

Analizar las estrategias de exportación para el limón sutil.	<b>Estrategia DO: Asociatividad con productores de limón para aumentar la capacidad de producción</b>	El abastecimiento de nuevos mercados, con exigencias de calidad, entrega oportuna y embalajes, supone aplicar más conocimientos, información y tecnología, lo cual abre paso a procesos más complejos. Por ello, consolidar cadenas productivas para alcanzar los mercados meta y fortalecer la Asociatividad en la región Piura es fundamental para su éxito. De acuerdo a esto se debe hacer un	Fomentar las buenas relaciones con los agricultores	Organizar eventos locales con expositores internacionales expertos en el tema de siembra, cosecha, y exportación de limón						Gerente general de la empresa objetivo y de las empresas exportadoras, junto con los encargados o responsables de calidad.	S/. 100.00	Implementar la estrategia de asociación con los agricultores es viable debido a que las empresas cuentan con el potencial para incursionar, además que cada una de las empresas exportadoras cuentan con los recursos necesarios para ya sean financieros y humanos para el desarrollo de la misma. Por otro lado al implementar esta estrategia se tendrán buenos resultados debido a que incrementarán los números de cultivos de limón.	Número de sembríos en la región
			Tener más hectáreas de cultivo de limón	Capacitar a trabajadores y asociados mediante charlas en el tema de cultivos de cítricos							S/. 600.00		Número de asociados (agricultores)

		compromiso especialmente por las empresas exportadoras, para que desarrollen eventos juntos con los agricultores en donde se les exponga el nuevo negocio agrícola, atrayéndolos a que incursionen en el mismo y poder lograr el siembro de más hectáreas de este cultivo como es el limón Tahití para llegar al mercado objetivo con un volumen adecuado de exportación.		Asociar a los agricultores para que incursionen en el sembrío del limón Tahití.								S/. 5,000.00			
			Abastecer al mercado objetivo	Supervisar y monitorear los nuevos cultivos								S/. 5,000.00			Inspecciones de campo



<p>Detallar el coste y la posibilidad de cada una de las estrategias de exportación para lograr el éxito.</p>	<p><b>Estrategia DA: Aumento de la publicidad enfatizando las características diferenciadoras del limón sutil</b></p>	<p>Es complejo y arriesgado otorgar una estrategia de promoción para la comercialización de la lima Tahití de parte del exportador pues tiene comportamiento de un producto commodity. Pero para este tipo de producto se realizara un tipo de promoción de empuje la cual está dirigida a la distribuidora (as).</p>	<p>Dar a conocer las características del producto a través de catálogos dirigidos a las distribuidoras así, como también grabar videos en donde se vea la calidad del producto ya sea en cosecha como en la comercialización para mostrar al consumidor mediante los medios publicitarios</p>	<p>Grabar videos en parcelas y en los procesos para mostrar la calidad del producto.</p>					<p>Gerente general de la empresa objetivo y de las empresas exportadoras, junto con los encargados o responsables de calidad.</p>	<p>Implementar la estrategia de asociación con los agricultores es viable debido a que las empresas cuentan con el potencial para incursionar, además que cada una de la empresas exportadoras cuentan con los recursos necesarios para ya sean financieros y humanos para el desarrollo de la misma. Por otro lado al implementar esta estrategia se tendrán buenos resultados debido a que incrementarán los números de cultivos de limón.</p>	<p>Número de sembríos en la región</p>				
					<p>Diseñar catálogos para los clientes</p>									<p>S/. 500.00</p>	<p>Número de asociados (agricultores)</p>
					<p>Envío de archivos</p>									<p>S/. 1,200.00</p>	<p>Inspecciones de campo</p>
										<p>S/. 0.00</p>					

### Presupuesto para una hectárea de cultivo de limón sutil

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTOS
Siembra				330
Plantones	Unidad	300	1	300
Tutores	Unidad	300	0.1	30
mano de obra	jornales	15	4	60
riego tecnificado				2636
Maquinaria				184
tractor gradeo	Horas	8	20	160
Fumigadoras	Horas	12	2	24
asistente técnica		1	125	125
inversión por hectárea				3,335

**Tabla 7. Presupuesto total para la propuesta**

N°	NOMBRE	TOTAL
1	Incrementar el volumen de comercialización	S/. 4,235.00
2	Desarrollar una estrategia competitiva como productores	S/. 3,300.00
3	Asociatividad con productores de limón para aumentar la capacidad de producción	S/. 10,700.00
4	Aumento de la publicidad enfatizando las características diferenciadoras del limón sutil	S/. 1,700.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/. 19,935.00</b>

**Análisis de ingresos y egresos de la empresa Don Packing S.A.C****Tabla 8. Ingresos de la empresa Don Packing S.A.C**

INGRESOS			
	Precio/T	T/mensuales	Total
Venta de Limón Sutil	S/. 1,500.00	3000	S/. 4,500,000.00
<b>Total Anual</b>			<b>S/. 54,000,000.00</b>

Fuente: Información de la empresa Don Packing S.A.C. – Elaboración propia

**Tabla 9. Egresos de la empresa Don Packing S.A.C**

EGRESOS		
	Mensuales	Anuales
Planillas	S/. 50,000.00	S/. 700,000.00
Costo de transporte de limón	S/. 186,860.00	S/. 2,242,320.00
Mantenimiento, reparaciones y otros insumos	S/. 35,000.00	S/. 420,000.00
Servis	S/. 520,890.00	S/. 6,250,680.00
Combustible	S/. 100,000.00	S/. 1,200,000.00
Alimento	S/. 13,000.00	S/. 156,000.00
Instrumento de seguridad		S/. 17,000.00
Servicios basicos	S/. 16,000.00	S/. 192,000.00
<b>Total</b>	<b>S/. 921,750.00</b>	<b>S/. 11,178,000.00</b>

Fuente: Información de la empresa Don Packing S.A.C. – Elaboración propia

**Tabla 10. Relación Beneficio – Costo**

DATOS	
Ingresos 2015	S/. 54,000,000.00
Egresos 2015	S/. 11,178,000.00
Inversión en propuesta	S/. 19,935.00
Egresos 2015 + Inversión propuesta	S/. 11,197,935.00

Fuente: Información de la empresa Don Packing S.A.C. – Elaboración propia

**CRECIMIENTO ESPERADO AL 2017**

**Tabla 11. Ingresos y Egresos de los años 2014, 2015, 2016 y 2017.**

<b>AÑO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Ingresos</b>	S/. 49,140,000.00	S/. 54,000,000.00	S/. 59,130,000.00	S/. 65,043,000.00
<b>Egresos</b>	S/. 11,605,762.32	S/. 11,178,000.00	S/. 12,346,246.23	S/. 12,842,723.85
<b>I. Netos</b>	S/. 37,534,237.68	S/. 42,822,000.00	S/. 46,783,753.77	S/. 52,200,276.15

Fuente: Información de la empresa Don Packing S.A.C. – Elaboración propia

En lo que va del año 2015 se obtuvo un incremento del 8 % en los ingresos respecto al año anterior. Así mismo los egresos ascienden a S/.12,197,935.00 porque se está tomando en cuenta la inversión de la propuesta. En el año 2017 se espera un crecimiento del 10%, por esta razón es que los ingresos aumentan a S/.65,043,000.00. En los egresos del mismo año se está considerando la inversión propuesta para dos semestres, es así que se obtiene una ganancia de S/.52,200,276.15 que representa la ganancia obtenida en el año 2017. Es así que se confirma que la inversión en estrategias de Relacionamiento Comunitario para mejorar la relación entre empresa y comunidad de la misma forma que la empresa sea socialmente responsable si es rentable.

**Tabla 12. Relación Costo - Beneficio**

Relación C/B	S/. 65,043,000.00
	S/. 12,842,723.85
<b>Total</b>	<b>5.06</b>

Fuente: Información de la empresa Don Packing S.A.C. – Elaboración propia

La inversión del proyecto es aceptable si el valor de la relación Costo/Beneficio es mayor o igual que 1.0. Al obtener un valor de 5.06 significa que la inversión se recuperara satisfactoriamente después de haber sido evaluada a una tasa determinada, y quiere decir que el proyecto es viable.

## V. CONCLUSIONES

1. El potencial de exportación del limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C se basa en el tamaño del mercado, requerimientos de exportación y la capacidad de producción exportable que la empresa objetivo cumple para realizar la exportación hacia el mercado chileno. Por otro lado los insumos que utilizan las empresas competidoras para el cultivo del limón son de origen primordial, contando con un alto nivel de tecnología para el riego y la poda de las plantas, por ello que la capacidad de producción es alta debido a estos factores importantes.
2. El sistema de comercialización de las empresas exportadoras en cuanto a la cantidad de intermediarios se establece en uno a dos intermediarios para realizar las funciones de distribución, los cuales son los más apropiados para un plan de negocio. Asimismo el tipo de intermediarios para la empresa Don Packing radica en mayoristas, ya que es el indicado para generar mayores ingresos.
3. Existe demanda de limón sutil de las empresas exportadoras de competencia en el mercado chileno. La cantidad importada en el año 2015 es de 2, 898,778 toneladas, por otro lado existe un déficit en el saldo comercial valorizada en - 602, 000,000 miles de dólares, además el mercado chileno representa el 0.025% de las importaciones mundiales del limón sutil.
4. La situación actual de la empresa objetivo cumple con las características esenciales para ofrecer un producto de calidad hacia el mercado de Chile, asimismo esta empresa cumple con los estándares de calidad, ya sea los requisitos, en este caso tiene las certificaciones adecuadas.
5. Las estrategias propuestas para la incursión del limón sutil exitosa al mercado chileno: la empresa don packing S.A.C, se ha determinado que proponer estrategias de exportación para el limón sutil permitirán guiar la comercialización de una manera más segura para la empresa debido a que estas tácticas contribuirán a prever ante cualquier riesgo durante y después de la exportación.

## VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a la empresa objetivo considerar el potencial de exportación que se han evaluado en esta investigación sobre el limón sutil un factor importante , para generar una exportación exitosa, asimismo realizar una serie de eventos o charlas para los agricultores donde les permita informar acerca de este cítrico y así puedan tener una mayor producción en sus respectivas parcelas, además la empresa Don Packing obtendrá una mayor producción favorable, donde radica mayores ingresos por la calidad del producto por un potencial de exportación.
2. La empresa Don Packing S.A.C debe crear un plan de negocio integrado y coordinado con los intermediarios cuyo enfoque esté dirigido al sistema de comercialización en beneficio a los mayoristas, indicador importante, lo cual permite saber de manera más efectiva la cantidad de intermediarios.
3. La empresa objetivo deberá realizar otros estudios de mercado para buscar una mayor internacionalización del producto y así prevenir posibles dificultades de ventas hacia el mercado chileno.
4. Para generar una oferta de la empresa Don Packing S.A.C debe fomentar el compromiso de los productores para incrementar la producción de este producto cítrico en este caso del limón sutil, además la empresa objetivo ofrecerá un máximo volumen del producto, y así poder generar más mercados por su calidad y así llegar al éxito hacia este mercado, en este caso que es el mercado chileno.
5. Para proponer estrategias de exportación para el limón sutil de la Empresa Don Packing S.A.C - Tambogrande hacia el mercado de Chile, se recomienda que deben ser tomadas las estrategias implementadas en la investigación para lograr una exportación exitosa.

## VII. REFERENCIAS

- ABC del Comercio Exterior – Guía de Capacidades Gerenciales – Mincetur.
- Andrade, S. (2005). Diccionario de Economía, Tercera Edición. Editorial Andrade.
- Angelelli, P., & Moori, V. (2001). Las pymes exportadoras argentinas exitosas: hacia la construcción de ventajas competitivas. Obtenidas de FUNDES.
- Baca, G. (2001). Evaluación de proyectos. México : editorial McGraww- Hill.
- Baires Bou, F, Magaña Sandoval, M & Paz Fuentes, J. (2006). Estudio de factibilidad para el cultivo del limón pérsico como alternativa de diversificación agrícola en la zona del Municipio de Santiago Texacuangos, departamento de San Salvador. (Tesis para optar al grado licenciatura en Administración de Empresas). Facultad de Economía “Dr. Santiago I. Barberena”, Universidad DR. JOSÉ MATÍAS DELGADO”. Recuperado de: <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECAVIRTUAL/TESIS/01/AEM/ADBE0000308.pdf>
- Briceño, J. (2009). Diseño y formulación de estrategias en la exportación de mango como medidas de previsión para afrontar la crisis de la campaña 2009- 2010 en la empresa Nor Agro Perú S.A. obtenido de la Universidad Cesar Vallejo- Piura
- Chávez, R. & Juscamaita, M. (2013). Estudio de Pre-factibilidad para la exportación de cacao en grano tostado al mercado Estadounidense. (Tesis para obtener el Título de Ingeniero Industrial). Facultad de Ciencias e Ingeniería, Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/4563>
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2007). Internacional business. Obtenido de Pearson. Educación.
- Gallo, M. & López, A. (2004). El cultivo del limón sutil en el departamento de Piura. Estudio de caso: Agro-exportación de limón sutil a los Estados Unidos. (Tesis para optar el título de Economista & Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas). Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Piura. Recuperado de: <http://pirhua.udep.edu.pe/handle/123456789/1317>

García Gloria (2012). Estrategias de internacionalización de la empresa. Como realizar negocios internacionales.

Llumiquinga Suntaxi, J. (2010). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de limón Tahití, ubicada en la Provincia de Pichincha, sector Valle de los Chillos, Barrio Fajardo. (Tesis previa la obtención del Título de Ingeniero Comercial). Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito. Recuperado de: <http://dspace.edu.ec/handle/123456789/4512>

Roblero Galvez, O. (2008). La exportación de limón persa y la situación del sector agrícola en México. (Tesis para obtener el título de Licenciado en Comercio Internacional). Escuela Superior de Comercio y Administración, Instituto Politécnico Nacional. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/123456789/1656>

Ruiz García, E. (2009). Determinación de la oferta exportable de banano orgánico desde el departamento de Piura hacia Europa para el año 2010. (Tesis para obtener el Título de Licenciado en Administración). Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad César Vallejo.

SIICEX (2014) Guía de mercados de Chile. Servicios al exportador. Promperú.

Uribe, C. (2010). Estudio de pre- factibilidad de industrialización y exportación de uva al mercado de Estados Unidos. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/544>


Valenzuela Tipián, P. & Terán Guzmán K. (2013). Estudio de pre-factibilidad de producción y exportación de conservas de papa a China y España. (Tesis para optar el Título de Ingeniero Industrial). Facultad de Ciencias e Ingeniería, Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de: <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/4956>



## VIII. ANEXOS

## Anexo 1. Instrumentos de recolección de datos

## Anexo 1 A. Cuestionario aplicado a los responsables de las exportaciones en las empresas exportadoras de la competencia

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN		N° de cuestionario:.....
 <b>UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</b>		
<p>Reciba usted el cordial saludo, soy estudiante de la Universidad César Vallejo, quien realiza esta investigación con la finalidad de definir estrategias de exportación para el limón sutil de la Empresa Don Packing S.A.C. Tambogrande hacia el mercado de Chile, año 2016, en donde es necesario la aplicación de una cuestionario, que está destinado a recabar información necesaria que servirá de soporte a esta investigación. Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una (x) su respuesta:</p>		
<p><b>1.- ¿Cree usted que el Tamaño del mercado es importante para las empresas exportadoras de limón?</b></p> <p>a) Totalmente de acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) De acuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) En desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Totalmente en desacuerdo..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>2.- ¿Qué calibre tiene el limón sutil que se exporta?</b></p> <p>a) 34-36 mm..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) 37-39mm..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) 40-42mm..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) 43-45mm..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) 45-a más mm..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>3.- ¿Qué requisitos exige el mercado para el ingreso del producto?</b></p> <p>a) Certificaciones..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) Controles de calidad..... <input type="checkbox"/></p> <p>a) Órdenes de comercialización..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) Marcado y etiquetado..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) otros..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>4.- ¿Cuáles son sus volúmenes de exportación por campaña?</b></p> <p>a) 10-19 toneladas..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) 20-29 toneladas..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) 30-39 toneladas..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) 40-49 toneladas..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) 50 a más toneladas..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>5.- ¿De qué manera comercializa el producto al mercado de Chile?</b></p> <p>a) Entero..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) Aceite..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Cáscara..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) Jugos..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Otros..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>6.- ¿Qué mecanismos de control de calidad emplea para que la producción alcance un nivel óptimo?</b></p> <p>a) Inspecciones..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) Control de la materia prima..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Pruebas..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>13.- ¿Cuánto es el costo de flete por tonelada de limón sutil exportado a Chile?</b></p>	<p><b>7.- ¿Qué tipos de insumos utiliza para el limón sutil?</b></p> <p>a) Compost..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) Nitrato de amonio..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Abono orgánico..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) Biol..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Otros..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>8.- ¿Qué tipo de riego tecnificado usa para su producción del limón?</b></p> <p>a) Sistema de riego por aspersión..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) Sistema de riego exudación..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Sistema de riego por goteo..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) Sistema de riego por micro aspersión..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Sistema de riego por gravedad..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>9.- ¿Cuál es el nivel de calidad disponible de los insumos?</b></p> <p>a) Alto..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) medio..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Bajo..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>10.- ¿Cuál es el rendimiento máximo que han alcanzado las tierras de cultivo por hectárea?</b></p> <p>a) 1750kg-3500kg..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) 3500kg-7000kg..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) 7000kg-14000kg..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) 14000kg-15750kg..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) 15750kg-a más kg..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>11.- ¿Cuál es la cantidad de intermediarios que intervienen al momento de exportar el limón?</b></p> <p>a) 1-2 intermediarios..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) 3-4 intermediarios..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) 5-6 intermediarios..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) 7-8 intermediarios..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) 9-10 intermediarios..... <input type="checkbox"/></p> <p><b>12.- ¿Qué tipos de intermediarios presentan al momento de exportar el producto?</b></p> <p>a) Mayoristas..... <input type="checkbox"/></p> <p>b) Minoristas..... <input type="checkbox"/></p> <p>c) Agentes comerciales..... <input type="checkbox"/></p> <p>d) Comisionistas..... <input type="checkbox"/></p> <p>e) Corredores..... <input type="checkbox"/></p>	

a) S/.5000-S/.9000.....	<input type="checkbox"/>	<b>19.- ¿Qué medios de transporte emplea la empresa para el traslado del limón desde planta hasta el puerto?</b>	
b) S/.10000-S/.14000.....	<input type="checkbox"/>	a) Camión.....	<input type="checkbox"/>
c) S/.15000-S/.29000.....	<input type="checkbox"/>	b) Trailer.....	<input type="checkbox"/>
d) S/.30000-S/.34000.....	<input type="checkbox"/>	c) Container.....	<input type="checkbox"/>
e) S/.35000-S/.39000.....	<input type="checkbox"/>	<b>20.- ¿Cómo envían sus productos hacia el mercado de Chile?</b>	
<b>14.- ¿A qué segmentos de mercado está dirigido el producto?</b>		a) Por vía aérea.....	<input type="checkbox"/>
a) Demográfico.....	<input type="checkbox"/>	b) Por vía terrestre.....	<input type="checkbox"/>
b) Geográfico.....	<input type="checkbox"/>	c) Por vía marítimo.....	<input type="checkbox"/>
c) Psicográfico.....	<input type="checkbox"/>	<b>21.- ¿Considera que es necesario el cumplimiento de las certificaciones para la comercialización de sus productos?</b>	
d) Comportamiento.....	<input type="checkbox"/>	a) Totalmente de acuerdo.....	<input type="checkbox"/>
<b>15.- ¿Cuáles son las barreras de ingreso al mercado?</b>		b) De acuerdo.....	<input type="checkbox"/>
a) licencias.....	<input type="checkbox"/>	c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo.....	<input type="checkbox"/>
b) Cuotas.....	<input type="checkbox"/>	d) En desacuerdo.....	<input type="checkbox"/>
c) Pago de aranceles.....	<input type="checkbox"/>	e) Totalmente en desacuerdo.....	<input type="checkbox"/>
<b>16.- ¿Qué tipo de barreras de ingreso se utiliza el mercado de Chile para su producto?</b>		<b>22.- ¿Cuan frecuente se presentan problemas al momento de comercializar el limón hacia el mercado de Chile?</b>	
a) Arancelarias.....	<input type="checkbox"/>	a) Mucho.....	<input type="checkbox"/>
b) No arancelarias.....	<input type="checkbox"/>	b) Nada.....	<input type="checkbox"/>
<b>17.- ¿Considera que las plaguicidas del producto ocasionan pérdidas para las empresas exportadoras de limón sutil?</b>		c) Poco.....	<input type="checkbox"/>
a) Totalmente de acuerdo.....	<input type="checkbox"/>	<b>23.- ¿Considera que son importantes los requisitos para la exportación del limón hacia el mercado de Chile?</b>	
b) De acuerdo.....	<input type="checkbox"/>	a) Totalmente de acuerdo.....	<input type="checkbox"/>
c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo.....	<input type="checkbox"/>	b) De acuerdo.....	<input type="checkbox"/>
d) En desacuerdo.....	<input type="checkbox"/>	c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo.....	<input type="checkbox"/>
e) Totalmente en desacuerdo.....	<input type="checkbox"/>	d) En desacuerdo.....	<input type="checkbox"/>
<b>18.- ¿Considera que son importantes evaluar las características del mercado?</b>		e) Totalmente en desacuerdo.....	<input type="checkbox"/>
a) Totalmente de acuerdo.....	<input type="checkbox"/>		
b) De acuerdo.....	<input type="checkbox"/>		
c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo.....	<input type="checkbox"/>		
d) En desacuerdo.....	<input type="checkbox"/>		
e) Totalmente en desacuerdo.....	<input type="checkbox"/>		

MUCHAS GRACIAS

**DATOS GENERALES**

1. Edad:	20 - 25 años	25 – 30 años	30 – 35 años	40 – 45 años	45 --50
2. Sexo:	Femenino	Masculino			
3. Cargo:	Gerente de planta	Responsable de marketing	Administrador		
4. Años de experiencia en la agro exportación:	5 – 10 años	10 – 15 años	15 – 20 años	20 – 25 años	
5. Años de experiencia en la agro exportación de limón sutil:	5 – 10 años	10 – 15 años	15 – 20 años		
6. Grado de instrucción:	Primaria completa	Secundaria completa	Estudios superiores		

## Anexo 1 B. Cuestionario aplicado al responsable de las exportaciones en la empresa Don Packing SAC

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

N° de cuestionario:.....



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Estimado gerente de marketing de la Empresa Don Packing, su colaboración es esencial e insustituible, por lo que se le agradece, complete todo el cuestionario de carácter confidencial.

Este cuestionario está designado a recabar información necesaria que servirá de soporte a la investigación que se realiza "Estrategias de Exportación para el limón sutil de la Empresa Don Packing S.A.C Tambogrande, año 2016". Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con una (x) su respuesta:

**1.- ¿Cree usted que las empresas exportadoras de limón sutil deben utilizar estrategias de exportación para el éxito de su producto?**

- a) Totalmente de acuerdo.....
- b) De acuerdo.....
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo.....
- d) En desacuerdo.....
- e) Totalmente en desacuerdo.....

**2.- ¿Considera importante determinar el tamaño de mercado para realizar un plan de negocio?**

- a) Totalmente de acuerdo.....
- b) De acuerdo.....
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo.....
- d) En desacuerdo.....
- e) Totalmente en desacuerdo.....

**3.- ¿Estiman el tamaño del mercado?**

- a) Si.....
- b) No.....

**4.- ¿Cuál es el nivel de conocimiento que poseen los clientes al momento de requerir el producto?**

- a) Alto.....
- b) Medio.....
- c) Bajo.....

**5.- ¿Qué requisitos exige el mercado internacional para el ingreso del limón sutil?**

- a) Certificaciones.....
- b) Controles de calidad.....
- c) Regulaciones sanitarias y fitosanitarias.....
- d) Normas técnicas.....
- e) Otros (especificar).....

**6.- ¿Considera que los requisitos solicitados, contribuyen a ofrecer un mejor producto?**

- a) Si.....
- b) No.....

**7.- ¿Considera usted que los intermediarios juegan un papel importante en el mercado?**

- a) Totalmente de acuerdo.....
- b) De acuerdo.....
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo.....
- d) En desacuerdo.....
- e) Totalmente en desacuerdo.....

**8.- ¿Qué tipos de intermediarios firman contratos para la exportación del limón sutil?**

- a) Mayoristas.....
- b) Minoristas.....
- c) Agentes comerciales.....
- d) Comisiones.....
- e) Corredores.....

**9.- ¿Qué tipos de funciones realizan los intermediarios?**

- a) Compra.....
- b) Venta.....
- c) Segmentación.....
- d) Almacenamiento.....
- e) Financiamiento.....

**10.- ¿Considera usted que es importante evaluar los costos de fletes por tonelada antes de exportar el producto?**

- a) Totalmente de acuerdo.....
- b) De acuerdo.....
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo.....
- d) En desacuerdo.....
- e) Totalmente en desacuerdo.....

**11.- ¿Emplea algún tipo de riego tecnificado?**

- a) Si.....
- b) No.....

**12.- ¿Considera que el porcentaje de acidez del limón sutil es el indicado para exportarlo?**

- a) Totalmente de acuerdo.....
- b) De acuerdo.....
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo.....
- d) En desacuerdo.....
- e) Totalmente en desacuerdo.....

**13.- ¿Cuentan con la capacidad de producción suficiente para exportar el limón sutil hacia el mercado de Chile?**

- a) Si.....
- b) No.....

**14.- ¿Cuál es el nivel de calidad disponible del producto?**

- a) Alto.....
- b) Medio.....
- c) Bajo.....

**15.- ¿Qué tipo de riego tecnificado emplea?**

- a) Sistema de riego por aspersión.....
- b) Sistema de riego exudación.....
- c) Sistema de riego por goteo.....
- d) Sistema de riego por micro aspersión.....
- e) Sistema de riego por gravedad.....

**16.- ¿Considera usted que es importantes los insumos para el cultivo del limón?**

- a) Totalmente de acuerdo.....
- b) De acuerdo.....
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo.....
- d) En desacuerdo.....
- e) Totalmente en desacuerdo.....

**17.- ¿Qué tipo de herramientas utiliza para realizar la poda?**

- a) Tijera manuable.....
- b) Tijeras telescópicas.....
- c) Podón.....
- d) Motosierra.....
- e) Otros.....

**MUCHAS GRACIAS**

**DATOS GENERALES**

1. Edad:                      20 - 25 años              25 – 30 años              30 – 35 años              40 – 45 años              45 --50
2. Sexo:                      Femenino                      Masculino
3. Cargo:                      Gerente de planta              Responsable de marketing              Administrador
4. Años de experiencia en la agro exportación:      5 – 10 años              10 – 15 años              15 – 20 años              20 – 25 años
5. Años de experiencia en la agro exportación de limón sutil:      5 – 10 años              10 – 15 años              15 – 20 años

Grado de instrucción:              Primaria completa              Secundaria completa              Estudios superiores

**Anexo 1C. Guía de entrevista a los responsables de marketing, de las empresas exportadoras de competencia de limón sutil hacia el mercado de Chile.**



**Fecha:**

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO – FILIAL PIURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Aplicado a:**

**Cargo:**

**Empresa:**

**PREGUNTAS:**

1. ¿Cuántos años tiene la empresa produciendo limón sutil?
2. ¿Qué tipo de empresas le compran limón sutil?
3. ¿Cuáles son los usos que le dan al limón sutil que la empresa comercializa hacia el mercado de Chile?
4. ¿Cuenta con certificaciones para la comercialización de sus productos?
5. ¿Qué oportunidades considera que existen para exportar limón sutil hacia el mercado de Chile?
6. ¿Por qué usted ha orientado su producción al limón sutil y no a otras variedades?
7. ¿Cuáles son las políticas y estrategias que posee la empresa, para incentivar el cultivo del limón sutil?
8. ¿Qué problemas se han presentado para comercializar limón hacia el mercado de Chile?
9. ¿Por qué razones considera que existe demanda para el limón sutil?
10. ¿Cuál es la forma como realizan los pedidos los clientes?
11. ¿Qué cantidad de producción obtiene usted por campaña?
12. ¿Qué medios de transporte emplea la empresa para el traslado del limón sutil desde el campo hasta el puerto? ¿Son propios? ¿Cuántas unidades tiene disponible? ¿Cuánto carga máximo por día?
13. ¿Qué cantidad de producto requiere los establecimientos comerciales de Chile?
14. ¿Quiénes son sus principales ofertantes de su producto?
15. ¿Qué tipos de intermediarios intervienen al momento de exportar el producto al mercado chileno?
16. ¿Cuánto es el costo de fletes por tonelada exportado al mercado de Chile?
17. ¿Cuáles son los volúmenes que demanda del mercado de Chile para su producto?
18. ¿De qué manera establecen el volumen a exportar?
19. ¿Cuáles son las cantidades que usted oferta al mercado?
20. ¿A parte de su empresa cree usted que hay otras empresas que llevan su producto a otros mercados?



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO – FILIAL PIURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
Anexo 1D. Guía de análisis documental**

**Dimensión: Demanda**

**Indicadores comerciales de las importaciones en el mercado chileno**

**Volumen del limón sutil**

1. Valor importado 2015 (miles de dólares)	
2. Exportaciones de limón sutil hacia el mundo (miles de USD)	
3. Saldo comercial 2013 - 2015 (Toneladas métricas)	
4. Cantidad importada 2011 - 2015 (Toneladas)	

**Tasa de crecimiento de las importaciones de limón sutil en el mercado chileno**

5. Participación de Chile en las importaciones mundiales (%)	
6. Participación de Chile en las exportaciones mundiales (%)	
7. Cantidad exportada 2011 – 2015 (Toneladas)	

**Precio de limón sutil en el mercado chileno**

8. Precio (Dólar/Kg) de las exportaciones chilenas (Lo que le pagan a Chile)	
9. Precio (Dólar/Kg) de las importaciones chilenas (Lo que paga Chile)	

FUENTE:	
---------	--

FECHA :	
HORA :	

## Anexo 2. Validación y Confiabilidad del Cuestionario



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, LOUIS ALBERTO SANDRIZ Pacheco con DNI N° 028850501 Magister en ECONOMIA  
 N° ANR: ....., de profesión ECONOMISTA  
 desempeñándome actualmente como DOCENTE  
 en UCV PURA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Entrevista y Cuestionario

Para la investigación titulada: "ESTRATEGIAS DE EXPORTACION PARA EL LIMON SUTIL DE LA EMPRESA DON PACKING S.A.C TAMBOGRANDE HACIA EL MERCADO DE CHILE, AÑO 2016"

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para los jefes de Planta de las empresas exportadoras de competencia	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad			✓		
3. Actualidad			✓		
4. Organización			✓		
5. Suficiencia			✓		
6. Intencionalidad			✓		
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología			✓		

**“ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN PARA EL LIMÓN SUTIL DE LA EMPRESA DON PACKING S.A.C  
TAMBOGRANDE HACIA EL MERCADO DE CHILE, AÑO 2016”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO PARA LOS JEFES DE PLANTA**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES	
		0	6	10	15	20	21	25	30	35	40	41	45	50	55	60	61	65	70	75	80	81	85	90	95	96		100
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	10	15	20	21	25	30	35	40	41	45	50	55	60	61	65	70	75	80	81	85	90	95	96	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			75								
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																		60									
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																		60									
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																		60									
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																		60									





Cuestionario Para el Gerente de la Empresa Don Packing S.A.C	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			✓		
2. Objetividad			✓		
3. Actualidad			✓		
4. Organización			✓		
5. Suficiencia			✓		
6. Intencionalidad			✓		
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología			✓		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 13 días del mes de setiembre del Dos mil Dieciséis.

Mgtr. : LUIS ALBERTO Sanchez Pacheco  
 DNI : 02880901  
 Especialidad : ECONOMIA  
 E-mail : lasamp@hotmail.com



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**“ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN PARA EL LIMÓN SUTIL DE LA EMPRESA DON PACKING S.A.C  
TAMBOGRANDE HACIA EL MERCADO DE CHILE, AÑO 2016”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO PARA EL GERENTE DON PACKING S.A.C**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																										
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																										
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																					60					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																					60					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																					60					



Guía de entrevista para los Responsables de Marketing	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización			✓		
5. Suficiencia			✓		
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia			✓		
8. Coherencia				✓	
9. Metodología			✓		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 13 días del mes de setiembre del Dos mil Dieciséis.

Mgtr. : Luis Alberto Sanchez Pacheco  
DNI : 02880901  
Especialidad : ECONOMIA  
E-mail : forcup@hotmail.com

**“ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN PARA EL LIMÓN SUTIL DE LA EMPRESA DON PACKING S.A.C  
TAMBOGRANDE HACIA EL MERCADO DE CHILE, AÑO 2016”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: GUÍA DE ENTREVISTA A LOS RESPONSABLES DE MARKETING DE LAS  
EMPRESAS EXPORTADORAS DE COMPETENCIA**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	25	30	35	40	45	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100				
ASPECTOS DE VALIDACION		5																									
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																										
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																										
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																										
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																										
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																										

6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																				80											
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																															
8. Coherencia	Tiene relación entre variables e indicadores																															
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																															

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 13 de diciembre de 2016.

Mgr.: Luis Alberto Sanchez Pacheco  
 DNI: 02880901  
 Teléfono: 969720064  
 E-mail: l2snp@hotmail.com



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Blanca Alvarez Luján con DNI N° 18135054 Magister en Administración, Doctora en Administración  
 N° ANR: \_\_\_\_\_, de profesión Licenciada en Marketing  
 desempeñándome actualmente como docente  
 en Universidad César Vallejo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Entrevista y Cuestionario

Para la investigación titulada: "ESTRATEGIAS DE EXPORTACION PARA EL LIMON SUTIL DE LA EMPRESA DON PACKING S.A.C TAMBOGRANDE HACIA EL MERCADO DE CHILE, AÑO 2016"

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario para los jefes de Planta de las empresas exportadoras de competencia	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			✓		
2. Objetividad			✓		
3. Actualidad			✓		
4. Organización			✓		
5. Suficiencia			✓		
6. Intencionalidad			✓		
7. Consistencia			✓		
8. Coherencia			✓		
9. Metodología			✓		



**“ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN PARA EL LIMÓN SUTIL DE LA EMPRESA DON PACKING S.A.C  
TAMBOGRANDE HACIA EL MERCADO DE CHILE, AÑO 2016”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO PARA LOS JEFES DE PLANTA**


Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	25	30	35	40	45	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100				
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	25	30	35	40	45	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100				
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado	5	10	15	20																						
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																										
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																										
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																										
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																										



6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																								
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																								
8. Coherencia	Tiene relación entre variables e indicadores																								
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																								


INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 15 de setiembre de 2016.

  
 Mgtr.: Blanca Alvarez  
 DNI: 18135054  
 Teléfono: 969564401  
 E-mail: dprimernivel@gmail.com

Questionario Para el Gerente de la Empresa Don Packing S.A.C	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			/		
2. Objetividad			/		
3. Actualidad			/		
4. Organización			/		
5. Suficiencia			/		
6. Intencionalidad			/		
7. Consistencia			/		
8. Coherencia			/		
9. Metodología			/		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 15 días del mes de setiembre del Dos mil Dieciséis.

  
 Mgtr. : Blanca Alvarez Lujan  
 DNI : 18135054  
 Especialidad : Licenciado en Marketing  
 E-mail : dprimernivel@gmail.com

**“ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN PARA EL LIMÓN SUTIL DE LA EMPRESA DON PACKING S.A.C  
TAMBOGRANDE HACIA EL MERCADO DE CHILE, AÑO 2016”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO PARA EL GERENTE DON PACKING S.A.C**


Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	10	15	20	21	25	30	35	40	41	45	50	55	60	61	65	70	75	80	81	85	90	95	100	
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	10	15	20	21	25	30	35	40	41	45	50	55	60	61	65	70	75	80	81	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																										
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																										
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																										
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																										
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																										



6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación	✓																					
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación	✓																					
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores	✓																					
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación	✓																					


INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 15 de setiembre de 2016.

Mgtr.:   
 DNI: 18133054  
 Teléfono: 969564401  
 E-mail: dpnmerivel@gmail.com

Guía de entrevista para los Responsables de Marketing	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			/		
2. Objetividad			/		
3. Actualidad			/		
4. Organización			/		
5. Suficiencia			/		
6. Intencionalidad			/		
7. Consistencia			/		
8. Coherencia			/		
9. Metodología			/		

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 15 días del mes de setiembre del Dos mil Dieciséis.

  
 Mgtr. : Blanca Alvarez Luján  
 DNI : 18135054  
 Especialidad : licenciada en Marketing  
 E-mail : dprimermivel@gmail.com

**“ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN PARA EL LIMÓN SUTIL DE LA EMPRESA DON PACKING S.A.C  
TAMBOGRANDE HACIA EL MERCADO DE CHILE, AÑO 2016”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: GUÍA DE ENTREVISTA A LOS RESPONSABLES DE MARKETING DE LAS  
EMPRESAS EXPORTADORAS DE COMPETENCIA**


Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100					
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100					
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																										
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																										
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																										
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																										
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																										



6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación	✓																					
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación	✓																					
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores	✓																					
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación	✓																					

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 15 de setiembre de 2016.

Mgtr.:  Blanca Alvarez Luján  
 DNI: 18135054  
 Teléfono: 969564401  
 E-mail: dprimernivel@gmail.com





**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Freddy Castillo Palacios con DNI N° 02842237 Doctor  
 en Ciencias Administrativas Magister  
 N° ANR: \_\_\_\_\_ de profesión lic. en Administración  
 desempeñándome actualmente como Docente de Investigación  
 en U. C. V. Pura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Entrevista y Cuestionario

Para la investigación titulada: "ESTRATEGIAS DE EXPORTACION PARA EL LIMON SUTIL DE LA EMPRESA DON PACKING S.A.C TAMBOGRANDE HACIA EL MERCADO DE CHILE, AÑO 2016"

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Questionario para los jefes de Planta de las empresas exportadoras de competencia	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					/
2. Objetividad					/
3. Actualidad					/
4. Organización					/
5. Suficiencia					/
6. Intencionalidad					/
7. Consistencia					/
8. Coherencia					/
9. Metodología					/

ACADEMIA DE CIENCIAS DEL PERU  
 Dr. Freddy Castillo Palacios  
 MIEMBRO TITULAR

**“ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN PARA EL LIMÓN SUTIL DE LA EMPRESA DON PACKING S.A.C  
TAMBOGRANDE HACIA EL MERCADO DE CHILE, AÑO 2016”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO PARA LOS JEFES DE PLANTA**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	25	30	35	40	45	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	95	96	100			
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	25	30	35	40	45	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100				
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado	5	10	15	20																			81			
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																							81			
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																							81			
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																							90			
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																							90			

  
 Dr. Freddy C. Salazar  
 MIEMBRO TITULAR

6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																				84				
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																					84			
8. Coherencia	Tiene relación entre variables e indicadores																					84			
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																					84			

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Plura, 16 de setiembre de 2016.



MGEL: Dr. Fredy William Castillo Palacios  
DNI: 02842257  
Teléfono: 969584019  
E-mail: fcastillo1973@hotmail.com

Questionario Para el Gerente de la Empresa Don Packing S.A.C	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					/
2. Objetividad					/
3. Actualidad					/
4. Organización					/
5. Suficiencia					/
6. Intencionalidad					/
7. Consistencia					/
8. Coherencia					/
9. Metodología					/

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 16 días del mes de setiembre del Dos mil Dieciséis.



ACADEMIA DE DOCTORES  
Dr. Freddy Castillo Palacios  
MIEMBRO TITULAR

Mgr. Dr. : Freddy William Castillo Palacios  
DNI : 02842237  
Especialidad : Lic. en Administración  
E-mail : fcastillo1973@hotmail.com

**“ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN PARA EL LIMÓN SUTIL DE LA EMPRESA DON PACKING S.A.C  
TAMBOGRANDE HACIA EL MERCADO DE CHILE, AÑO 2016”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO PARA EL GERENTE DON PACKING S.A.C**


Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	25	30	35	40	45	46	51	56	61	66	71	76	81	85	90	95	96	100			
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	25	30	35	40	45	46	51	56	61	66	71	76	81	85	90	95	96	100			
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado	5																							86		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																								86		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																								86		
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																								86		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																								86		




 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
 TAMBORANDE  
 TAMBORANDE

6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación	86																		
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación	86																		
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores	86																		
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación	86																		

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados

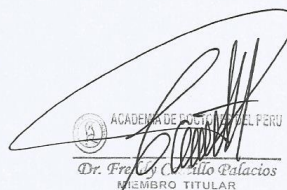

 OFICINA NACIONAL DE CALIDAD DEL PERU  
 D<sup>o</sup> Freddy William Castillo Palacios  
 MIEMBRO TITULAR

Mgtr.: Dr. Freddy William Castillo Palacios  
 DNI: 02842837  
 Teléfono: 969584019  
 E-mail: fcastillo1973@hotmail.com

Piura, 16 de setiembre de 2016.

Guía de entrevista para los Responsables de Marketing	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					/
2. Objetividad					/
3. Actualidad					/
4. Organización					/
5. Suficiencia					/
6. Intencionalidad					/
7. Consistencia					/
8. Coherencia					/
9. Metodología					/

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 16 días del mes de setiembre del Dos mil Dieciséis.



ACADEMIA DE CONTABILIDAD DEL PERU  
Dr. Freddy William Castillo Palacios  
MIEMBRO TITULAR

Mgtr. Dr. : Freddy William Castillo Palacios.  
DNI : 028 42237  
Especialidad : lic. en Administración  
E-mail : fcastillo4973@hotmail.com

**“ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN PARA EL LIMÓN SUTIL DE LA EMPRESA DON PACKING S.A.C  
TAMBOGRANDE HACIA EL MERCADO DE CHILE, AÑO 2016”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: GUÍA DE ENTREVISTA A LOS RESPONSABLES DE MARKETING DE LAS  
EMPRESAS EXPORTADORAS DE COMPETENCIA**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	100					
ASPECTOS DE VALIDACION		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96						
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100						
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																										
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																										
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																										
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																										

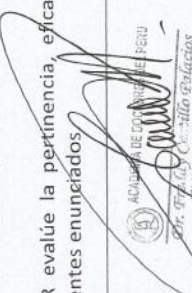
  
 ACADÉMICO DE INVESTIGACIONES DEL FORD  
 DR. OTTO A. M. JILLO GONZALEZ  
 MI MEMBRO TITULAR



6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																				88		
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																					88	
8. Coherencia	Tiene relación entre variables e indicadores																					88	
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																					88	

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 16 de setiembre de 2016.



ACADEMIA DE DOCENTES PERU  
 OF. OFICINA DE CALIDAD EDUCATIVA  
 MIEMBRO TITULAR

Dr. Freddy William Castillo Palacios  
 DNI: 02842237  
 Teléfono: 969584019  
 E-mail: fcastillo1973@hotmail.com

✓

## Confiabilidad

### Informe 52-2016-1 RAAJ OI-UCV-Piura

OFICINA DE INVESTIGACIÓN. UCV PIURA

**Informe técnico de confiabilidad con el cálculo del Alfa de Cronbach.**

Estudiante: MENDOZA CORDOVA CLAUDIA ZULEMA  
Escuela Académica de Administración de Empresas.

Docente a tiempo completo  
Oficina de investigación  
MSc. RICARDO ANTONIO ARMAS JUAREZ - COESPE N° 507-


Después de haber sido validado por Jueces Expertos, mostrando la validez para el estudio:  
"ESTRATEGIAS DE EXPORTACION PARA EL LIMON SUTIL DE LA EMPRESA DON PACKING SAC TAMBOGRANDE HACIA EL MERCADO DE CHILE, AÑO 2016"

- El estudiante desarrolló 23 preguntas como cuestionario para los JEFES DE PLANTAS DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE COMPETENCIA con el objetivo de diseñar las estrategias de exportación para el limón sutil de la Empresa Don Packing SAC Tambogrande hacia el mercado de Chile, año 2016, que no se definen por escala en las respuestas, no pudiendo obtenerse resultados que definan consistencia interna al realizar un cálculo para el análisis de fiabilidad. Por lo tanto al no existir homogeneidad, ni uniformidad por escalas en las respuestas a sus preguntas, no se puede usar la fiabilidad de Alfa de Cronbach.
- El estudiante desarrolló 17 preguntas como cuestionario para EL GERENTE DE LA EMPRESA DON PACKING SAC con el objetivo de diseñar las estrategias de exportación para el limón sutil de la Empresa Don Packing SAC Tambogrande, que no se definen por escala en las respuestas, no pudiendo obtenerse resultados que definan consistencia interna al realizar un cálculo para el análisis de fiabilidad. Por lo tanto al no existir homogeneidad, ni uniformidad por escalas en las respuestas a sus preguntas, no se puede usar la fiabilidad de Alfa de Cronbach.

Se debe mencionar que el coeficiente hay que valorarlo en su real situación:

Para el tipo de instrumento definido hay un rasgo de estudio, que define en sus preguntas de manera heterogénea y su uso pretendido como instrumento al ser para estudio se recomienda, usarlo como **Instrumento válido y no calculable la confiabilidad estadística.**

En la práctica la valoración depende sobre todo del uso que se vaya a hacer del instrumento (de las puntuaciones con él obtenidas).

  
RICARDO ANTONIO ARMAS JUAREZ  
ING. EN ESTADISTICA  
COESPE 507

### Anexo 3. Resultados Complementarios

**Tabla A1. Importancia del tamaño de mercado**

	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

Como se indica en la tabla anterior en la empresa objetivo se determinó que si se estima el tamaño del mercado en un 100% de acuerdo a la empresa encuestada. Estimar el tamaño del mercado es una característica primordial para la empresa debido que permite conocer si cuenta con la demanda suficiente.

**Tabla A2. Las certificaciones cumplen un papel importante para la comercialización de los productos**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	7	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

De acuerdo a los resultados el 100% de las empresas consideran que las certificaciones cumplen un papel importante para la comercialización de los productos, debido que permiten cumplir con los requisitos técnicos establecidos internacionalmente, por lo tanto es un elemento insustituible, para generar confianza en las relaciones cliente-proveedor y generar mayores ingresos para la empresa.

**Tabla A3. Importancia de los requisitos para la exportación**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	3	42,9
Totalmente de acuerdo	4	57,1
Total	7	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

Por otro lado se presentan los resultados obtenidos en la encuesta aplicada en donde se realizará la investigación y en donde se analiza el producto, acidez, herramientas, tipo de riego que se emplea cumplen un rol importante dentro de los requisitos para la exportación. Siendo utilizados estos requisitos para lograr un nivel óptimo en la producción del limón sutil, la cual permite que el cliente se sienta satisfecho por tener en sus manos un producto de calidad.

**Tabla A4. Calibre del limón sutil que se exporta**

	Frecuencia	Porcentaje
37-39 mm	4	<b>57,1</b>
40-42 mm	2	<b>28,6</b>
43-45 mm	1	<b>14,3</b>
Total	7	<b>100,0</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

En la tabla anterior se detalla en un 57% que el calibre con que cuenta el limón sutil está comprendido entre 37 – 39 mm, factor importante para poder definir el tipo de empaque ya sea en cajas de 40 libras o de 20 libras, esto depende del pedido del cliente chileno, este fruto debe tener una protección de cera, el color debe prevalecer el verde al menos 50% a 95% de su superficie. El calibre se determina por el diámetro máximo de la sección ecuatorial del fruto, es así que para el calibre 1 tiene un diámetro de (48-57 mm), el calibre 2 un diámetro de (43- 52 mm), el calibre 3 un diámetro de (38-47), el calibre 4 un diámetro de (35-42), y el calibre 5 un diámetro de (32- 39 mm). De acuerdo a esto los frutos dispuestos en capas regulares en el envase, el limón sutil es envasado por número de frutos, en dos códigos consecutivos, del 1 al 5.

**Tabla A5. Manera que se comercializa el producto al mercado de Chile**

	Frecuencia	Porcentaje
Entero	<b>7</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

Como se muestra en la tabla anterior con respecto en la manera que se comercializa el producto al mercado de Chile, se refleja que las siete empresas encuestadas consideran que el limón fresco es más demandado por el mercado, y es utilizado en la gastronomía y bebidas, para dar sabor o solo un toque de acidez a un bistec, pescado o guiso. Además de su rico sabor en tartas y helados de limón, se encuentran sus grandiosas propiedades curativas.

El limón fresco, es muy importante debido a que su gran aporte de vitamina C ayuda a reforzar las defensas, evitando y ayudando a combatir multitud de enfermedades, entre las que podemos destacar: resfriados y gripes, limpieza intestinal, elimina cálculos en el hígado y vesícula entre otros, además los clientes están solicitando el limón por su aroma y calidad; asimismo para todo lo relacionado con la presentación de tragos y asimismo se utiliza como parte de la decoración.

**Tabla A6. Mecanismos de control de calidad que se emplea para que la producción alcance un nivel óptimo**

	Frecuencia	Porcentaje
Inspecciones	4	57.1
Control de la materia prima	3	42.9
Total	7	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

En la tabla anterior, se determinó que los mecanismos de control que utilizan las empresas para que logren un nivel óptimo en la producción está basada entre inspecciones en un 57.1% y un control de la materia prima en un 42.9%. Por lo tanto las inspecciones cumplen un rol importante debido a que permiten tener un mejor manejo del cultivo en cuanto a la propagación de las plagas en el campo, este mecanismo son dadas por ingenieros de SENASA, quien da el visto bueno del campo y de las recomendaciones del mismo, la cual permite tener una ventaja en los frutos durante la cosecha de manera a cumplir con el requisito de la certificación. Asimismo el control de la materia prima es otro punto muy importante, en donde la fruta es colocada con mucho cuidado en aquellas fajas transportadas, incluso se seleccionan los frutos, además retirándose los productos en malas condiciones, como frutos golpeados, amarillos, demasiados maduros o con algún daño físico que se encuentre.

**Tabla A7. Tipos de insumo que se utiliza para el limón sutil**

	Frecuencia	Porcentaje
Compost	1	14,3
Nitrato de amonio	1	14,3
Abono orgánico	2	28,6
Biol	1	14,3
Otros	2	28,6
Total	7	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

Con respecto a la tabla anterior se determinó que cada una de las empresas utilizan su propio insumo, ya sea de compost, nitrato de amonio, abono orgánico, biol y otros como sulfato de potasio y urea. Estos insumos se utilizan en la primera etapa la cual es soportada por los procesos de compras; como fertilizantes, pesticidas, herramientas, fungicidas, debido a que son muy importantes durante la etapa para que la planta crezca nutrida y pueda tener soporte ante cualquier plaga y obtener un nivel de producción alto. Para fertilizar una plantación, es muy importante conocer en qué estado se encuentra el suelo y la disponibilidad de los nutrientes que pueda tener y la disponibilidad de los nutrientes en el

suelo, y el estado nutricional de la planta, a través del análisis foliar, que es útil para detectar deficiencias o excesos nutrimentales en la planta.

**Tabla A8. Tipo de riego tecnificado que las empresas usan para su producción del limón.**

	Frecuencia	Porcentaje
Sistema de riego por goteo	3	42,9
Sistema de riego por gravedad	4	57,1
Total	7	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

En la tabla anterior, con respecto al tipo de riego tecnificado se determinó que el sistema de riego que las empresas emplean para su producción del limón es el riego por gravedad en un 57.1%, es el más usado debido a que su característica principal es la forma de distribuir el agua en el suelo y es de fácil mantenimiento, abarca el 95% de la irrigación mundial. Básicamente, el método consiste en agua superficial por medio de una obra de captación y conducir las por medio de canales principales o secundarios y además cae por su propio peso, desde la captación al reservorio. Sin embargo el sistema de riego por goteo lo utilizan en un 42.9% porque es el más adecuado para aquellas empresas, porque permite regar a los árboles mediante unos dispositivos llamados goteros los cuales se encuentran insertados en las mangueras plásticas, que ayuda a mantener el pozo con un porcentaje de humedad y además es el más económico.

**Tabla A9. Nivel de calidad disponible de los insumos**

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	7	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

Con respecto a los resultados el 100% de las empresas consideran que el nivel de calidad disponible del producto es alto, esto gracias a los proveedores de insumos, semillas, fertilizantes, pesticidas, riego tecnificado, el buen servicio en la provisión de sus productos y la asistencia técnica profesional. Además la variedad de limón sutil debe estar sujeta a los requisitos y tolerancias permitidas como: los frutos deben estar enteros, deben tener la forma adecuada del limón, deben estar sanas, libres de humedad externa anormal producida por mal manejo en las etapas de pos cosechas, deben estar exentas de cualquier olor y/o sabor extraño, deben presentar aspecto fresco y consistencia firme.

**Tabla A10. Barrera de ingreso al mercado**

	Frecuencia	Porcentaje
Cuotas	2	28,6
Pago de aranceles	5	71,4
Total	7	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

En la tabla anterior se determinó que las barreras de ingreso se clasifican en un 71.4% de pago de aranceles y 28.6% de cuotas, debido a que son muy importantes para que el producto ingrese al mercado. Las cuotas consisten en la asignación de un cupo a un país, para comprarle un determinado producto y es un mecanismo utilizado para limitar el comercio internacional, mientras que los pagos de aranceles es un impuesto y se aplica dentro del marco de las actividades comerciales, especialmente en las importaciones y exportaciones.

**Tabla A11. Tipo de barrera de ingreso que utiliza el mercado de Chile para su producto**

	Frecuencia	Porcentaje
Arancelarias	7	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

De acuerdo a la tabla anterior los resultados de la encuesta aplicada se determinó en un 100% que las empresas exportadoras pagan impuestos, debido a que este tipo de barrera suponen un freno de muchos negocios ya que encarecen el precio del producto que se exporta al mercado de Chile, dependiendo de sus características y su volumen de intercambio. Las barreras arancelarias es una herramienta de control fiscal y presupuestaria, permite saber si el producto está fiscalizado y por tanto reconocer si es legal o no. Además las barreras arancelarias se identifican como los impuestos que se debe pagar en un país ya sean los importadores y exportadores en las aduanas por la entrada y salida de las mercancías.

**Tabla A12. Se determinan que las plagas del producto es una gran pérdida para las empresas exportadoras**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	7	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

En la tabla anterior se especifica en un 100% que las plaguicidas del producto es una gran pérdida para las empresas exportadoras, la cual es una desventaja en la producción, es por ello realizar recorridos frecuentes en la plantación para detectar oportunamente brotes de alguna plaga para su control adecuado y evitar gastos excesivos para su erradicación. Es importante conocer la especie de la plaga, evaluación de daños y perjuicios económicos, épocas de aparición y su comportamiento en el año, la relación con el ambiente

y otros organismos vivos, sus enemigos naturales y métodos de control, además respetar indicaciones de manejo de plaguicidas para lograr un nivel óptimo en la producción.

**Tabla A13. Medios de transporte que emplean las empresas para el traslado del limón Sutil**

	Frecuencia	Porcentaje
Container	7	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

Como se indica en la tabla anterior, de acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada se determinó en un 100% container, transporte que emplean las empresas para el traslado del limón sutil desde planta hasta puerto, debido a que permita asegurar la condición fitosanitaria del embarque y la no contaminación, los cuales deberán venir sellados por la autoridad fitosanitaria competente. Este medio de transporte permite que el producto llegue en buenas condiciones hacia el mercado de Chile.

**Tabla A14. Vía por el cual las empresas envían sus productos**

	Frecuencia	Porcentaje
Por Vía terrestre	7	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

Con respecto a la tabla 24, de acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a las siete empresas exportadoras de limón sutil, se determinó en un 100% por vía terrestre, debido a que el envío deberá estar encarpado o en contenedores, la cual permita asegurar la condición fitosanitaria del embarque y la no contaminación, los cuales deberán venir sellados por la autoridad fitosanitaria competente, es por ello que todo medio que transporte la fruta cosechada procedente del lugar de producción autorizado hacia la empacadora para su exportación a Chile, deberá estar en buenas condiciones y contar aislamiento, condición que será verificada por el SENASA. El transporte es un factor importante debido a que permite la distribución del producto y llegue al país destino.

**Tabla A15. Problemas que se presentan al momento de comercializar el Limón**

	Frecuencia	Porcentaje
--	------------	------------



Nada	7	100.0
------	---	-------

Fuente: Encuesta aplicada a los jefes de planta de las empresas exportadoras

En la siguiente tabla de acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada se determinó en un 100% que no hay problemas al momento de comercializar el limón, debido a la experiencia y a las estrategias que se plantea, gracias a la estrategias de comercialización que está comprendida entre la estrategia de posicionamiento que se desarrolla a través de la marca del producto para que este sea reconocido a nivel de la empresa y en el mercado. Los problemas durante una exportación es una gran pérdida para cualquier empresa exportadora, la cual lleva a la quiebra por un determinado tiempo.

**Tabla A16. Las empresas exportadoras deben utilizar estrategias de exportación para el éxito de su producto**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada se determinó que el 100% considera que las empresas exportadoras deben utilizar estrategias de exportación para el éxito de su producto, y lograr una producción óptima.

**Tabla A17. Determinación del tamaño de mercado para realizar un plan de negocio**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

En la tabla anterior, se determinó que el 100% considera que es importante determinar el tamaño de mercado para realizar un plan de negocio, debido a que permite conocer la demanda suficiente. El tamaño del mercado representa una característica importante para cualquier empresa que exporta limón sutil, a fin de determinar si tienen la demanda suficiente porque es un factor esencial para iniciar la exportación.

**Tabla A18. Nivel de conocimiento que poseen los clientes al momento de requerir el producto**

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los responsables de exportaciones

De acuerdo a los resultados el 100% de las empresas consideran que el nivel de conocimiento que poseen los clientes al momento de requerir el producto es alto, debido a la información que ellos requieran, si cumplen con certificaciones y requisitos, mecanismos de control de calidad que emplean como: las inspecciones y el control de la materia prima.

**Tabla A19. Requisitos que exige el mercado para el ingreso del limón sutil**

	Frecuencia	Porcentaje
Certificaciones	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al jefe de planta de la empresa objetivo

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada se determinó qué los requisitos que exige el mercado son las certificaciones en un 100% que emplean las empresas para que alcancen un nivel óptimo en la producción. Las certificaciones son muy importantes debido que permiten cumplir con los requisitos técnicos establecidos internacionalmente, por lo tanto es un elemento insustituible, para generar confianza en las relaciones cliente-proveedor, el cual permite que el cliente pueda adquirir el producto.

**Tabla A20. Requisitos solicitados contribuyen a ofrecer un mejor producto**

	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al jefe de planta de la empresa objetivo

Con respecto a los resultados de la encuesta aplicada se determinó en un 100% que los requisitos solicitados si contribuyen a ofrecer un mejor producto que emplean las empresas para que alcancen un nivel óptimo. Los requisitos cumplen un rol muy importante entre el cliente-proveedor, para generar confianza en el producto. Esto permite que los requisitos son una ventaja para incrementar las ventas, siempre y cuando las empresas exportadoras cumplan con estos requisitos.

**Tabla A21. Intermediarios que juegan un papel importante en el mercado para lograr el éxito**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al jefe de planta de la empresa objetivo

En la tabla anterior, de acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada se determinó que el 100% considera que los intermediarios juegan un papel importante en el mercado para lograr el éxito, debido a la buena relación que existe entre proveedor-cliente. Esto es muy importante debido a que los intermediarios puedan tener la sensación de adquirir un producto de calidad, ya que es la clave para la empresa.

**Tabla A22. Tipos de funciones que realizan los intermediarios**

	Frecuencia	Porcentaje
Compra	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al jefe de planta de la empresa objetivo

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada se determinó en un 100% que el tipo de función que realizan los intermediarios es la compra en cuanto a la adquisición de productos para consumo final y reventa. Un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan la circulación del producto hasta llegar a las manos del comprador, denominan genéricamente intermediarios, quienes son los que realizan las funciones de distribución.

**Tabla A23. Es importante evaluar los costos de fletes por tonelada antes de exportar el producto**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al jefe de planta de la empresa objetivo

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada se determinó que es muy importante evaluar los costos de fletes por tonelada antes de exportar el producto. De manera que las empresas debe realizar un estudio para calcular el presupuesto y determinar el número de toneladas que se exportará.

**Tabla A24. Empleo de riego tecnificado en el cultivo de limón Sutil**

	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al jefe de planta de la empresa objetivo

De acuerdo al resultado de la encuesta aplicada a la empresa Don Packing S.A.C se determinó en un 100% que emplea riego tecnificado para obtener mejores resultados. De manera que esta empresa tiene tecnología avanzada en el riego y esto les favorece a que los árboles cuentan con mayor producción y llenado del fruto en cuanto al peso, es decir una mayor cantidad de jugo de limón, que mayormente se da justamente con los riegos adecuados, además así contamos por medio de las lluvias, los cuales son de gran ayuda para la planta, debido a que estas aguas limpias contienen muchos minerales para estas plantas.

Por lo tanto el riego tecnificado es una ventaja para cualquier empresa exportadora, además en una tecnología muy avanzada para las empresas productoras de cualquier variedad de fruto agroindustrial, especialmente en la etapa primordial, debido a que la humedad que el riego proporciona permite que la planta tenga mayor un adecuado brillo y sobre todo mayor producción.

**Tabla A25. Tipo de riego tecnificado empleado en el cultivo de limón sutil**

	Frecuencia	Porcentaje
Sistema de riego por goteo	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al jefe de planta de la empresa objetivo

En la tabla anterior, con respecto a los resultados de la encuesta aplicada al jefe de planta se llevó a cabo en un 100% el sistema de riego por goteo que emplea la empresa Don Packing S.A.C, debido a que este sistema es el más económico en el uso del agua y permite tener húmedo el pozo de la planta.

El riego por goteo es el más apropiado, porque permite regar a los árboles, mediante unos dispositivos llamados goteros los cuales se ubican insertados en mangueras plásticas, que proporcionan un caudal de 2 a 10 l/hora, mojando una gran parte de la superficie del suelo ocupado por el cultivo. Es por ello que para el limón sutil el pozo necesita siempre estar en un alto porcentaje de humedad para que se logre un mejor llenado en el fruto durante el cultivo.

**Tabla A26. Porcentaje de acidez del limón Sutil es el indicado para la exportación**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al jefe de planta de la empresa objetivo

En la siguiente tabla anterior, con respecto a los resultados de la encuesta aplicada al jefe de planta de la Empresa Don Packing S.A.C se determinó que el 100% considera que el porcentaje de acidez del limón es el adecuado para exportarlo, ya que contiene un índice de acidez del 5 al 6%, la relación SST (sólidos solubles total/acidez) es de 1.5. El porcentaje de acidez del limón es muy importante debido a que es una característica primordial para poder procesarlo y es utilizado en los diferentes rubros como los tragos, cevicherías, perfumes, pastelerías, etc., gracias a este producto se puede lograr grandes oportunidades, esto debido a que el limón es ácido por naturaleza.

**Tabla A27. Nivel de calidad disponible del producto**

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al jefe de planta de la empresa objetivo

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada, el 100% las empresas consideran que el nivel de calidad del producto es alto, esto debido a que sus proveedores de insumos, fertilizantes, semillas, riego tecnificado, pesticidas, herramientas, el buen servicio en la provisión de sus productos y la asistencia técnica profesional, que son de gran utilidad para obtener una mayor producción. Por otro lado, la variedad de limón sutil debe estar ajustada a los requerimientos, requisitos y tolerancias permitidas, en cuanto a los frutos enteros, deben tener la forma característica de la lima, deben estar en buenas condiciones como: libres de humedad externa anormal producida por mal manejo en la etapas de pos cosechas, sin embargo deben estar exentas de cualquier olor y/o sabor extraño, deben presentar aspecto fresco y consistencia firme.

**Tabla A28. Considera que son importantes los insumos para el cultivo del limón sutil**

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al jefe de planta de la empresa objetivo

Como se indica en la tabla 38 de acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada se determinó en un 100.0% de acuerdo a las empresas encuestadas consideran que son

importantes los insumos para el cultivo del limón sutil si contiene mayor porcentaje de ácido ascórbico está comprendida en sí en uno de acuerdo a las empresas encuestadas.

Los insumos para el cultivo son importantes es de 20 a 40 mg por 100 ml de jugo, que representa el 5% de su contenido, este también es conocido como vitamina C el cual posee gran poder desinfectante y tiene además una acción antioxidante frente a los venenos microbianos y medicamentosos.

**Tabla A29. Herramienta empleada en el cultivo del limón sutil para realizar la poda**

	Frecuencia	Porcentaje
Podón	1	100,0

Fuente: Encuesta aplicada al jefe de planta de la empresa objetivo

De acuerdo a los resultados se determinó que el tipo de herramienta que utiliza la empresa para realizar la poda está comprendida en podón en un 100%, la cual es la más acertada para tener un mejor cuidado y desarrollo con los brotes de la planta de limón. Este tipo de herramienta es la más adecuada aunque costosa pero ya es implementada en la empresa objetivo, debido a que es mejor para el cuidado de las ramas de los árboles, evitar cualquier daño durante la floración y disminuir la propagación de las plagas y enfermedades de la planta. Con respecto a la poda en el limón sutil es una estrategia que debe ser utilizada muy racionalmente para obtener los resultados más óptimos, debiendo tomarse factores importantes en consideración el clima, estado nutricional de la poda entre otros.

**Tabla A30. Importancia del tamaño del mercado para las empresas**

	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	1	14,3
Totalmente de acuerdo	6	85,7
Total	7	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los jefes de planta de las empresas exportadoras

Como se aprecia en la tabla 40 con respecto a la importancia del tamaño del mercado para las empresas, se refleja que las siete empresas encuestadas consideran que el tamaño del mercado es importante para las empresas exportadoras de limón sutil. El tamaño del mercado representa un factor importante para las empresas exportadoras de limón sutil, a fin de determinar si tienen la demanda suficiente porque es una característica esencial para iniciar la exportación. Además es de suma importancia que sea presentado

un tamaño de referencia, la cual corresponda a las ventas de la empresa. Calcular la demanda primaria es el tamaño del mercado para una categoría del producto, técnica esencial para conocer la viabilidad de todo negocio.

De acuerdo al informe final de la entrevista aplicada a los responsables de marketing o comercio exterior de las empresas exportadoras de limón sutil, esta entrevista estuvo conformada por 20 preguntas orientadas a dar respuesta al objetivo de investigación que consiste en identificar el sistema de comercialización adecuado para la exportación del limón sutil.

### Resultados de la entrevista

Esta entrevista elaborada con puntos cruciales sobre estrategias de exportación, fue aplicada a los jefes de planta de las empresas exportadoras de limón sutil al mercado de Chile, tenemos que Limones Piuranos inició su siembra en el año 2007 con un aproximado de 50 hectáreas, las cuales entraron en producción en el año 2010, por otro lado, la empresa Machu Picchu inicio su siembra en el año 2012 con 15 hectáreas, además la empresa Luvac cuenta con 7 hectáreas teniendo una producción desde el año 2013, así también Agronegocios Gerónimo S.R.L cuenta con 10 hectáreas, al igual que la empresa Pasiche Peña tiene una producción de 10 hectáreas, sin embargo Servicios F & S S.A.C cuenta con 40 hectáreas, y por último Vertical Fruit S.A.C cuenta con 30 hectáreas; las cuales tienen una producción diferente. Estas empresas les compran limón a los productores de las diferentes zonas, y es utilizado en los diferentes rubros como la gastronomía, perfumes, tragos, etc., esto debido a que el limón es ácido por naturaleza. En cuanto a las certificaciones, cada empresa cuenta con certificaciones para que el producto sea aceptado por el mercado; en el caso de Limones Piuranos cuenta con certificaciones de Global Gap, Hacccp, BRC y Kosher (K). Además todos los productos deben tener certificado de origen y certificado fitosanitario de una entidad pública y pueden estar sujetos a controles de aduana y de las autoridades municipales antes de ingresar al país.

De acuerdo a las políticas y estrategias con las que posee cada una de las empresas entrevistadas tenemos que desarrollan eventos para difundir el limón y hacer que exista una aceptación por parte de los agricultores para que incursionen en este tipo de cultivo, a través de una asistencia técnica eficaz para que se dé un buen manejo del mismo. Asimismo incentivan a la Asociatividad para fortalecer la cultura exportadora debido a que hoy en día los agricultores solo se basan en sembrar productos que en muchos casos no son rentables y no saben aprovechar las ventajas de nuestra región en cuanto al clima y suelos los cuales son muy importantes para el cultivo del limón sutil.

A manera de estrategia la empresa Limones piuranos cuenta con su propio vivero el cual tiene plantones para siembra de muy buena calidad, por otro lado desarrollan programas para eliminar radicalmente la mosca de la fruta junto con SENASA para la inspección de los campos o también aplican plaguicidas para el control de las plagas o enfermedades del fruto. La empresa Limones piuranos es distribuidora directa de TOTTUS y en el mercado de Chile realizan una exportación directa; en la empresa Machu Picchu cuentan con una distribuidora la cual se encarga de llevar el producto al cliente final en el mercado de Chile, y Pasiche Peña Karina, Agronegocios Gerónimo S.R.L, Servicios F&S S.A.C y Vertical Fruit S.A.C cuentan con la idea de llevar su producto a través de una distribuidora para incurrir en menos gastos al igual que las demás. La empresa Luvac cuenta con distribuidoras en Chile, pero en algunas campañas ha comercializado su producto y se lo vende a cualquier intermediario.



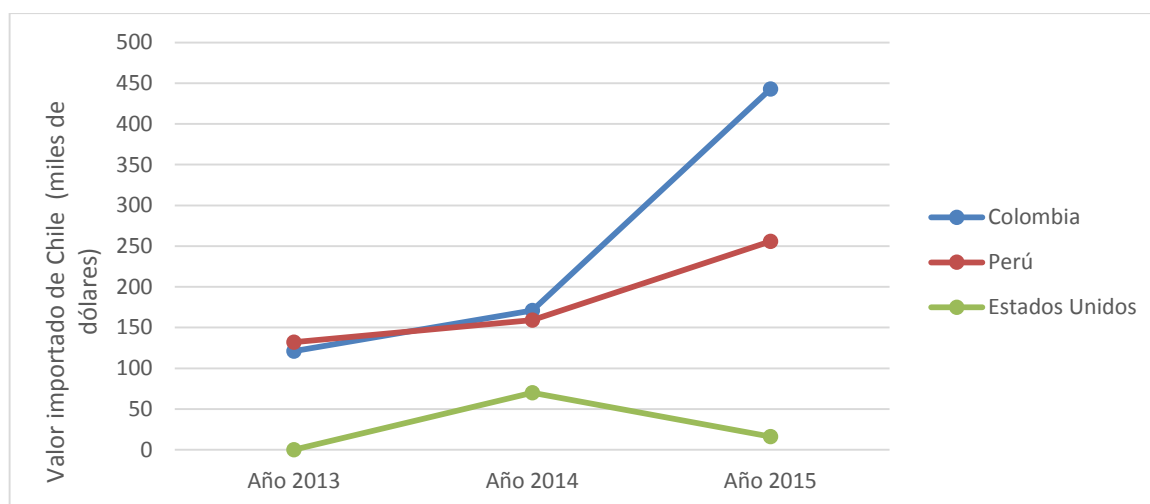
Los medios de transporte que emplean las empresas para el traslado de la fruta desde el campo hacia la planta tenemos: la empresa Limones piuranos, cuando es cosecha para que trasladen la fruta desde el fundo utilizan camiones de 5 a 8 toneladas que son un promedio de 12 unidades; luego para traslado a puerto cuentan con dos tráileres con container y algunas veces hacen uso de alquiler de los mismos. La empresa Machu Picchu, para el traslado de la fruta a la empresa hace uso de un camión y para el puerto es un container que es propiedad de la empresa. La empresa Agronegocios Gerónimo, cuenta una flota de 7 camiones de 2 toneladas fuso para el traslado a planta y para él envió a puerto a través de alquiler de tráileres con container, la empresa Pasiche Peña Karina cuenta una flota de 5 camiones de 2 toneladas fuso para el traslado a planta y para el envío a puerto por medio de alquiler de tráileres con container, por otro lado tenemos a la empresa Servicios F&S y la empresa Vertical Fruit que para el traslado de la fruta a la empresa hacen uso de un camión y para el puerto es un container que es propiedad de la empresa, y por último la empresa Luvac, utilizan una camioneta la cual los lleva a la planta para luego llevarlo al puerto por medio de un container el cual es alquilado.

En cuanto al inicio de exportación tenemos que su potencial mercado es el de Chile. Estas empresas se orientan al mercado chileno porque su demanda es alta, ya que una de las ventajas de este producto peruano es su aroma y calidad. Por ello que el limón se ha convertido en uno de los productos más representativos de la gastronomía peruana, la variedad más pedida es la denominada sutil y que lo utilizan para el ceviche y la limonada.

## Resultados de la guía de análisis documental

### Volumen de limón sutil

País Exportador	Año 2013	Año 2014	Año 2015
<b>Colombia</b>	121	171	443
<b>Perú</b>	132	159	256
<b>Estados Unidos</b>	0	70	16
<b>Chile importa desde el mundo</b>	253	400	715

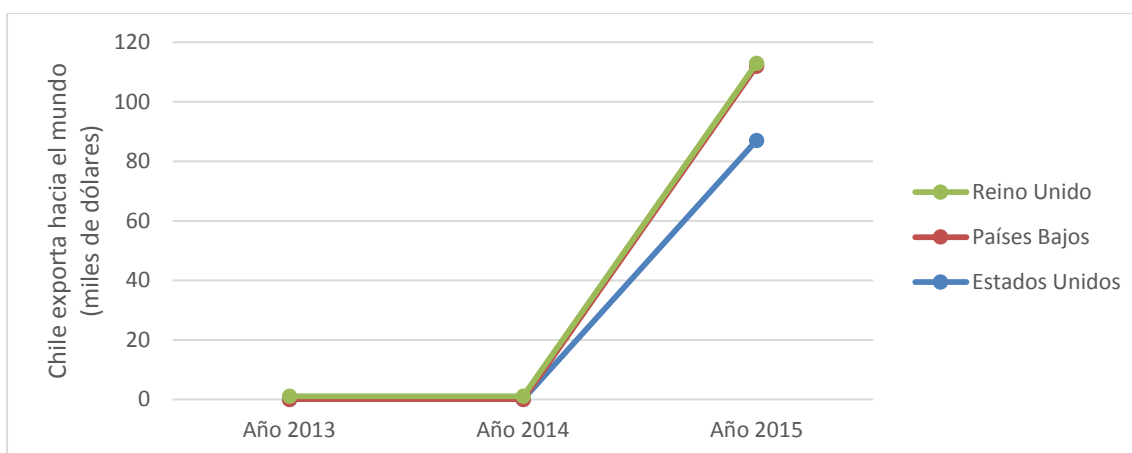


**Gráfico 1. Importaciones de limón sutil de Chile desde el mundo**

Fuente: Análisis documental – Trademap

El gráfico 1, muestra los valores importados por Chile de limón sutil en miles de dólares durante los últimos tres años, tal como se aprecia, en el año 2013 importó 253,000 miles de dólares (Colombia 121,000 y Perú 132,000 miles de dólares), volumen que se incrementó a 400,000 miles de dólares en el año 2014 (Colombia 171,000; Perú 159,000 y Estados Unidos 70,000); al igual en el año 2015 incrementó a 715,000 miles de dólares (Colombia 443,000; Perú 256,000 y Estados Unidos 16,000). Los resultados permiten observar una tendencia regular de los valores importados debido a la demanda que se presentó entre los tres años, a diferencia que al año 2015 se incrementó casi el doble de volumen del año 2014.

País importador	Año 2013	Año 2014	Año 2015
<b>Estados Unidos</b>	0	0	87
<b>Países Bajos</b>	0	0	25
<b>Reino Unido</b>	1	1	1
<b>Chile exporta hacia el mundo</b>	1	1	113

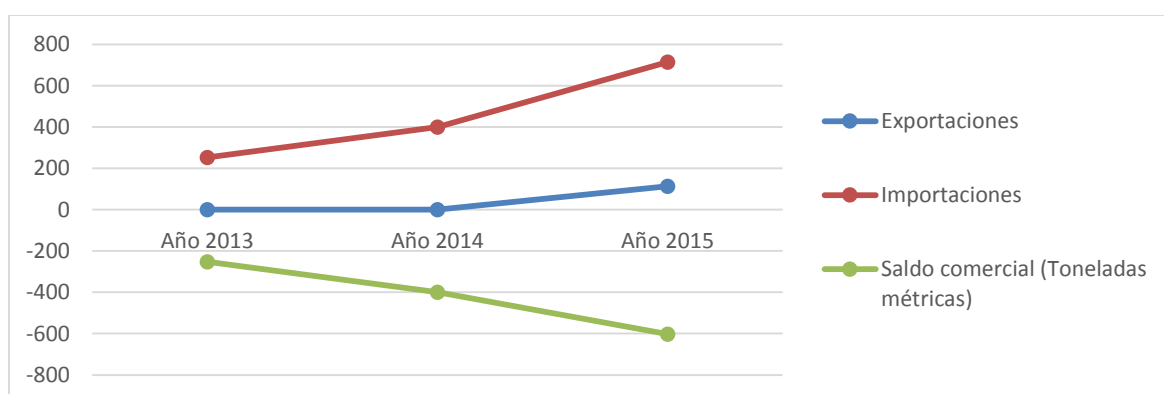


**Gráfico 2. Exportaciones de limón sutil hacia el mundo**

Fuente: Análisis documental – Trademap

La figura 2, muestra los valores exportados hacia el mundo de limón sutil en miles de dólares durante los últimos tres años, tal como se aprecia, en los primeros años, es decir en el año 2013 y 2014 sólo se exportó al país de Reino Unido 1,000 mil de dólar; mientras que a Estados Unidos y países bajos no se les exportó limón sutil debido a la crisis económica; ya para el año 2015, se observa una recuperación, pues el valor exportado fue de 113,000,000 miles de dólares (Estados Unidos 87,000,000 miles de dólares; Países bajos 25,000,000 miles de dólares y Reino Unido que se mantiene en 1,000,000 mil dólares). Los resultados permiten observar una tendencia irregular de los valores exportados probablemente debida a la crisis económica que se presentó entre dichos años, que al 2015 se está recuperando.

	Año 2013	Año 2014	Año 2015
Exportaciones	1	1	113
Importaciones	253	400	715
Saldo comercial (Toneladas métricas)	-252	-399	-602

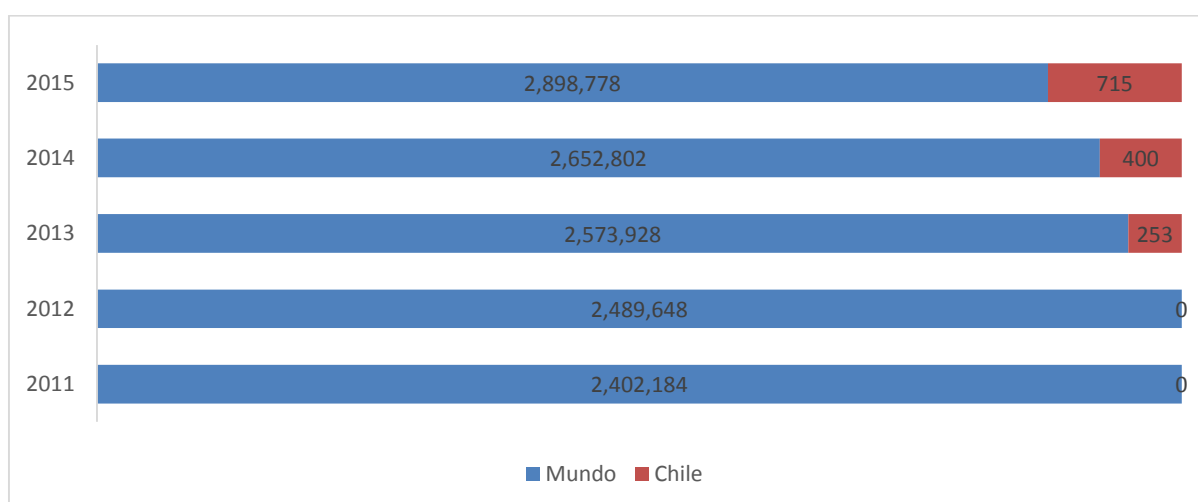


**Gráfico 3. Saldo comercial de limón sutil en Chile**

Fuente: Análisis documental – Trademap

La figura 3, muestra los valores del saldo comercial de Chile, para el caso del limón sutil, en miles de dólares durante los últimos tres años, en el cual se observa, que en el año 2013 obtuvo un saldo de -252,000,000 miles de dólares, mientras que en el año 2014 el saldo aumentó a -399,000,000 miles de dólares, al igual que para el año 2015 aumentó el saldo a -602,000,000 miles de dólares. Estos resultados muestran un déficit comercial ya que existe un saldo negativo, lo que significa que el valor de las exportaciones es inferior al de las importaciones, en este caso del limón sutil.

<b>cantidad importada, Toneladas</b>					
<b>Importadores</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Mundo	2,402,184	2,489,648	2,573,928	2,652,802	2,898,778
Chile	0	0	253	400	715
Participación de Chile en las importaciones mundiales	0.00%	0.00%	0.010%	0.015%	0.025%



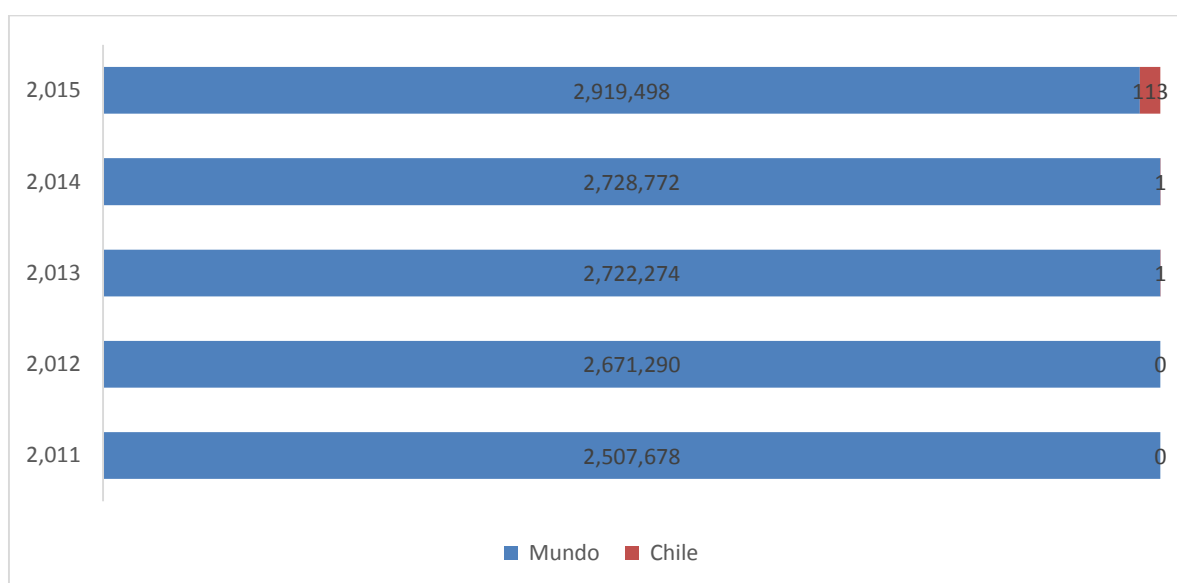
**Gráfico 4. Cantidad importada de limón sutil por parte de Chile.**

Fuente: Análisis documental – Trademap

La figura 4, muestra los valores importados de limón sutil en toneladas a nivel mundial, durante los últimos cinco años, en el cual se aprecia, que en el año 2011 importó 2,402,184 toneladas, mientras que en el año 2012 alcanzó una importación de 2,489,648 toneladas, por otro lado en el año 2013 la cantidad importada ascendió a 2,573,928 toneladas, así mismo para el año 2014 también importó una cantidad de 2,652,802 toneladas y finalmente ya para el año 2015 alcanzó su punto más alto con una importación de 2,898,778 toneladas. Los resultados muestran que existen una gran cantidad de importaciones de limón sutil por parte Chile lo cual significa que existe un amplio mercado para este producto. Además la participación de Chile en las importaciones mundiales fue de 0,025%.

### Participación de Chile en las Exportaciones

cantidad exportada, Toneladas					
Exportadores	2,011	2,012	2,013	2,014	2,015
Mundo	2,507,678	2,671,290	2,722,274	2,728,772	2,919,498
Chile	0	0	1	1	113
Participación de Chile en las exportaciones mundiales	0.00%	0.00%	0.000%	0.000%	0.004%



**Gráfico 5. Cantidad exportada de limón sutil por parte de Chile.**

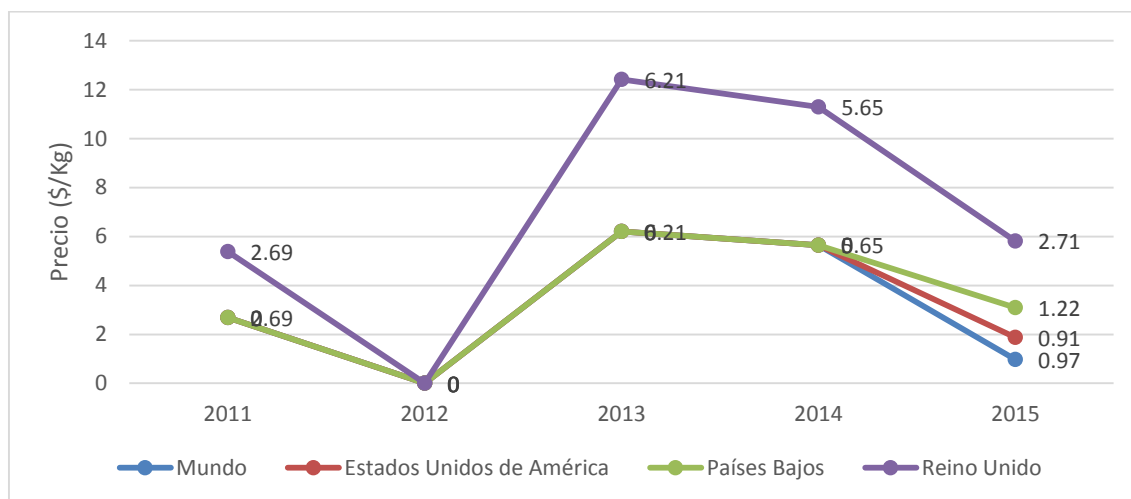
Fuente: Análisis documental – Trademap

La figura 5, muestra los valores exportados de limón sutil en toneladas a nivel mundial, durante los últimos cinco años, en el cual se aprecia, que en el año 2011 exportó 2,507,678 toneladas, mientras que en el año 2012 alcanzó una importación de 2,671,290 toneladas, por otro lado en el año 2013 la cantidad importada ascendió a 2,722,274 toneladas, así mismo para el año 2014 también exportó una cantidad de 2,728,772 toneladas y finalmente ya para el año 2015 alcanzó su punto más alto con una exportación de 2,919,498 toneladas. Los resultados muestran que existen una gran cantidad de importaciones de limón sutil por parte Chile lo cual significa que existe un amplio mercado para este producto.

## Precio de las exportaciones Chilenas

Importadores	Precio (Dólar / Kg)				
	2011	2012	2013	2014	2015
Mundo	2.69	0	6.21	5.65	0.97
Estados Unidos de América		0			0.91
Países Bajos					1.22
Reino Unido	2.69	0	6.21	5.65	2.71

### Lo que le pagan a Chile



### Gráfico 6. Precio al mercado de Chile

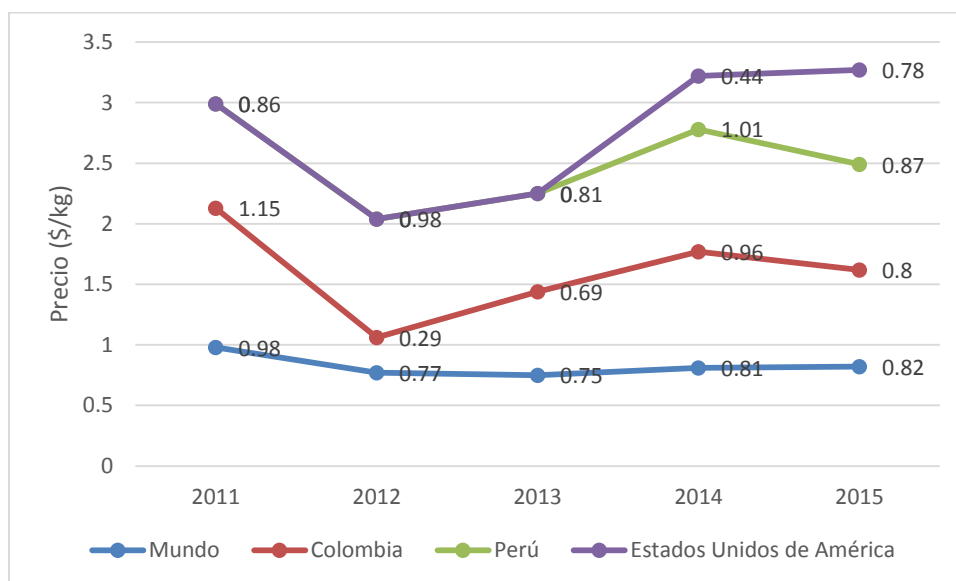
Fuente: Análisis documental – Trademap

La figura 6, muestra el precio por kilogramo de limón sutil, Reino Unido le ofrece un buen precio al mercado de Chile durante los últimos cinco años, en el cual se aprecia que en el año 2011 el precio que pagó al mundo y a Reino Unido fue de 2,69 dólares/kg, precio que para el año 2012 descendió a 0 por la crisis económica, por otro lado para el año 2013 el precio incrementó a 6,21 dólares/Kg ,entre Reino Unido, así mismo en el año 2014 descendió el precio el cual fue 5,65 dólares/Kg, ya para el año 2015 se observa un precio diferente a los años anteriores, pues el precio fue de 0,97 para el mundo, al igual para Estados Unidos el precio que pagó fue de 0,91 dólares/Kg, para países bajos fue de 1,22 dólares/Kg y finalmente el mejor precio fue para Reino Unido de 2,71 dólares/Kg. Los resultados muestran que los precios para este mercado competitivo mantienen una tendencia irregular debido en gran proporción a la crisis financiera que ocurrió por esos años, por otro lado también se observa que para el último año el factor del precio está bajando lo cual es un buen indicador de estímulo para generar una oferta exportable competitiva en Chile y así poder mantener rentabilidad en este negocio de exportación.

## Precio de las importaciones Chilenas

Exportadores	Precio (Dólar / Kg)				
	2011	2012	2013	2014	2015
Mundo	0.98	0.77	0.75	0.81	0.82
Colombia	1.15	0.29	0.69	0.96	0.80
Perú	0.86	0.98	0.81	1.01	0.87
Estados Unidos de América				0.44	0.78

### Lo que paga Chile



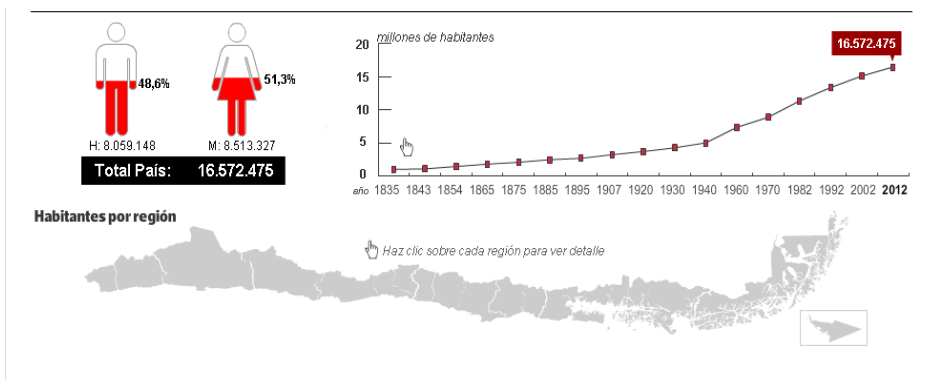
### Gráfico 7. Precio en el mercado de Chile

Fuente: Análisis documental – Trademap

La figura 7, muestra el precio por kilogramo de limón sutil en el mercado de Chile durante los últimos cinco años, en el cual se aprecia que en el año 2011 el precio que pagó al mundo fue de 0,98 dólares/kg, mientras que a Colombia le pagó a 1,15 dólares/kg, por otro lado a Perú le adquirió a 0,86 dólares/kg. En el año 2012, el precio para el mundo bajó a 0,77 dólares/kg, al igual que para el año 2013 que fue de 0,75 dólares/kg, asimismo para Colombia a 0,29 dólares/kg y en el 2013 su precio fue de 0,69 dólares/kg; sin embargo Perú obtuvo el precio más alto que fue de 0,98 dólares/kg; del mismo modo para el año 2013, a diferencia de dichos precios. En el año 2014, el país de Estados Unidos empieza a exportar limón sutil a un precio de 0,44 dólares/kg, sin embargo Perú es el país con mayor precio, que fue de 1,01 dólares/kg y finalmente en el año 2015 tiene el precio más alto, que fue de 0,87 dólares/kg, ya sea por su calidad del producto, a diferencia de los demás precios, entre ellos a nivel mundial que el precio fue de 0,82, por otro lado Colombia 0,80 dólares/kg y Estados que aumento en 0,78 dólares/kg. Los resultados muestran que los precios para este mercado competitivo mantienen una tendencia irregular debido en gran proporción a la crisis financiera que ocurrió por esos años, por otro lado también se observa que Perú es el país con alto precio en el mercado Chileno.

- **Habitantes del mercado objetivo**

Asimismo a totalidad de la población investigada del mercado objetivo es de 16.572.475 chilenos según el Censo 2012, de los cuales 8.059.148 corresponden a la población masculina con un 48,6% y 8.513.327 a femenina con un 51,5%.



**Gráfico 1. Población de Chile, según el Censo 2012.**

Fuente: I Censo Nacional de la Población de Chile, INEI, 2012.



Título	Problema General	Hipótesis General	Objetivo General	Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
Estrategias de exportación para el limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C. – tambogrande hacia el mercado de Chile, año 2016.	¿De qué manera las estrategias de exportación permitirán guiar la comercialización de limón sutil de la Empresa Don Packing S.A.C – Tambogrande hacia el mercado de Chile, año 2016?	Las estrategias de exportación si permitirán guiar la comercialización de limón sutil de la Empresa “Don Packing S.A.C” hacia el mercado de Chile, año 2016.	Formular estrategias de exportación para el limón sutil de la Empresa Don Packing S.A.C Tambogrande hacia el mercado de Chile, año 2016.	V1: Estrategias de exportación	Es una estrategia global del negocio, que se acompaña de una activa consolidación de los clientes externos y de búsqueda de nuevas oportunidades comerciales, basadas en ventajas competitivas específicas de las empresas.	Potencial de exportación	Se evaluará el potencial de exportación de la empresa Don Packing S.A.C examinando sus oportunidades y recursos a través de encuestas, entrevistas y análisis documental.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tamaño de mercado.</li> <li>- Requerimientos de exportación.</li> <li>- Capacidad de producción exportable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta</li> <li>Entrevista</li> <li>Análisis documental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuestionario</li> <li>Guía de entrevista</li> <li>Guía de revisión documental</li> </ul>
				V2: Mercado	Es el área que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.	Demanda	Se evaluará el nivel de la demanda del limón sutil del mercado de Chile, a través de guías de revisiones documentales para determinar los tipos de segmentos, las características y la cantidad demandada del país.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de segmentos.</li> <li>- Características del mercado.</li> <li>- Cantidad demandada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta</li> <li>Entrevista</li> <li>Guía documental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuestionario</li> <li>Guía de entrevista</li> <li>Guía de revisión documental</li> </ul>
						Oferta	Operacionalmente se evaluará el nivel de la oferta del limón sutil del mercado de Chile, a través de guías de revisiones documentales para determinar el nivel de exportaciones e importaciones del país.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Principales ofertantes.</li> <li>- Cantidad ofertada.</li> </ul>		

#### Anexo 4. Matriz de Consistencia

<b>PROBLEMA ESPECÍFICO1</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICO1</b>	<b>OBJETIVO ESPECÍFICO1</b>
¿Cuál es el potencial de exportación del limón sutil de la Empresa Don Packing S.A.C. Tambogrande hacia el mercado de Chile, año 2016?	El potencial de exportación permitirá que la Empresa Don Packing S.A.C comercializar el limón sutil hacia el mercado de Chile, año 2016.	Medir el potencial de exportación del limón sutil de la Empresa Don Packing S.A.C. Tambogrande hacia el mercado de Chile, año 2016.
<b>PROBLEMA ESPECÍFICO2</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICO2</b>	<b>OBJETIVO ESPECÍFICO2</b>
¿Cuál es el sistema de comercialización adecuado para la exportación del limón sutil en el mercado de Chile para la Empresa Don Packing S.A.C. Tambogrande, año 2016?	El sistema de comercialización es el adecuado para la exportación del limón sutil en el mercado de Chile para la Empresa Don Packing S.A.C Tambogrande, año 2016.	Identificar el sistema de comercialización adecuado para la exportación del limón sutil en el mercado de Chile para la Empresa Don Packing S.A.C. Tambogrande, año 2016.
<b>PROBLEMA ESPECÍFICO3</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICO3</b>	<b>OBJETIVO ESPECÍFICO3</b>
¿Cuál es el nivel de demanda de limón sutil en el mercado de Chile, año 2016?	El nivel de demanda del limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C. Tambogrande es mayor en el mercado de Chile, año 2016.	Determinar la demanda de limón sutil en el mercado de Chile, año 2016.
<b>PROBLEMA ESPECÍFICO4</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICO4</b>	<b>OBJETIVO ESPECÍFICO4</b>
¿Cuál es el nivel de oferta de limón sutil en el mercado de Chile, año 2016?	El nivel de oferta del limón sutil de la Empresa Don Packing S.A.C Tambogrande es ofrecida en el mercado de Chile, año 2016.	Evaluar la oferta del limón sutil en el mercado de Chile, año 2016.

#### Anexo 5. Matriz de Instrumentos

						Instrumento a: cuestionario a los responsables de las exportaciones en las empresas exportadoras de la competencia		Instrumento b: cuestionario al responsable de las exportaciones en la empresa Don Packing SAC		Instrumento d: entrevista a los responsables de marketing de las empresas exportadoras de limón sutil		Instrumento e: guía de revisión documental							
Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Indicadores		Técnica / Instrumento	N° de ítems	Ítems		N° de ítems	Ítems		N° de ítems	Ítems					
¿Qué estrategias de exportación permitirán guiar la comercialización de limón sutil de la Empresa Don Packing S.A.C hacia el mercado de Chile?	Proponer estrategias de exportación para el limón sutil de la Empresa Don Packing S.A.C - Tambogrande hacia el mercado de Chile, año 2016.	Las estrategias de exportación si permitirán guiar la comercialización de limón sutil de la Empresa Don Packing S.A.C hacia el mercado de Chile, año 2016.	V1: Estrategias de Exportación	<b>POTENCIAL DE EXPORTACIÓN</b>															
				X1.1	Tamaño de mercado.	Encuesta/ Cuestionario Entrevista/ Guía de entrevista	1	1.- ¿Cree usted que el Tamaño del mercado es importante para las empresas exportadoras de limón?	2	2.- ¿Considera importante determinar el tamaño de mercado para realizar un plan de negocio? 3.- ¿Estiman el tamaño del mercado?	1	19.- ¿Cuál es el procedimiento empleado para estimar el tamaño del mercado?							
				X1.2	Requerimientos de exportación	Encuesta/ cuestionario Entrevista/ Guía de entrevista	5	2.- ¿Qué calibre tiene el limón sutil que se exporta?	3	4.- ¿Cuál es el nivel de conocimiento que poseen los clientes al momento de requerir el producto? 5.- ¿Qué requisitos exige el mercado para el ingreso del limón sutil? 6.- ¿Considera que los requisitos solicitados contribuyen a ofrecer un mejor producto?	1	4.- ¿Cuenta con certificaciones para la comercialización de sus productos?							
								3.- ¿Qué requisitos exige el mercado para el ingreso del producto?											
								4.- ¿Cuáles son sus volúmenes de exportación por campaña? 7.- ¿Qué tipos de insumos utiliza para el limón sutil?											
								23.- ¿Considera que son importantes los requisitos para la exportación del limón hacia el mercado de Chile?											
				X1.3	Capacidad de producción exportable	Encuesta/ Cuestionario Entrevista/ Guía de entrevista	2	6.- ¿Qué mecanismos de control de calidad emplea para que la producción alcance un nivel óptimo? 10.- ¿Cuál es el rendimiento máximo que han alcanzado las tierras de cultivo por hectárea?	1	13.- ¿Cuentan con la capacidad de producción suficiente para exportar el limón sutil hacia el mercado de Chile?	2	6.- ¿Por qué usted ha orientado su producción al limón sutil y no a otras variedades? 11.- ¿Qué cantidad de producción obtiene usted por campaña?							
								<b>SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN</b>											
								X2.1	Número de intermediarios	Encuesta/ Cuestionario Entrevista/ Guía de entrevista	1	11.- ¿Cuál es la cantidad de intermediarios que intervienen al momento de exportar el limón?	1	7.- ¿Considera usted que los intermediarios juegan un papel importante en el mercado?		14.- ¿Cuántos intermediarios intervienen para exportar el producto hacia el mercado de Chile?			
				X2.2	Tipos de intermediarios	Encuesta/ Cuestionario Entrevista/ Guía de entrevista	1	12.- ¿Qué tipos de intermediarios presentan al momento de exportar el producto?	2	8.- ¿Qué tipos de intermediarios firman contratos para la exportación del limón sutil? 9.- ¿Qué tipos de funciones realizan los intermediarios?	1	15.- ¿Qué tipos de intermediarios intervienen al momento de exportar el producto al mercado chileno?							
										X2.3						Costos de fletes		1	1

					Encuesta/ Cuestionario Entrevista/ Guía de entrevista		13.- ¿Cuánto es el costo de flet por tonelada de limón sutil exportado a Chile?		10.- ¿Considera usted que es importante evaluar los costos de fletes por tonelada antes de exportar el producto?		16.- ¿Cuánto es el costo de fletes por tonelada exportado al mercado de Chile?		
					<b>DEMANDA</b>								
			V2: Mercado	Y1.1	Tipos de segmentos	Encuesta/ Cuestionario Guía documental/Guía de revisión documental	1	14. ¿A qué segmentos de mercado está dirigido el producto?				1	Exportaciones de limón sutil hacia el mundo (miles de USD)
			V2: Mercado	Y1.2	Características del mercado	Encuesta/ Cuestionario Guía Documental/Guía de revisión documental	1	18. ¿Considera que son importantes evaluar las características del mercado?				4	Saldo comercial 2013-2015 (toneladas métricas) Valor importado 2015 (miles de dólares) Precio (dólar/kg) de las exportaciones chilenas Precio (dólar/kg) de las importaciones chilenas
				Y1.3	Cantidad demandada	Entrevista/ Guía de entrevista Guía Documental/ Guía de revisión documental					2	2	Cantidad importada 2011-2015 (toneladas) Participación de Chile en las importaciones mundiales (%)
					<b>OFERTA</b>								





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE LOS TRABAJOS  
ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO – PIURA**

Yo, FREDDY WILLIAM CASTILLO PALACIOS, docente de la experiencia curricular de DESARROLLO DE TESIS, del ciclo X, revisor del trabajo académico titulado "ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN PARA EL LIMÓN SUTIL DE LA EMPRESA DON PACKING S.A.C TAMBOGRANDE HACIA EL MERCADO DE CHILE, AÑO 2016" de la estudiante CLAUDIA ZULEMA MENDOZA CÓRDOVA he sido capacitado e instruido en el uso de la herramienta Turnitin y he constatado lo siguiente:

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud de 17% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, grado de coincidencia mínimo que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Piura, 02 de Diciembre del 2016.

---

Dr. Freddy William Castillo Palacios

Docente de Proyecto de Investigación

DNI N° 02842237



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Anexo 7. Declaración de autoría**

Yo, **Claudia Zulema Mendoza Córdova** estudiante de la Escuela Profesional de **Administración**, de la Universidad César Vallejo, sede Piura, declaro que el trabajo académico titulado: **"Estrategias de exportación para el limón sutil de la empresa Don Packing S.A.C Tambogrande hacia el mercado de Chile, año 2016"** presentada en **129** folios para la obtención del grado académico /título profesional de **Licenciada en Administración** es de mi autoría.


Por lo tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda la cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Piura, **07 de Diciembre** de 2016

Firma

N° DNI: 77467678

 <b>UCV</b> UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS          EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</b>	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 129 de 129
--	---	---

Yo, Claudia Zulema Mendoza Córdova identificada con DNI N° 77467678, egresada de la Escuela Profesional de Administración de empresas de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Estrategias de exportación para el limón sutil de la empresa Don Packing hacia el mercado de Chile, año 2016"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....  
 .....



FIRMA

DNI: 77467678

FECHA: 05 de diciembre del 2017.

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------