

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE: CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE:
ADMINISTRACIÓN.**



TESIS:

**DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE POTA Y SUS
DERIVADOS AL MERCADO CHINO PARA LA EMPRESA SANTA
ISABEL FISHING TRADE E.I.R.L.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

CHRISTIAN MARTIN CÓRDOVA DURAND

ASESOR:

MG. SÁNCHEZ PACHECO, LUIS ALBERTO

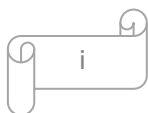
DR. BAYONA ESPINOZA, RICARDO

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

FUNCIONAL – MARKETING

PIURA - PERU

2012



PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO

De acuerdo con el CAPÍTULO II del ARTICULO 15º del reglamento de Grados y títulos de la Universidad César Vallejo – Piura y el de la escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN de optar el grado de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Sometemos a vuestro alto criterio y consideración el presente trabajo de investigación titulado:

DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DE POTA Y SUS DERIVADOS AL MERCADO CHINO PARA LA EMPRESA SANTA ISABEL FISHING TRADE E.I.R.L.

Con la convicción de que se otorgará el valor justo, agradecemos anticipadamente las sugerencias y apreciaciones que brinden el presente trabajo de investigación

SECRETARIO

VOCAL

PRESIDENTE



DEDICATORIA:

A Augusto y Socorro, mis
padres; son ellos mi
principal motivación para
continuar en este camino.

AGRADECIMIENTOS:

A DIOS TODO PODEROSO, PORQUE, DE ÉL HE RECIBIDO TODO BIEN, Y SIEMPRE ME HA ACOMPAÑADO EN TODOS LOS MOMENTOS DE MI VIDA.

A MIS PADRES, Y HERMANOS; POR SU GRAN COMPRESIÓN Y APOYO, SI NO HUBIERA SIDO POR ELLOS, NO HUBIESE LLEGADO HASTA ESTE MOMENTO

A LA UNIVERSIDAD Y A LOS BUENOS EDUCADORES, PORQUE DE ELLOS, HE PERCIBIDO MI FORMACIÓN PROFESIONAL, AYUDÁNDOME A CRECER COMO PERSONA.

A TODAS LAS PERSONAS, QUE ME HAN HECHO EL BIEN, Y HAN CONTRIBUIDO EN MI FORMACIÓN, PORQUE GRACIAS A SUS ENSEÑANZAS, ME HE FORMADO UN concepto CRÍTICO DE LA REALIDAD.

RESUMEN

El Trabajo de Investigación tiene como finalidad, el aprovechamiento de las oportunidades que ofrece el sector de exportaciones, sin la intervención de Intermediarios Comerciales, y poder captar esos recursos financieros que ellos cobran por conocer el mercado.

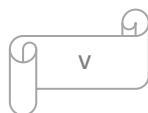
Para ello se ha planteado un Plan de Exportación, el cual se ha basado en un diagnóstico Interno y externo de la empresa; en un Plan Estratégico, usando la mezcla mix del Marketing, y en un plan de seguimiento y monitoreo.

En el Diagnóstico Interno de la empresa, se determinó que existe una Cultura Organizacional con fortaleza Intermedia con una media de 2.96; El perfil de capacidades internas representa 2.79, indicando a la empresa que está potencialmente capacitada para emprender un Plan de Exportación.

Para el Diagnóstico Externo se empleó el análisis PEST, lo que nos dio un resultado de 2.981, lo cual indica que el escenario general está en una posición conveniente para nuestro plan.

Consecuentemente el sector externo que se resumen en la Matriz EFE, nos arroja un resultado de 2.9682, lo que denota una oportunidad media en el sector, lo cual nos indica que el mercado es bueno, pero está muy normado por los factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos y ambientales.

Finalmente el Plan de Marketing de exportación, hemos usado como Estrategia Base el Desarrollo de un Mercado, a usando para ello la mezcla del Mix de Marketing. Y en seguimiento y monitoreo, se ha planteado las actividades que se debe implementar y quienes la deben dirigir.



ABSTRACT

The research aims, exploiting the opportunities offered by the export sector, without the intervention of market intermediaries, and financial resources to capture those they charge to know the market.

This has set an export plan, which was based on an analysis of internal and external company, in a strategic plan, using the mixture of marketing mix, and a monitoring and supervision plan.

In the Diagnostics business, we determined that there is a strong organizational culture with an average Intermediary 2.96; internal capacity profile is 2.79, indicating that the company is potentially able to undertake an export plan.

For external diagnosis PEST analysis was used, which gave a result of 2,981, indicating that the overall picture is in a convenient location for our plan.

Consequently the external sector as summarized in the EFE Matrix, we gives a figure of 2.9682, indicating an opportunity industry average, which indicates that the market is good, but is very regulated by political, economic, social, technological and environmental.

Finally the Export Marketing Plan, we have used as Base Development Strategy of a market, using for this mix Marketing Mix. And in tracking and monitoring activities has been raised that must be deployed and those who must lead.

INDICE GENERAL

CARÁTULA	I
PRESENTACIÓN	III
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTOS	VI
RESUMEN	VII
ABSTRACT	VII
INDICE GENERAL	IX
INDICE DE CUADROS	XII
INDICE DE IMÁGENES	XIII
CAPÍTULO 1: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3 JUSTIFICACIÓN	17
1.4 LIMITACIONES	19
1.5 ANTECEDENTES	19
1.6 OBJETIVOS	23
CAPÍTULO 2: MARCO TEORICO	24
2.1 ¿QUÉ ES UN PLAN DE EXPORTACIÓN?	25
2.2 ¿QUÉ ES EXPORTACIÓN	27
2.3 PASOS PARA EXPORTAR	31
2.4 CONTENIDO DOCUMENTAL DEL PLAN DE EXPORTACIÓN	33
2.5 ELEMENTOS DE LA EXPORTACIÓN	33
2.6 ASPECTO LEGAL	39
CAPÍTULO 3: MARCO METODOLÓGICO	40
3.1 HIPÓTESIS	41
3.2 VARIABLES	41
3.2.1 DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES	41
3.2.1 DEFINICIÓN OPERACIONAL DE LAS VARIABLES	42
3.3 METODOLOGÍA	49
3.3.1 TIPO DE ESTUDIO	49
3.3.2 DISEÑO	49
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	49
3.5 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	49
3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	49
3.7 HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DE DATOS	50
CAPÍTULO 4: RESULTADOS	51
4.1 DESCRIPCIÓN	52

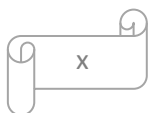
4.1.1 ANÁLISIS INTERNO	52
4.1.1.1 LA EMPRESA	52
4.1.1.2 ANÁLISIS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL	54
4.1.1.2.1 VALORES CORPORATIVOS	54
4.1.1.2.2 MISIÓN	55
4.1.1.2.3 VISIÓN	56
4.1.1.3 ANÁLISIS DE LA CAPACIDAD DIRECTIVA	57
4.1.1.3.1. PLANEACIÓN	57
4.1.1.3.2 ORGANIZACIÓN	58
4.1.1.3.3 DIRECCIÓN	59
4.1.1.3.4 CONTROL	60
4.1.1.4 ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA	61
4.1.1.4.1 UBICACIÓN DE PLANTA	61
4.1.1.4.2. CARACTERÍSTICAS DE LA PLANTA	62
4.1.1.4.3 SEGURIDAD DE PLANTA	63
4.1.1.5 ANÁLISIS DE RECURSOS	64
4.1.1.5.1 NUMERO DE COLABORADORES	64
4.1.1.5.2 COMPROMISO CON LA EMPRESA	65
4.1.1.5.3 PREPARACIÓN	66
4.1.1.6 ANALISIS DE LA CAPACIDAD TECNOLÓGICA	67
4.1.1.6.1 INNOVACIÓN	67
4.1.1.6.2. EQUIPAMIENTO	68
4.1.1.6.3. ASESORÍA TÉCNICA	69
4.1.1.7. ANÁLISIS DE CAPACIDAD FINANCIERA	70
4.1.1.7.1. RATIOS DE LIQUIDEZ	72
4.1.1.7.2. RATIOS DE ENDEUDAMIENTO	73
4.1.1.7.3. RATIOS DE RENTABILIDAD	74
4.1.1.8. MATRIZ EFI	76
4.1.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO:	77
4.1.2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL	77
4.1.2.1.1. ANÁLISIS PEST	77
4.1.2.1.2. ANÁLISIS DEL MERCADO	78
4.1.2.1.2.1. OFERTA	78
4.1.2.1.2.2. DEMANDA	80
4.1.2.1.3. ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO	82
4.1.2.1.3.1. COMPETENCIA	82
4.1.2.1.3.2. CLIENTES	83
4.1.2.1.3.2.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES CLIENTES	83
4.1.2.1.3.3. PROVEEDORES	85
4.1.2.1.3.4. MATRIZ E.F.E	86
4.2. DISCUSIÓN	87
4.2.1. ANÁLISIS INTERNO	87
4.2.1.1. ANÁLISIS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL	87
4.2.1.1.1. VALORES	87
4.2.1.1.2. MISIÓN	87
4.2.1.1.3. VISIÓN	88
4.2.1.2. ANÁLISIS DE LA CAPACIDAD DIRECTIVA	88

4.2.1.2.1. PLANEACIÓN	88
4.2.1.2.2. ORGANIZACIÓN	88
4.2.1.2.3. DIRECCIÓN	89
4.2.1.2.4. CONTROL	89
4.2.1.3. ANÁLISIS DE INFRAESTRUCTURA	90
4.2.1.3.1. UBICACIÓN	90
4.2.1.3.2. CARACTERÍSTICAS DEL LOCAL	91
4.2.1.3.3. SEGURIDAD	91
4.2.1.4. ANÁLISIS DE RECURSOS HUMANOS	91
4.2.1.4.1. NÚMERO DE COLABORADORES	91
4.2.1.4.2. COMPROMISO	91
4.2.1.4.3. PREPARACIÓN	92
4.2.1.5. ANÁLISIS DE LA CAPACIDAD TECNOLÓGICA	92
4.2.1.5.1. INNOVACIÓN	92
4.2.1.5.2. EQUIPAMIENTO	92
4.2.1.5.3. ASESORÍA TECNOLÓGICA	93
4.2.1.6. ANÁLISIS DE LA CAPACIDAD FINANCIERA	93
4.2.1.7. MATRIZ E.F.I.	94
4.2.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	95
4.2.2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL	95
4.2.2.1.1. ANÁLISIS P.E.S.T.	95
4.2.2.1.1.1. ASPECTOS POLÍTICOS	95
4.2.2.1.1.2. ASPECTOS ECONÓMICOS	100
4.2.2.1.1.3. ASPECTOS SOCIALES	103
4.2.2.1.1.4. ASPECTOS TECNOLÓGICOS	104
4.2.2.1.1.5. ASPECTOS AMBIENTALES	106
4.2.2.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO	107
4.2.2.2.1. COMPETENCIA	107
4.2.2.2.2. CLIENTES	108
4.2.2.2.3. PROVEEDORES	109
4.2.2.2.4. MATRIZ E.F.E.	109
4.2.3. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS	110
4.2.4. PROPUESTA DEL PLAN DE EXPORTACIÓN	111
4.2.4.1. PROPUESTA DEL PLAN DE MARKTING	111
4.2.4.1.1. FILOSOFÍA EMPRESARIAL.	112
4.2.4.1.2. ESTRATEGIA MATRIZ	113
4.2.4.1.3. OBJETIVO GENERAL	113
4.2.4.1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	114
4.2.4.1.5. CONTENIDO DEL PLAN DE EXPORTACIÓN.	114
4.2.4.1.5.1. ESTRATEGIA DE MERCADO	115
4.2.4.1.5.2. ESTRATEGIAS COMPLEMENTARIAS	137
4.2.4.1.5.3. PROGRAMAS	140
4.2.4.1.5.4. MECANISMOS DE CONTROL	140
4.2.5. PRESUPUESTO DEL PLAN DE EXPORTACIÓN	142
4.2.6. FINANCIAMIENTO	143
4.2.7. RELACIÓN COSTO – BENEFICIO	143
4.2.7.1. ELIMINACIÓN DEL BROCKER:	145

4.2.7.2. AUMENTO DE LAS VENTAS EN 1%, 2% y 5%	146
4.2.8. MATRIZ FODA	148
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES	149
CAPÍTULO 6: SUGERENCIAS	153
CAPÍTULO 7: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	156
CAPÍTULO 8:ANEXOS	161

INDICE CUADROS

CUADRO 1	CUADRO OPERACIONAL DE VARIABLES GENERAL	42
CUADRO 2	CUADRO OPERACIONAL DE VARIABLES ESPECÍFICAS	42
CUADRO 3	MATRIZ PONDERACIÓN - VALORES	54
CUADRO 4	MATRIZ PONDERACIÓN - MISIÓN	55
CUADRO 5	MATRIZ PONDERACIÓN - VISIÓN	56
CUADRO 6	MATRIZ PONDERACIÓN - PLANIFICACIÓN	57
CUADRO 7	MATRIZ PONDERACIÓN - ORGANIZACIÓN	58
CUADRO 8	MATRIZ PONDERACIÓN - DIRECCIÓN	59
CUADRO 9	MATRIZ PONDERACIÓN - CONTROL	60
CUADRO 10	MATRIZ PONDERACIÓN –UBICACIÓN PLANTA	61
CUADRO 11	MATRIZ PONDERACIÓN – CARACTERÍSTICA DE PLANTA	62
CUADRO 12	MATRIZ PONDERACIÓN – SEGURIDAD DE PLANTA	63
CUADRO 13	MATRIZ PONDERACIÓN – NUMERO DE COLABORADORES	64
CUADRO 14	MATRIZ PONDERACIÓN – COMPROMISO CON LA EMPRESA	65
CUADRO 15	MATRIZ PONDERACIÓN – PREPARACIÓN	66
CUADRO 16	MATRIZ PONDERACIÓN – INNOVACIÓN	67
CUADRO 17	MATRIZ PONDERACIÓN – EQUIPAMIENTO	68
CUADRO 18	MATRIZ PONDERACIÓN – ASESORÍA TÉCNICA	69
CUADRO 19	ESTADOS FINANCIEROS DE SANTA ISABEL FISHING TRADE E.I.R.L. - BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011	70
CUADRO 20	ESTADOS FINANCIEROS DE SANTA ISABEL FISHING TRADE E.I.R.L. – ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS AL 31 /12/	71
CUADRO 21	CUADRO DE ANÁLISIS – MATRIZ EFI	76
CUADRO 22	ANÁLISIS DEL ENTORNO - ANÁLISIS PEST	77
CUADRO 23	OFERTA – NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS DE POTA	78
CUADRO 24	OFERTA – PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE POTA	79
CUADRO 25	DEMANDA – EXPORTACION DE POTA A CHINA POR AÑO	80
CUADRO 26	MATRIZ DE PONDERACIÓN – ANÁLISIS DE LA DEMANADA	81
CUADRO 27	MATRIZ DE PONDERACIÓN – EVALUACIÓN DE LA COMPETENCIA	82
CUADRO 28	DATOS DE BROCKER'S	83
CUADRO 29	MATRIZ DE PONDERACIÓN – EVALUACIÓN DE CLENTES	84
CUADRO 30	MATRIZ DE PONDERACIÓN – EVALUACIÓN DE PROVEEDORES	85
CUADRO 31	MATRIZ DE EVALUACIÓN – MATRIZ EFE	86
CUADRO 32	PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS DE POTA A CHINA Y SU PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO	107
CUADRO 33	FICHA TÉCNICA – CALAMAR GIGANTE (POTA)	115
CUADRO 34	APLICACIÓN DEL CODIGO MURCIÉLAGO	121
CUADRO 35	PRECIO VALOR FOB DE LOS PRODUCTOS / TM – APLICADOS POR SANTA ISABEL FISHING TRADE E.I.R.L	123
CUADRO 36	COSTO TOTAL EN \$ / TM – PRODUCCIÓN 20 TM	124
CUADRO 37	VARIABLES EMPLEADAS PARA LA PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN EN EL DÍA	124
CUADRO 38	VENTAS Y MG. DE RENTABILIDAD PROYECTADAS POR UN DÍA	125
CUADRO 39	DATOS GENERALES DE CHINA	127
CUADRO 40	MERADO DE LA POTA – SU VARIACIÓN PORCENTIAL EN EL 2011 Y SU EXPORTACIÓN TOTAL	128
CUADRO 41	DIRECTORIO DE CLIENTES FINALES	129
CUADRO 42	AGENTES DE ADUANAS	130
CUADRO 43	AGENTES DE CARGA	131
CUADRO 44	AGENTES DE MARÍTIMOS	132
CUADRO 45	MECANISMO DE CONTROL	141
CUADRO 46	PRESUPUESTO DEL PLAN	142
CUADRO 47	FINANCIAMIENTO DE LA PROPUESTA	143



CUADRO 48	EXPORTACIONES DE SANTA ISABEL FISHING TRADE E.I.R.L A ASIA - 2011	144
CUADRO 49	PAGO EFECTUADO POR SANTA ISABEL FISHING TRADE E.I.R.L AL BROCKER DURANTE EL 2011	145
CUADRO 50	SIMULACIÓN DEL AUMENTO DE LAS VENTAS EN DIFERENTES ESCALAS	146
CUADRO 51	RENTABILIDAD DEL PLAN EN DIFERENTES NIVELES DE AUMENTO DE VENTAS	147

INDICE FIGURAS

FIGURA 1 :	GUÍA PARA EXPORTAR - EXTRAIDO DEL PORTAL DE PROMPEX	31
FIGURA 2 :	NIVEL DE RIESGO PAÍS – PRIMER TRIMESTRE 2012	97
FIGURA 3 :	FIGURA 3 EVOLUCIÓN DEL TIPO DE CAMBIO EN EL PERÚ PERIODO 2001 -2010	102
FIGURA 4 :	PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO	117
FIGURA 5 :	FOTO TOMADA A CAJA MASTER	120
FIGURA 6 :	FOTO TOMADA A SACOS DE POLITILENOS – LISTO PARA LA EXPORTACIÓN	120
FIGURA 7 :	PROCESO LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN	134